

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ
МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ УКРАЇНИ**

Кваліфікаційна наукова праця
на правах рукопису

ПЛЮТА ОЛЕНА ПАВЛІВНА

УДК 392.81-044.922:316.7

ДИСЕРТАЦІЯ

**ТРАНСФОРМАЦІЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ КУХНІ В УМОВАХ
СОЦІОКУЛЬТУРНИХ ЗМІН**

26.00.01 – теорія та історія культури (культурологія)

Подається на здобуття наукового ступеня кандидата культурології

Дисертація містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело _____ О. П. Плюта

Науковий керівник: Русавська Валентина Андріївна, кандидат історичних наук, професор

Київ – 2018

АНОТАЦІЯ

Плюта О. П. Трансформація національної кухні в умовах соціокультурних змін.– Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата культурології (доктора філософії) зі спеціальності 26.00.01 «Теорія та історія культури»(034 – Культурологія). – Київський національний університет культури і мистецтв, Міністерство культури України, Київ, 2018.

У дисертації з'ясовано особливості трансформації національної кухні в умовах соціокультурних змін, що дало змогу всебічно дослідити процеси, що відбуваються в культурі, зокрема в українській, сприяючи прогнозуванню її майбутнього як важливого напрямку збереження національних традицій і цінностей, у тому числі й кулінарних, у світовому загальнокультурному контексті.

У дослідженні використано міждисциплінарний підхід, що уможливило звернення до парадигми системності та наукового плюралізму, а також методологічних підходів, синтезованих із різних галузей соціогуманітаристики (культурологія, філософія, соціологія, етнографія, етнологія) з метою глибшого проникнення в сутність досліджуваного феномена й отримання максимально повного знання про нього.

Теоретичне підґрунтя дисертації склали: класичні праці теоретиків культури, присвячені проблемам онтології культури і культурогенезу (С. Безклубенко, М. Вебер, А. Флієр та ін.); праці, в яких їжа та харчування розглядаються з точки зору культурно-цивілізаційних чинників розвитку людства (Г. Зіммель, Ф. Бродель та ін.), та студії представників food studies (Т. Веблен, П. Бурдьє, Е. Ліч та ін.), які є спробою розробки цілісного знання про сферу харчування; дослідження, в яких зроблені спроби цілісного культурологічного аналізу сфери харчування (М. Монтанарі, Ж.-Ф. Ревель, М. Капкан, С. Кириленко та ін.); дослідження «навколокулінарної» тематики, які становлять суттєву частину історіографії

дисертації (Ж. А. Брійя-Саварен та ін.); праці, які інтегрують окремі аспекти досліджень у сфері харчування, зокрема: етнографічні – автори яких безпосередньо торкаються проблеми їжі в контексті повсякденності (Л. Артюх та ін.), матеріальної (М. Маркевич, М. Сумцов та ін.) та побутової культури (В. Наулко та ін.); філологічні – семантики харчових образів у художніх творах (В. Хіміч та ін.); етнолінгвістичні – діалектних і загальнонародних лексичних мовних одиниць (К. П'янкова та ін.); соціологічні – гастрономічних детермінант суспільного життя (В. Ніколенко), антропологічні – антропології харчування (А. Козлов та ін.); праці з історії їжі та окремих харчових продуктів (Ф. Фернандес-Арместо та ін.), а також нариси іноземних мандрівників і дипломатів про побут на українських теренах (Г. Л. де Боплан, Й. Г. Коль та ін.). Це дає підстави констатувати, що, незважаючи на зростання в сучасному суспільстві інтересу до гастрономічної проблематики, вивченням харчових практик переважно займаються етнографи/етнологи та фольклористи, а також класики історії культури, які заклали основи вивчення історії повсякденності. Відсутність системної уваги науковців до означеного питання актуалізує потребу культурологічного дослідження національної кухні як феномена соціальної культури, зокрема виявлення специфіки взаємовпливу національної кухні і соціальної культури в контексті соціокультурних змін.

Відповідно до об'єкта, предмета, мети та завдань дослідження вибудовано логіку і структуру роботи. Дисертація складається зі вступу, основної частини, висновків, списку використаних джерел. Основна частина має три розділи, які за змістом можна визначити як теоретичний, історичний і практичний.

У першому розділі розкрито стан наукової розробленості проблеми та джерельну базу дослідження, проаналізовано його поняттєво-категоріальний апарат, а також з'ясовано зміст кухні як складника соціальної культури. Зокрема, звернено увагу, що сфері гуманітарних досліджень їжі властива термінологічна невизначеність. Різноманітний характер цих досліджень

породжує багатоманітність значень та аспектів вивчення, що позначаються відповідними поняттями. Серед усього різноманіття термінів, що використовуються в гуманітарних дослідженнях їжі, поняття «гастрономічна культура», як одне з найуживаніших, набуває значного поширення в різних галузях знання. В науковий обіг цей термін був уведений у другій половині ХХ ст., проте й досі залишається неоднозначним: одні розглядають гастрономічну культуру як сукупність страв, типових для певного народу, а інші – як оцінювальну характеристику у сфері приготування та споживання їжі. Крім того, поняття «гастрономічна культура» часто ототожнюється з національною кухнею та національною кулінарною традицією. Однак між ними існують відносини цілого і частини. Національній кухні властивий репрезентативний характер, оскільки вона існує як сукупність страв-символів, тобто таких страв, які представляють цю культуру в ситуації міжкультурної взаємодії та ідентифікують індивіда як представника певної культури. Це репрезентативні страви конкретної кухні, що в сукупності відтворюють основні її характеристики. Національні страви є об'єктами матеріальної культури і становлять абсолютні цінності для кожного народу, що передаються з покоління в покоління.

Наголошено, що національна кухня є виразною характеристикою країни і народу, який вона представляє. Перебуваючи в прямій залежності від способу життя і навколишньої природи, пори року і сезону, місяця і циклу господарської діяльності, національна кухня – це явище соціальної реальності, найважливіша складова матеріальної культури, частина культури, духовного і художнього життя народу. Розгляд кухні в цьому контексті передбачає з'ясування змісту поняття соціальної культури як сукупності процесів соціального життя й умов повсякдення, до яких відноситься й кухня – складник культурної спадщини, як мова, література, мистецтво.

Звернено увагу на те, що кухня є складником соціальної культури, котра через їжу і ставлення до неї, з одного боку, актуалізує, продукує,

накопичує і транслює новим поколінням соціальний досвід у динаміці, а з іншого – постійно відновлюється і збагачується прийдешніми поколіннями через коди, схеми, програми й моделі поведінки та діяльності. Функціональний зміст кухні полягає у відображенні уявлень, цінностей, норм і правил поведінки суспільства чи окремої соціальної групи, забезпечуючи при цьому соціальну регуляцію та інтеграцію в межах суб'єктів соціальної культури.

У другому розділі національна кухня розглянута в якості засобу відображення соціокультурних змін, зокрема досліджено еволюцію національної кухні, особливості її трансформації у контексті сучасної культури, охарактеризовано їжу і кухню з точки зору їх символічного значення.

Відзначено, що передумови до виникнення національної кухні сформувалися в епоху Нового часу, для якого характерні істотні зміни у соціальній, економічній і політичній сферах життя. Образ національної кухні сформувався завдяки акумуляції різних регіональних та етнічних традицій, яким властивий локальний характер. Найбільш впливовими чинниками формування національної кухні є формування державних утворень, індустріалізація промисловості, у тому числі й харчової, розвиток сільського господарства, технологічні інновації, розвиток шляхів сполучення і транспорту, активізація міграційних потоків, урбанізація, а також секуляризація суспільства. Одним із визначальних чинників є природно-географічне розташування країни, що окреслює страви, які можна приготувати із продуктів, специфічних для цієї місцевості. Під впливом цих чинників національна кухня поступово формувалася і трансформувалася, допоки у ХХ ст. не виникла і не поширилася вишукана, або висока кухня, яка кардинально змінила ставлення до їжі та кухні в цілому, визначивши чимало нововведень у сфері кулінарії, котрі варто вважати радикальними. Натхненниками кулінарної революції стали шеф-кухарі провідних

ресторанів світу, які докорінно змінили не лише кулінарію, а й культуру споживання їжі.

На зміну характеру і змісту їжі суттєво вплинули такі нові типи раціональності, як рефлексивність, макдональдизація та ін. Істотні зміни в культурі харчування пов'язані також із символізацією їжі, що відображає перехід від споживання речей до споживання знаків.

Обґрунтовано, що національна кухня є національно-специфічним явищем культури, що формує систему ціннісно-сміслових і ментальних чинників, які репрезентують культуру, етнонаціональну самобутність нації, а також забезпечують єдність її представників та їх відмінність від інших. Функціональний зміст кухні полягає у відображенні уявлень, цінностей, норм і правил поведінки суспільства чи окремої соціальної групи, забезпечуючи при цьому соціальну регуляцію та інтеграцію в межах суб'єктів соціальної культури. Кухні притаманна певна репрезентативність: її цінності та смисли істотним чином впливають на соціальну поведінку людей певної спільноти. При цьому традиційна культура харчування підтримує етнічну ідентичність, виступає запорукою мультикультурної різноманітності світу, що переконливо свідчить про потребу культурологічної рефлексії.

У третьому розділі здійснено аналіз таких форм репрезентації гастрономічної культури, як кулінарне кіно і кулінарні телешоу, тематичні фестивалі і тури, а також обґрунтовано роль і значення гастрономічної дипломатії як важливого напрямку промоції країни та складника культурної політики.

Відзначено, що одними з найбільш ефективних способів розширення взаємодії представників різних культур на основі харчових практик є гастрономічні тури та гастрономічний фестивальний рух, які дають змогу виробити принципи співпраці на міжнародному рівні. Кулінарне кіно і кулінарні телешоу пристосовуються до запитів суспільства, експлікуючи норми і стереотипи, які формує сучасна культура, при цьому дають змогу

відійти від уніфікованих стандартів глобалізації. Ці форми гастрономічної рефлексії набувають дедалі більшого значення в контексті промоції національної держави як нові способи і напрями пізнання і презентації національних традицій, зокрема кулінарних.

Гастрономічна промоція держави стає важливим напрямом культурної дипломатії та вимагає її врахування у культурній політиці. Виникнення гастрономічної дипломатії пов'язане із всесвітньо-історичним контекстом взаємодії цивілізацій та культур. Подібна взаємодія актуалізувала ідею діалогового мислення і культурного синтезу, згідно з якою національна кухня стала одним із чинників взаєморозуміння та співпраці між народами. Сьогодні гастродипломатія – це мирне знаряддя м'якого впливу в дипломатії, зброя сучасної зовнішньої політики, дипломатії та економіки, а також інноваційний інструмент соціального та культурного обміну. Гастрономічна дипломатія повністю відтворює всі позитивні якості дипломатичних стосунків як м'якої сили не лише тільки для розв'язання конфліктів та пошуку взаєморозуміння між країнами, а й репрезентації їх культурних цінностей на міжнародній арені.

У висновках подано визначення ключових понять дослідження, зокрема запропоновано авторське тлумачення національної кухні як феномена соціальної культури, наведено функції національної кухні, визначальні чинники її прискореної трансформації, наголошено на ролі гастрономічних турів і гастрономічного фестивального руху як напрямів гастрономічної дипломатії, а також запропоновано шляхи підвищення ефективності репрезентації культури країни за допомогою національних кулінарних традицій.

Ключові слова: кухня, національна кухня, кулінарія, гастрономія, кулінарна культура, гастрономічна культура, національна кулінарна традиція, харчові практики.

SUMMARY

Pliuta O. Transformation of national cuisine in conditions of socio-cultural changes. – Scientific qualification work on the rights of a manuscript.

The thesis for the degree of Candidate of Cultural Studies (PhD) in specialty 26.00.01 "Theory and History of Culture" (034 – Cultural Studies). – Kyiv National University of Culture and Arts, Ministry of Culture of Ukraine, Kyiv 2018.

The thesis deals with the peculiarities of the transformation of the national cuisine in the conditions of socio-cultural changes, which allowed to fully investigate the processes occurring in the culture, including Ukrainian, helping to predict its future as an important direction of preserving national traditions and values, including culinary, general cultural context in the world.

An interdisciplinary approach is used in the study and it made it possible to address the paradigm of systematic and scientific pluralism as well as methodological approaches synthesized from various branches of socio-humanitarianism (cultural studies, philosophy, sociology, ethnography, ethnology) with the purpose of deeper penetration into the essence of the phenomenon under study and obtaining the most complete knowledge of it.

The theoretical basis for the thesis are: classical works of cultural theorists on the problems of ontology of culture and culturogenesis (S. Bezklubenko, M. Weber, A. Flyer and others); works in which food and nutrition are considered from the point of view of the cultural and civilizational factors of the mankind development (G. Simmel, F. Braudel and others), and researches of food studies (T. Veblen, P. Bourdieu, E. Leach and others), which are an attempt to develop a holistic knowledge of the field of nutrition; researches in which attempts of holistic culturological analysis of the sphere of nutrition are made (M. Montanari, J.-F. Revel, M. Kapkan, S. Kyrylenko and others); study of "Co-culinary" issues, which are an essential part of historiography thesis (J. A. Brillat-Savarin and others); works that integrate some aspects of research in the nutrition field, such

as: ethnographic – authors directly affect the food problem in the context of everyday life (L. Artyukh and other), material (M. Markevich, M. Sumtsov and others) and culture in everyday life (V. Naulko and others); philological – semantics of food images in works of art (V. Khimich and others); ethnolinguistic – dialectal and universal lexical linguistic units (K. Pyankova and others); sociological – gastronomic determinants of social life (V. Nikolenko), anthropological – nutrition anthropology (A. Kozlov and others); works on the history of food and individual food products (F. Fernandez-Armestó and others), as well as sketches of life of foreign travelers and diplomats in Ukraine (G. L. de Beauplan, J. G. Kohl and others). This suggests that despite the growth of interest in gastronomic issues in contemporary society, the study of food practices is mainly made by ethnographers / ethnologists and folklorists, as well as classics of cultural history, who laid the foundations of studying the history of everyday life, are mostly engaged in the study of food practices. The lack of systematic attention of scientists to the above-mentioned question actualizes the need for cultural studies of national cuisine as a phenomenon of social culture in particular, the identification of the specifics of the mutual influence of national cuisine and social culture in the context of socio-cultural changes.

The logic and structure of the thesis are constructed in accordance with the object, subject, purpose and objectives of the study. The thesis consists of the introduction, the main part, the conclusions and the references. The main part has three sections, which can be defined by content as theoretical, historical and practical ones.

In the first chapter the state of scientific development of the problem and the source basis of the research are revealed, the concept-categorical apparatus, as well as the contents of the cuisine as a component of social culture were analyzed. In particular, the attention was drawn to the fact that the field of humanitarian research in food is characterized by terminological vagueness. The multiplicity of these studies generates a variety of meanings and aspects of study, which are denoted by relevant definitions. Among the variety of terms used in humanitarian

food studies, the concept of "gastronomic culture", as one of the most common, is becoming widespread in various fields of knowledge. In the science field this term was introduced in the second half of the 20th century, but it still remains ambiguous: some consider gastronomic culture as a set of dishes typical for a certain nation, while others consider it as an evaluation characteristic in the field of cooking and eating. In addition, the concept of "gastronomic culture" is often identified with national cuisine and a national culinary tradition. However, there is a whole and part type of relationship between them. The national cuisine is representative in nature, since it exists as a set of dishes, that is, such dishes that represent this culture in a situation of intercultural interaction and identify the individual as a representative of a particular culture. These are representative dishes of a particular cuisine, which collectively reproduce its main characteristics. National dishes are objects of material culture and form absolute values for each nation, which are transmitted from generation to generation.

It is emphasized that national cuisine is an expressive characteristic of the country and the people that it represents. Being directly dependent on the way of life and the environment, the time of year and the season, the moon and the cycle of economic activity, national cuisine is a phenomenon of social reality, an essential component of material culture, a part of culture, the spiritual and artistic life of the people. Consideration of the cuisine in this context involves finding out the content of the concept of social culture as a set of processes of social life and everyday conditions, including the cuisine – a component of cultural heritage, such as language, literature, art.

The attention is drawn to the fact that the cuisine is an integral part of social culture, which, by virtue of food and attitude to it, on the one hand, actualizes, produces, accumulates and transmits social experience in the dynamics to new generations, and on the other hand – it is constantly restored and enriched by future generations through codes, schemes, programs and patterns of behavior and activities. Functional content of the cuisine is to represent ideas, values, norms

and rules of behavior of a society or a separate social group, while ensuring social regulation and integration within the subjects of social culture.

In the second chapter, the national cuisine is considered as an expression of social and cultural changes, in particular the evolution of cuisine, especially its transformation in the context of contemporary culture, food and cuisine characterized in terms of their symbolic value.

It is noted that the preconditions for the emergence of a national cuisine were formed in the New Age era, which is characterized by significant changes in social, economic and political spheres of life. The image of the national cuisine was formed due to the accumulation of various regional and ethnic traditions, which are by its very nature. The most influential factors in the formation of national cuisine are: the formation of state entities, the industrialization of industry, including the food one, agricultural development, technological innovation, the development of communication and transport, the activation of migration flows, urbanization, as well as the secularization of society. One of the determining factors is the natural and geographical location of the country, which outlines the dishes that can be prepared from products specific to the area. National cuisine had been gradually formed and transformed under the influence of these factors until in the twentieth century. Refined or high cuisine was emerged and spread in the twentieth century, which radically changed the attitude to food and food in general, identifying many innovations in the field of cooking, which should be considered radical. The masterminds of the culinary revolution became the chefs of the world's leading restaurants, which radically changed not only the culinary, but also the culture of consumption of food.

The change in the nature and content of food was significantly influenced by such new types of rationality as reflexivity, McDonaldization, and others. Significant changes in the culture of nutrition are also associated with the symbolization of food, which reflects the transition from consumption of things to the consumption of signs.

It is grounded that national cuisine is a national-specific phenomenon of culture, which forms the system of value-semantic and mental factors that represent culture, ethno-national identity of a nation, as well as to ensure the unity of its representatives and their distinction from others. The functional meaning of the cuisine is to represent the ideas, values, norms and rules of behavior of a society or a separate social group, while ensuring social regulation and integration within the subjects of social culture. Cuisines are characterized by a certain representativeness: their values and meanings have a significant effect on the social behavior of people in a particular community. At the same time, the traditional culture of food maintains ethnic identity, serves as a guarantee of the multicultural diversity of the world, that convincingly proves the need for culturological reflection.

The third chapter is an analysis of such forms of representation of gastronomic culture as culinary cinema and culinary television shows, thematic festivals and tours; and the role and importance of gastronomic diplomacy as an important direction of promotion of the country and a component of cultural policy is stated.

It is noted that one of the most effective ways of expanding the interaction of representatives of different cultures on the basis of food practices is gastronomic tours and gastronomic festival movement, which make it possible to develop principles of cooperation at the international level. Culinary cinema and culinary television shows adapt to the demands of society, exploring the norms and stereotypes that are formed by modern culture, while allowing them to move away from unified globalization standards. These forms of gastronomic reflection are becoming increasingly important in the context of the promotion of the national state as new ways and areas of knowledge and presentation of national traditions, including culinary ones.

Gastronomic promotion of the state becomes an important direction of cultural diplomacy and requires its inclusion into the cultural policy. The emergence of gastronomic diplomacy is associated with the world-historical

context of the interaction of civilizations and cultures. Such interaction actualized the idea of thinking in a dialogue way and cultural synthesis, according to which national cuisine became one of the factors of mutual understanding and cooperation between nations. Today gastrodiploacy is a peaceful tool of soft influence in diplomacy, a weapon of modern Foreign Policy, diplomacy and the economy, as well as an innovative tool for social and cultural exchange. Gastronomic diplomacy fully reproduces all the positive qualities of diplomatic relations as a soft power not only for resolving conflicts and seeking mutual understanding between countries, but also for representing their cultural values in the international arena.

The conclusions include the definition of key concepts of the research, in particular, the author's interpretation of national cuisine as a phenomenon of social culture is proposed, the functions of national cuisine are given, the determinants of its accelerated transformation, the role of gastronomic tours and gastronomic festival movement as directions of gastronomic diplomacy, as well as ways to increase the efficiency of Representation of the country's culture through national culinary traditions are offered.

Key words: cuisine, national cuisine, cooking, gastronomy, culinary culture, gastronomic culture, national culinary tradition, food practices.

СПИСОК ПУБЛІКАЦІЙ ЗДОБУВАЧА

Наукові праці, в яких опубліковані основні наукові результати дисертації

Статті у наукових фахових виданнях України

1. Плюта О. П. Соціальна культура у контексті методології дослідження української кухні // Вісник НАКККіМ. 2017. Вип. 2. С. 65–69.
2. Національна кухня як комплекс культурно-побутових традицій українців // Культура і сучасність : альманах. 2017. № 2. С. 147–151.
3. Плюта О. П. Українська кухня: передумови виникнення і трансформації // Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку. 2017. Вип. 25. С. 77–87.
4. Плюта О. П. Українська кухня в сучасному суспільстві // Культура України. 2017. Вип. 2. С. 283–292.
5. Плюта О. П. Кухня як репрезентант гастрономічної культури сучасного суспільства // Питання культурології. 2017. Вип. 32. С. 128–147.
6. Плюта О. П. Кулінарна дипломатія як актуальний напрям сучасної культурної політики // Культура і сучасність : альманах. 2017. № 2. С. 154–159.

Статті у виданнях, внесених до міжнародних наукометричних баз

7. Плюта О. П. Українська кухня як феномен побутової культури: до історіографії питання // Актуальні питання культурології : альманах наук. т-ва «Афіна» к-ри культурології. 2016. Вип. 16. С. 59–64.
8. Плюта О. П. «Гастрономічна культура» і «національна кухня» як поняття гуманітарних досліджень їжі // Молодий вчений. 2017. Вип. 7(47). С. 159–162.

Опубліковані праці апробаційного характеру

9. Плюта О. П. Їжа як культурологічне явище: до постановки проблеми // Шоста Міжнар. наук.-творча конф. «Трансформаційні процеси в мистецькій освіті та культурі України ХХІ ст.», 25–26 квітня 2017 р., м. Київ. Київ, 2017. С. 261–263.

10. Плюта О. П. Українська кухня як складова соціальної культури суспільства // Всеук. наук.-теорет. конф. «Українське суспільство: основні виміри, 25 травня 2017 р., м. Київ. Київ, 2017. С. 93–94.

11. Плюта О. П. Внутрішньокультурні чинники формування національної кухні // III Міжнар. наук.-практ. конф. «Інформація та культура в забезпеченні сталого розвитку людства», 15 листопада 2017 р., м. Маріуполь. Маріуполь, 2017. С. 73–75.

12. Плюта О. П. До питання вивчення національної кухні як складової соціальної культури // Міжнар. наук.-практ. конф. «Гуманітарні студії НАКККіМ-2017», 23 листопада 2017 р., м. Київ. Київ, 2017. С. 214–216.

ЗМІСТ

ВСТУП	17
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ КУХНІ	23
1.1. Стан наукової розробленості проблеми та джерельна база дослідження	23
1.2. Поняттєво-категоріальний апарат	40
1.3. Кухня як складник соціальної культури	53
Висновки до розділу 1	64
РОЗДІЛ 2. НАЦІОНАЛЬНА КУХНЯ ЯК ВІДОБРАЖЕННЯ СОЦІОКУЛЬТУРНИХ ЗМІН	66
2.1. Еволюція національної кухні як відповідь на культурні запити	66
2.2. Національна кухня в контексті сучасної культури	88
2.3. Їжа та кухня в системі ціннісно-ментальних символів культури	100
Висновки до розділу 2	116
РОЗДІЛ 3. ГАСТРОНОМІЧНА РЕФЛЕКСІЯ У СУЧАСНИХ КУЛЬТУРНО-МИСТЕЦЬКИХ ПРАКТИКАХ	119
3.1. Репрезентація кухні в кіно- і телевізійному просторі	119
3.2. Кухня як засіб пізнання та просування національних традицій: гастрономічні тури і фестивалі	133
3.3. Гастрономічна дипломатія як важливий напрям промоції країни та складник культурної політики	151
Висновки до розділу 3	165
ВИСНОВКИ	167
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	173
ДОДАТОК	206

ВСТУП

Обґрунтування вибору теми дослідження. У культурі кожного народу завжди присутнє загальне й особливе одиничне, тобто національно-специфічне, що визначає систему ціннісно-смилових та ментальних символів, які репрезентують етнонаціональну самобутність нації, національну культуру, забезпечують її єдність та відмінність від інших культур. Одним із таких національно-специфічних явищ культури є національна кухня – не просто характерний стиль приготування та споживання їжі, а й відображення діяльнісно-практичного освоєння навколишнього світу в межах соціальної культури певної країни.

Національна кухня, як і національна культура, з одного боку, успадковує традиційні культурні смисли, які ґрунтуються на традиційних етнічних, міфологічних і почасти релігійних цінностях, а з іншого – її збагачують зміни та уявлення, які відображають актуальну соціальну реальність. Це визначає формування в національній кухні водночас і якостей транслятора традиційних цінностей, і своєрідного індикатора та маркера соціокультурних змін. Крім того, нині національна кухня стала частиною культурної дипломатії, зокрема гастрономічної, визначеної одним із нових засобів пізнання і просування культурних традицій країни у світі, у т. ч. кулінарних.

Важливість культурологічного дослідження національної кухні зумовлена також тим, що на прикладах становлення і поступових культурно-цивілізаційних змін у цій важливій сфері соціальної культури можна простежити й осмислити такі складники загальнокультурного процесу, як акумуляція соціально значущих знань, міжпоколіннева трансляція соціокультурного досвіду, соціокультурне комунікування,

мінливість культурних явищ, міжкультурна інтеракція тощо. Сьогодні кожен з цих напрямів вимагає повнішого висвітлення і підтвердження конкретними прикладами. У сучасних умовах стрімких соціокультурних змін національна кухня потребує ґрунтовного вивчення, зокрема з огляду на її численні трансформації та необхідність вироблення механізмів збереження неповторного колориту кулінарних традицій. При цьому в сучасній культурології, зокрема українській, феномен кухні й досі не став об'єктом наукового аналізу. Відтак аналіз кухні як маркера соціокультурних змін та засобу промоції національної культури країни актуалізує дослідження її трансформацій у межах культурології.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.

Дисертацію виконано відповідно до теми наукової роботи кафедри культурології Київського національного університету культури і мистецтв «Трансформаційні процеси соціальної культури в Україні» (реєстраційний номер 0117U002887).

Мета дисертації – з'ясувати особливості трансформації національної кухні під впливом соціокультурних змін.

Відповідно до мети визначено такі **завдання**:

- проаналізувати теоретичні й методологічні напрацювання стосовно дослідження кухні з метою обґрунтування використання культурологічного підходу до її вивчення;
- виявити специфіку кухні як складника соціальної культури;
- з'ясувати чинники формування, особливості трансформації харчових практик та національної кухні в умовах зміни культурно-цивілізаційних смислів;
- обґрунтувати розуміння їжі та кухні як ціннісно-ментальних символів національної культури, зокрема української;
- розкрити зміст та форми гастрономічної рефлексії у культурно-мистецьких практиках сучасності;

– проаналізувати тематичні фестивалі й тури, а також гастрономічну дипломатію як форми міжкультурної інтеракції та складники культурної політики.

Об'єкт дослідження – національна кухня як феномен соціальної культури.

Предмет дослідження – трансформація національної кухні в умовах соціокультурних змін.

Методи дослідження. Найбільш значущими для дослідження стали такі *підходи*: *системний*, який дав змогу розглянути кухню як цілісну систему з урахуванням усіх її складників; *комплексний* – всесторонньо дослідити особливості трансформації кухні у взаємозалежності з різними соціокультурними змінами; *феноменологічний* – розглянути національну кухню як феномен соціальної культури; *культурологічно-історичний* – простежити зміни, що відбувалися у сфері харчування в різні культурно-історичні періоди; *культурно-мистецький* – проаналізувати напрями репрезентації кухні в культурно-мистецьких практиках сучасності, а також *загальнонаукові методи* (аналізу і синтезу, формалізації, абстрагування та ін.), використані для чіткого визначення ключових понять дисертації, формування уявлення про національну кухню як частину соціокультурної реальності.

Методологія дослідження ґрунтується також на застосуванні міждисциплінарного підходу в межах парадигми системності й наукового плюралізму, що передбачає звернення до методологічних підходів, синтезованих з різних галузей соціогуманітаристики (культурологія, філософія, соціологія, етнографія, етнологія) з метою глибшого проникнення в сутність досліджуваного феномена й отримання максимально повного знання про нього.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в тому, що в дослідженні:

Уперше:

- концептуалізовано та запропоновано методологію дослідження кухні в межах теорії та історії культури;
- обґрунтовано авторське визначення національної кухні як феномена соціальної культури;
- уточнено зміст поняття «кухня» у його співвідношенні із трансформаційними соціокультурними тенденціями загальносвітового масштабу;
- обґрунтовано, що національна кухня є відображенням соціокультурних змін у суспільстві, виявляє здатність до їх рефлексії, а також утримує достатню кількість потенцій для збереження національних традицій і ментальних смислів.

Удосконалено:

- поняттєво-категоріальний апарат дослідження у контексті формування ієрархії ключових понять, пов'язаних з їжею, її приготуванням та споживанням;
- уявлення про культурно-цивілізаційні чинники трансформації соціальної культури із зверненням уваги на харчові практики;
- положення про семантику складників національної кухні, а також закономірності трансляції інформації, закодованої в атрибутах сфери харчування, що дає змогу вести мову про їх здатність до архетипізації та набуття якостей національно-ментальних символів.

Набули подальшого розвитку:

- теоретичні положення про особливості зміни харчових практик під впливом глобалізаційних процесів на рівні суспільства та індивіда;
- висновки про діалектичну природу національної кухні як соціокультурного феномена, який, з одного боку, відкритий для впливу інших культурних практик, а з іншого – зберігає національну специфіку;

– уявлення про особливості рецепції національної кухні та вплив процесів її трансформації на носіїв ціннісно-ментальних смислів відповідної культури;

– рекомендації з підвищення ефективності культурної політики, реалізація якої повинна орієнтуватися на харчування як одну із сфер репрезентації та просування національних традицій, зокрема у формі тематичних фестивалів, турів та заходів гастрономічної дипломатії.

Практичне значення одержаних результатів полягає у можливості їх застосування в розробці різноманітних проектів у галузі культури, зокрема гастрономічної дипломатії, та державних програм з популяризації традицій національної культури, у т. ч. кулінарних. Матеріали дослідження можуть бути також використані у викладанні курсів з теорії та історії культури, культурології, спецкурсів з культури повсякденності, гостинності, ресторанного і туристичного менеджменту.

Особистий внесок здобувача. Дисертація є самостійною роботою, здійсненою в галузі теорії та історії культури. Теоретичні обґрунтування, практичні розробки, фактологічні дані, висновки й положення наукової новизни здобуті автором у результаті самостійних досліджень. Всі наукові публікації є одноосібними.

Апробація матеріалів дисертації здійснювалася на міжнародних та всеукраїнських наукових конференціях: Шостій Міжнародній науково-творчій конференції «Трансформаційні процеси в мистецькій освіті та культурі України XXI ст.» (Київ, 2017), III Міжнародній науково-практичній конференції «Інформація та культура в забезпеченні сталого розвитку людства» (Маріуполь, 2017), XIII Міжнародній науково-практичній конференції «Євроінтеграційні процеси в сучасній Україні: культурно-мистецькі аспекти розвитку» (Рівне, 2017), Міжнародній науково-теоретичній конференції «Гуманітарні студії НАКККиМ–2017»

(Київ, 2017), Всеукраїнській науково-теоретичній конференції «Українське суспільство: основні виміри» (Київ, 2017) та ін.

Публікації. Основні положення, наукові результати та висновки дослідження висвітлені в 12 одноосібних публікаціях, 6 із яких опубліковано у фахових виданнях, затверджених МОН України, 2 – у виданнях, внесених до міжнародних наукометричних баз, 4 – праці апробаційного характеру.

Структура та обсяг дисертації. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (357 найменувань), додатку. Загальний обсяг дисертації становить 207 сторінок, із яких 156 – основного тексту.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ КУХНІ

1.1. Стан наукової розробленості проблеми та джерельна база дослідження

Вивчення харчування людини – тема надзвичайно різнопланова: вона об'єднує медичні, психологічні, морфологічні, фізіологічні, біохімічні дослідження та етнографічні спостереження, фольклор, аналіз археологічних джерел і письмових свідчень. Окреме коло проблем пов'язане з вивченням господарської діяльності, торгівлі та економічного укладу населення відповідної території. Наукою доволі добре вивчено два аспекти харчування: споживання (в межах фізіології і дієтології) та виробництво (в межах економіки, бізнесу і технічних наук). Але їжа – це ще й один із найважливіших чинників соціального і культурного життя людини, провідник ідеалів та цінностей, компонент етнічної, релігійної, соціальної ідентичності. У цьому аспекті їжа та особливості харчування досліджені вкрай недостатньо.

Перші писемні згадки про Україну доволі фрагментарно описують їжу її населення, його побут та звичаї. «Повість минулих літ» [189] містить відомості з культури та побуту населення Київської Русі, зокрема згадки про деякі традиційні страви – кутю, вівсяний кисіль тощо.

Унікальні відомості про український народ, культуру і побут різних верств суспільства, які охоплюють значний проміжок часу, зокрема з XV до середини XVII ст., містяться в описах мандрівника і письменника Павла Алеппського [170], визнаних найдокладнішим і найприхильнішим свідченням про Україну середини XVII ст., мандрівника із Фрісландії

Ульріха фон Вердума [207], який, крім характеристики міжконфесійних відносин в Україні та духовних засад католицизму і православ'я, докладно описав міста та села західноукраїнського регіону, у тому числі особливостей його кухні.

Частково питань побуту і звичаїв мешканців Львова, Кам'янця, Прилук, Переяслава та інших міст України торкається у своїй праці «Щоденник 1594 року» [127] посол німецького короля Рудольфа II Еріх фон Стеблау Лясота (Ласота). Попри те, що «Щоденник...» вважається унікальним джерелом з історії України другої половини XVI ст., конкретної інформації про харчові уподобання українців у ньому вкрай мало.

Праця французького військового діяча і дипломата П'єра Шевальє «Історія війни козаків проти Польщі» [271], зокрема розділ «Розвідка про землі, звичаї, спосіб правління та релігію козаків», є корисним джерелом для вивчення не лише історії визвольної війни українського народу 1648–1654 рр., а й містить певні етнографічні матеріали, які можуть бути використані для характеристики кухні українців. Розділ, побудований на тогочасних письмових та усних джерелах, частково на особистих спостереженнях автора, містить, поряд із легендарними і помилковими твердженнями, чимало даних, які не втратили й донині свого історико-етнографічного значення.

Про українців як про народ, вправний у хліборобстві, із захопленням у середині XVII ст. писав у своїй праці «Реляція про походження та звичаї козаків» [42] посол Венеціанської Республіки Альберто Віміна да Ченеда.

Видатний німецький учений і мандрівник, основоположник антропогеографії Йоган Георг Коль у своїх працях «Подорож в Південну Росію» (1841), «Україна. Малоросія» (1841), «Подорож по Росії і Польщі. Буковина, Галичина, Краків, Моравія» (1841) [305; 306; 307] вмістив багато відомостей про природні умови, економіку, торгівлю, історію та культуру України. Автор описує не лише збройні сили України, а й городи біля

українських хат, на яких, крім квітів і зілля, росли кавуни, гарбузи, огірки та інша «плекана на Україні городина».

Варто також згадати праці німецького і французького історика, географа Жан-Бенуа Шерера «Найстаріший руський літопис святого Нестора та його продовжувачів» (1774) [273], «Історія торгівлі Росії з поясненнями» (з розділом «Торгівля Малоросії, або України») (1778) [18, с. 635–636], а також «Аннали Малоросії, або Історія запорозьких і українських козаків» (1788) [314], яка стала першим у західноєвропейській науці загальним оглядом географії та історії України.

Серед публікацій іноземців, які творили уXVII ст., найґрунтовнішою вважається «Опис України, кількох провінцій Королівства Польського, що тягнуться від кордонів Московії до границь Трансільванії, разом з їхніми звичаями, способом життя і ведення воєн» [21] французького інженера та картографа Гійома Левассера де Боплана. Це фактично перший в європейській літературі огляд географічно-природних умов життя, економіки та побуту, традицій і звичаїв українського народу, а також його сусідів і ворогів та їхніх взаємин. «Опис України» Г. Боплана всебічно характеризує економічне і соціальне, культурне і політичне життя України 30–40-х рр. XVII ст., зокрема їжу її населення, його вірування, звичаї та обряди.

Усі згадані та інші праці дають підстави вважати період із XV ст. і до 60-х рр. XIX ст. часом накопичення етнографічних матеріалів про українців, їхній побут, звички, зокрема про харчування.

У другій половині XIX ст. в історичній та етнографічній науці сформувався дослідницький інтерес до їжі як частини культури народу. Специфіка цих галузей знання визначила особливості ранніх досліджень і кут зору на проблему. Для досліджень кухні цього періоду характерна фрагментарність та використання їх у допоміжних цілях – для ілюстрації основних положень історичних чи етнографічних розвідок, у яких переважав фактографічно-описовий підхід.

Однією з перших спроб висвітлення питань їжі і харчування українського народу є стаття Акіма Канівського «Народна їжа в Золотоношському повіті» [8, с. 5], в якій подано перелік основних страв, способів їх виготовлення і вживання, розглянуто звичаї й обряди, пов'язані з харчуванням, а також звернено увагу на прояви класової нерівності в їжі і харчуванні українського селянства. В іншій своїй праці – «Кілька заміток про народну їжу в Золотоношському повіті» («Полтавські губернські відомості», 1855 р.) [8, с. 6] – дослідник охарактеризував допоміжні заняття селян (рибальство, мисливство й ін.).

У 80-х рр. XVIII ст. О. Шафонським була написана праця «Чернігівського намісництва топографічний опис» (Київ, 1856) [269], у якій висвітлюється питання походження українського народу, розглядаються регіональні особливості житла, засоби пересування, ремесла, звичаї та обряди, одяг, а також традиційна їжа українців.

Історик XIX ст. О. Терещенко у праці «Побут російського народу» [233] докладно описує одяг, помешкання, особливості домоведення, звичаї і забобони, харчування наших предків та їхні смакові вподобання, відносячи початок кулінарного мистецтва приблизно до XII ст.

Систематичним дослідженням і водночас першою спробою тематичного етнографічного вивчення української народної їжі є праця відомого українського історика та етнографа середини XIX ст. М. Маркевича «Звичаї, повір'я, кухня та напої малоросіян» [148]. Попри те, що наведені дослідником відомості про кухню українців мають описовий характер і зводяться до переліку різних страв, ця праця є одним з найкращих надбань української етнографії. У розділі, присвяченому народній кухні, подано опис технології приготування 90 традиційних українських страв, а також десертів і напоїв [148]. Особливості харчування українців розкриваються етнографом і в описі свят, обрядів, звичаїв. Наведені М. Маркевичем відомості відображають широкий діапазон проявів кухні у життєдіяльності українців – від матеріальної сфери до духовної.

Значний спектр питань матеріальної і духовної культури українського народу висвітлено в дослідженнях М. Сумцова, відомого фольклориста, етнографа, літературознавця. Етнографічні відомості стосовно традицій харчування українців містять такі його праці: «Хліб в обрядах і піснях» [227], «Культурні переживання» [226].

Цінним джерелом для висвітлення питань української кухні є матеріали експедиції етнографа П. Чубинського [268], у яких описано народну їжу. Етнограф та фольклорист В. Милорадович у праці «Життя-буття Лубенського селянина» [152] докладно описує харчування різних регіонів.

З етнографічних досліджень, присвячених матеріальній культурі, варто відзначити працю Хф. Вовка «Студії з української етнографії та антропології» [43], один із розділів якої («Етнографічні особливості українського народу») присвячений народній їжі – «поживі», а також докладному аналізу мисливства, рибальства, хліборобства тощо.

Відомий етнограф А. Димінський у статті «Побут селян Каменецького і Проскурівського повітів Подільської губернії» [13] детально розглядає поширення основних рослинних культур, характеризує тваринництво, докладно описує народну кулінарію цього регіону, наводить деякі повір'я, пов'язані з їжею.

Український фольклорист С. Нос у праці «Поварство Українське» [266] подає перелік назв різноманітних страв (пісних і скоромних; різновидів борщу, печень, соленого, холодного, сушеного, солодкого) та напоїв (хмільні, меди, нехмільні), а також описує традиційні способи їх приготування.

Етнограф і фольклорист А. Онищук у праці «Народна пожива у Надвірнянському повіті» [71, с. 12] розглядає страви, поширені серед багатих і бідних жителів села Зелениці, спосіб їхнього приготування та вживання, перелік харчових запасів та умови зберігання, посуд, особливості

приготування та споживання їжі мешканцями Надвірнянського повіту (нині територія Івано-Франківської обл.).

Заслугує на увагу видана в 1929 р. книга «1-ша українська загально-практична кухня», автором якої була О. Франко [252]. Зміст цієї книги склали рецепти національних страв, численні ілюстрації та кольорові таблиці, словник рідковживаних слів і термінів з українського куховарства. Видання пропагувало традиційну українську кухню: майже всі продукти, відзначені в рецептурі як складники страв, були місцевого походження, а отже, і загальнодоступними. Крім того, у книзі була зроблена спроба наукового обґрунтування харчування українців. Передмову до цього видання, написану П. Франком – сином українського письменника І. Франка, чоловіком авторки, інженером-хіміком за фахом, можна вважати революційним проривом, оскільки на той час популярної та доступної всім верствам населення літератури, що містила б відомості про походження продуктів харчування, їх калорійність і вітамінний склад, про процеси травлення і правила поєднання продуктів харчування з метою забезпечення найбільшої користі від них для організму людини, було обмаль (можна відзначити лише праці В. Бабічева, М.Хмелевської, В. Ящинської [10; 261; 290]).

Серед публікацій кінця ХІХ – початку ХХ ст. варто також згадати праці, в яких розкриваються особливості харчування різних етнічних груп, що населяли територію сучасної України. Це, зокрема, дослідження В. Гнатюка «Народна пожива і спосіб її приправи у східній Галичині» [57], І. Голубовича – «Народна пожива у Снятинському повіті (с. Карлів, Покуття)» [59], Б. Заклинського – «Народна пожива в Косівському повіті» [88], П. Коненка – «Народна пожива у Скалатському повіті» [112], О. Яворського – «Народна пожива лемків» [282], а також статті Р. Даньковської – «Етнографічне дослідження українських обрядових печив» [67] та М. Дикарьова – «Малоруське слово «паляниця» і грецьке» [69].

Спробою висвітлення проблеми народної їжі та харчування є праця М. Левченка «Кілька даних про житло та їжу південнорусів» [131], у якій здійснено ґрунтовну характеристику харчування селянства під час постів і свят, а також висвітлено залежність народного харчування від сезону і пори дня, що робить її досить цінною.

Значну кількість старовинних рецептів українських страв і напоїв містить дослідження З. Клиновецької [108], де про найцікавіші з них подано історичні довідки.

Однією з найвідоміших гастрономічних книг ХІХ ст. є «Фізіологія смаку, або Трансцендентальна гастрономія» [293] Ж. А. Брійя-Саварена, французького громадського діяча, кулінара і таємного автора цієї праці. За свідченнями Ж. А. Брійя-Саварена, «Фізіологія смаку» переслідувала дві мети: по-перше, зібрати основні принципи науки про харчування – гастрономії, яка повинна зайняти своє місце серед наук; по-друге, наочно відокремити гурманство від обжерливості і пияцтва. Ця книга – еkleктичний збірник афоризмів, кумедних історій, анекдотів і серйозних міркувань про хімію та фізіологію харчування. Вважаючи приготування їжі ремеслом, Ж. А. Брійя-Саварен намагався пов'язати гастрономію із природознавством, хімією та політичною економією. Водночас автор подає свою психологічну класифікацію гурманів, а також дієтичні рекомендації.

До аналізу практик харчування звертається у своїй статті «Соціологія трапези» [91] й один із мислителів новітнього часу, німецький філософ і соціолог Г. Зіммель. Трапеза цікава Г. Зіммелю як конкретна історична форма прояву соціальної взаємодії, передусім спілкування, так само, як і Н. Еліасу, який на підставі механізму зміни поведінки за столом намагався простежити соціально-генетичні напрями цивілізаційного поступу людства [277].

Перші спроби перейти від протоколювання окремих фактів харчування до його аналізу належать представникам школи «Анналів», що звернулася до досліджень повсякденної культури в її взаємозв'язку із

соціокультурною системою. Зокрема, французький історик та один із основоположників світ-системного аналізу Ф. Бродель спробував розглянути культуру харчування в контексті епохи з урахуванням економічних, політичних і соціальних чинників [24].

Становлення теоретико-методологічного напрямку у вивченні їжі як культурного феномена, що припадає на 1960–1970-ті рр., пов'язане із дослідницькою діяльністю структуралістів. У працях К. Леві-Стросса [128], Р. Барта [12] та М. Дугласа [81] набуває глибокого розроблення ідея їжі як специфічного культурного коду. Особливо важливим внеском у дослідження гастрономічних кодів культури є роботи К. Леві-Строса [128], у яких учений виявляє характеристики архетипічної моделі культури їжі і зазначає, що дослідження гастрономічної культури мають величезний евристичний потенціал, оскільки саме вона відображає симптоматику соціокультурних змін у цілому.

Структуралістські дослідження стали стимулом для подальшого розвитку аналітичних праць, у яких їжа розглядається як особлива сфера культури, що перебуває у відносинах взаємозумовленості з історичним, соціальним і культурним контекстом. Так, економічні чинники формування гастрономічної культури виявилися в центрі уваги в працях антропологів Д. Гуді [300] та П. Харріса [302]; дослідженню гендерних аспектів практик приготування і споживання їжі присвячені праці С. Бордо [292] – письменниці, відомої своїм внеском у галузі сучасних культурних досліджень, зокрема у сфері «вивчення тіла».

На межі 1980–1990-х рр. у зарубіжній науці сформувався особливий напрям досліджень – *food studies*. Цей міждисциплінарний проект об'єднав істориків, етнографів, антропологів, соціологів, економістів і представників інших галузей знань. Цільовим завданням цього напрямку стало здобуття цілісного знання про сферу харчування. Проте дослідження в межах *food studies* характеризуються швидше розмаїтістю методологічних підходів та аспектів вивчення, ніж концептуальністю.

Віддаючи належне скрупульозності конкретних досліджень, не можна не відзначити, що відсутність єдності в дослідницьких настановах породжує мозаїчність уявлень про їжу як феномен культури. Так, американським економістом і соціологом Т. Вебленом було розроблено теорію демонстративного (або статусного) споживання їжі [32], згідно з якою спосіб життя й моделі споживання не лише відображають соціальні розходження, а й діють як засіб підтримки високого соціального статусу, відтак у процесі споживання відбувається символізація статусу, і це стосується, з погляду дослідника, переважно вищих класів.

Французький соціолог П. Бурдьє [25] розробив так звану концепцію смаку, згідно з якою людина у своєму повсякденному житті – чи це щоденна діяльність чи практики харчування, звертається до набутого досвіду. Дослідник називає це габітусом: «придбаною системою породжуючих схем» [25, с. 14], які породжують стійкі переваги – смаки. Інший важливий момент в аналізі П. Бурдьє – розрізнення «форми» й «змісту» у споживанні матеріальних об'єктів. Наочно демонструючи це розходження, учений наводить у якості прикладу соціальний простір продуктів харчування.

Для праць британського соціального антрополога Е. Ліча характерний культурно-сакральний підхід (він найповніше розкрив суть здійснення практик харчування). У праці «Культура й комунікація: логіка взаємозв'язку символів» [135] Е. Ліч розглядає харчування як елемент культурної, а іноді й сакральної практики, припускаючи, що всі різноманітні невербальні параметри культури, такі, як їжа, приготування їжі й ін., організовані в модельні конфігурації так, щоб використовувати закодовану інформацію за аналогією зі звуками, словами звичайної мови [120, с. 16].

Серед сучасних досліджень у сфері food studies варто виокремити працю британського історика Ф. Фернандеса-Арместо «Близько тисячі столів: історія їжі» [298], у якій автор здійснює історико-культурологічний аналіз феномена їжі (становлення харчового режиму людини – від обробки їжі вогнем до сучасного фаст-фуду). Треба також відзначити антропологічні

дослідження М. Добровольської «Людина і її їжа» [72] та А. Козлова «Їжа людей» [109], присвячені аналізу харчових відносин людини з навколишнім середовищем у межах певних екосистем. Зокрема, А. Козлов з погляду лікаря й антрополога розглядає причини виникнення відмінностей у харчуванні представників різних груп населення планети – жителів тропіків, спекотних пустель, помірного клімату, високогір'я, Арктики.

Найцікавішою з огляду концепту їжі в культурі повсякденності є концепція символічного значення їжі сучасного соціолога й культуролога С. Кириленка [104; 105]. У своєму підході С. Кириленко на основі аналізу історії становлення уявлень про харчування стверджує, що традиційно споживання розглядалося як спосіб задоволення базових людських потреб за допомогою товарів, продуктів харчування, внаслідок чого виникає процес соціального конструювання почуття ідентичності, тобто приналежності до тієї чи іншої групи. Приміром, споживання певних продуктів для позначення себе як члена певного класу, субкультури або, навпаки, – для підкреслення свого перебування поза нею [106].

Заслуговує на увагу й праця американського соціолога Дж. Рітцера «Макдональдизація суспільства 5» [201], де під процесом «макдональдизації» розуміється не саме поширення ресторанів швидкого харчування мережі «Макдональдс» по всьому світу, а насамперед перетворення тих функціональних принципів, на яких ґрунтується ресторанний бізнес цієї мережі, на базисні принципи організації сучасної соціального життя, що сприяють її подальшій раціоналізації.

У гуманітаристиці проблемне поле «їжа і культура» розроблялося переважно етнографами та філологами. Так, етнографічний підхід до дослідження їжі пов'язаний переважно з дослідженням функцій і семантики їжі в традиційних суспільствах, як це властиво для праці І. Дмитрук «Гуцульщина в етнографічних дослідженнях кінця XIX – початку XXI ст.» [71]. Дослідницею розкрито рівень вивчення в етнографічних працях матеріальної і духовної культури гуцулів, теорії їхнього походження,

територіальні межі проживання, декоративно-прикладне мистецтво та народну творчість, зокрема проаналізовано матеріальну культуру та господарство гуцулів, їхню їжу, родинні звичаї і традиції.

Філологічні ж розвідки концентруються навколо семантики харчових образів у художніх творах та етнолінгвістичних дослідженнях традиційної їжі. Так, естетична активність образів їжі і напоїв у творах М. Булгакова досліджена В. Хіміч [257], сучасний стан дослідження сучасної мови кулінарії – Г. Мелех [151].

На поєднанні лінгвістики, фольклористики й етнографії розвиваються етнолінгвістичні дослідження традиційної їжі, серед яких варто виокремити працю «Слов'янська етнолінгвістика: питання теорії» М. Толстого та С. Толстої [236], присвячену теоретичним питанням слов'янської етнолінгвістики, її основним поняттям і методам, співвідношенню з іншими гуманітарними дисциплінами – мовознавством, фольклористикою, етнографією. Зокрема, автори розглядають такі питання, як: коди культури і культурні концепти; символічна мова культури; символічна мова дій; вторинна функція обрядового символу; термінологія обрядів і вірувань як джерело реконструкції давньої духовної культури; аспекти, критерії й ознаки слов'янської культурної спільності.

Об'єктом дослідження К. П'янкової у праці «Лексика, що позначає категоріальні ознаки їжі, в російській мовній традиції: етнолінгвістичний аспект» [194] є діалектні і загальнонародні лексичні одиниці російської мови, які називають кислу, солону, солодку і жирну їжу, а також слова, поєднані з ними семантико-мотиваційними зв'язками. Загальнонародна лексика російської мови розглядається автором у доповненні з даними й інших слов'янських традицій, зокрема лексикою і фразеологією української мови. Вивчення так званої «харчової» лексики, зокрема української мови, дало дослідниці змогу реконструювати втілений у мові фрагмент традиційної картини світу.

Окремо треба відзначити відомого дослідника і популяризатора кулінарії В. Похльобкіна, який у своїх працях докладно виклав історію національних кухонь народів Радянського Союзу, охарактеризував особливості й технологічні прийоми кожної з них. Основний зміст його праці «Національні кухні наших народів» [192] становлять рецепти приготування національних страв народів колишнього СРСР.

Серед етнографічних досліджень на увагу заслуговують праці визнаного українського етнографа Л. Артюх, у яких розглянуто різні аспекти народної їжі, здійснено спробу описати і класифікувати щоденну та святково-обрядову їжу українського селянства другої половини ХІХ – початку ХХ ст., проаналізувати її соціальні функції, з'ясувати тенденції розвитку їжі та харчування народу на сучасному етапі [5; 6; 7; 8]. Зокрема, у монографії «Українська народна кулінарія (історично-етнографічне дослідження)» [8] дослідницею висвітлено особливості їжі і харчування українського народу як елемента матеріальної культури, а також подано етнографічний опис і класифікацію повсякденної та святкової обрядової їжі українського селянства доби капіталізму, проаналізовано її соціальну функцію. У монографії українська кухня висвітлюється не у вузькому розумінні, коли відомості зводяться до переліку страв та опису технології їх приготування, а досліджується українська система харчування взагалі: набір традиційних для української кухні харчових продуктів, способи їх обробки і технологія приготування страв, режим повсякденного харчування, харчові обмеження, заборони й переваги, асортимент щоденних та обрядових страв, звичаї, пов'язані безпосередньо з приготуванням і споживанням їжі. Л. Артюх, здійснюючи переважно етнографічний опис їжі й побуту українського селянства, з погляду суспільно-економічного розвитку обґрунтовує, що саме ця верства населення була тим середовищем, де зберігалися традиції народного харчування.

Проблеми їжі і харчування висвітлюють і дослідники українського побуту – В. Борисенко [22], О. Кравець [115], О. Кувеньова [118],

В. Маланчук [145], В. Наулко [161], В. Супруненко [228], розглядаючи ці питання у зв'язку з іншими. Так, В. Наулко у праці «Культура і побут населення України» [161] подає огляд основних етапів етнічної історії України, розвитку різноманітних сфер матеріальної та духовної культури її населення, наводить відомості про українську діаспору та її культурні надбання.

С. Яценко у статті «Традиційна народна їжа як предмет етнографічного дослідження» [289] аналізує праці вчених, які досліджують українські страви і традиції харчування українців. М. Жовнірова та Р. Дьяченко, досліджуючи питання харчування як елемент традиційно-побутової культури українців, звертають, зокрема, увагу й на тенденцію звуження якісного розмаїття повсякденного меню через недостатнє використання народних традицій українців у харчуванні [86]. Ю. Ліпец розкриває традиції харчування в українській культурі [137].

А. Волкова у статті «Науково-етнографічне дослідження особливостей технології страв української національної кухні» [46] досліджує особливості технології продукції української національної кухні, зумовлені історичними та етнографічними детермінантами.

Однією з перших публіцистичних розвідок стосовно осмислення системи харчування сучасних українців у процесах всезростаючої соціальної напруги та інтенсифікації ритму повсякденних відносин є праця В. Панченка «Українське національне харчування: минуле і майбутнє. Уроки здоров'я» [172], у якій дослідник на підставі соціально-диференціальних характеристик звертає увагу на особливості національної системи харчування та найбільш небезпечні модуси її трансформації.

Серед українських учених, письменників-документалістів, які цікавилися означеною проблематикою, варто також виокремити Ю. Винничука [37], В. Коротича [114], І. Набруску [159] та ін. Проте роботи цих авторів мають здебільшого публіцистичний характер, хоча й містять

цікавий фактичний матеріал. Зокрема, І. Набруско у статті «Сучасні гастрономічні практики як дзеркало українського суспільства» розкриває імперативний характер гастрономічних практик у межах соціального простору сучасної людини, Ю. Винничук у книзі «Таємниці львівської кави» – давні традиції вживання кави, висловлювання про неї відомих людей, секрети її приготування, описує захоплюючі легенди, цікаві історії про неї тощо.

Вагомим сучасним доробком з означеної проблематики, у якому подано традиційні назви для фахівців, котрі досліджують спадщину українців з метою відродження забутих традицій, є упорядкований дослідницею Н. Чапленко спеціальний термінологічний словник з поясненнями «Українські назви з куховарства й харчування» [244]. Видання налічує біля 3500 назв і є одним з унікальних доробків, оскільки в ньому зібрано й зафіксовано найповніший перелік куховарських термінів та їхніх дефініцій.

Спробою цілісного культурологічного аналізу сфери харчування є праці таких сучасних зарубіжних дослідників, як історик-медієвіст М. Монтанарі [155], фахівець з історії харчування Ж.-Ф. Ревель [199], та сучасна дослідниця М. Загидулліна [87]. Так, М. Монтанарі, викладач єдиного в світі Університету гастрономічних наук, у своїй книзі «Голод і достаток. Історія харчування в Європі» простежує еволюцію традицій харчування в Європі з III по XX ст.

Французький філософ і письменник Ж.-Ф. Ревель у праці «Кухня і культура: Літературна історія гастрономічних смаків від Античності до наших днів» описує гастрономічні зміни від Афін часів Перикла до нової кухні, зокрема імператорський Рим, європейське Середньовіччя, відкриття Нового Світу, звідки прийшли невідомі до того часу продукти, через Італію Медичі, Францію Людовика XIV, не забуваючи про значення національної кухні і народних традицій. Публіцист і культуролог М. Загидулліна у

третинній праці «Раціон» [87] докладно розкриває питання харчування в контексті національної ідеї та з погляду духовності і служіння.

Сучасна дослідниця М. Капкан у праці «Феномен гастрономічної культури: специфіка форм репрезентації (на прикладі Росії XIX–XX століть)» [99] розглядає форми репрезентації гастрономічної культури на матеріалі кулінарних книг, що виходили в Росії і Європі в різний час і трансливали канони або антиканони гастрономічної культури.

У працях І. Сохань аналізується гастрономічна культура глобалізованого суспільства [218], зокрема тоталітарна гастрономічна культура, яка, будучи функціоналом та інструментарієм тоталітарної влади, переслідує її базову мету – реконструкцію людської суб'єктивності відповідно до тоталітарного ціле покладання [221].

Чи не є єдиним ґрунтовним дослідженням в Україні, дотичним до проблематики кухні, є докторська дисертація В. Ніколенка «Гастрономічні детермінанти суспільного життя: соціологічний вимір» [164], у якій обґрунтовано, з одного боку, зв'язок між гастрономічним виміром суспільного життя, а з іншого – із соціальними процесами та відносинами в ретроспективному та сучасному контекстах. Однак об'єктом цього дослідження є гастрономія як суспільний феномен, а не безпосередньо українська кухня.

Розробленню теоретичних основ соціокультурного аналізу соціальних явищ і процесів, а також можливостей його інструментального використання в дослідженні сучасних культурних процесів присвячені праці О. Ахієзера [9], М. Вебера [30], С. Григор'єва [62], Т. Парсонса [173], П. Сорокіна [217], А. Фурмана [255] й ін.

Теоретичні уявлення про соціальний процес, соціальну статику і динаміку, соціальну інфраструктуру, соціальну роботу тощо належать М. Веберу [31], О. Морщаковій [156], В. Пазенку [171] та ін.

Формування соціокультурної методології досліджень пов'язано, зокрема, із працями П. Сорокіна [216], Ш. Ейзенштадта [276] та ін.

Отже, усю сукупність праць, предмет вивчення в яких стосується теми цього дослідження, можна систематизувати за такими групами:

–праці, у яких їжа та харчування розглядаються з погляду культурно-цивілізаційних чинників розвитку людства (Г. Зіммель, Ф. Бродель та ін.) і студії представників food studies (Т. Веблен, П. Бурдьє, Е. Ліч та ін.), спрямовані на розроблення цілісного знання про сферу харчування;

– дослідження, в яких здійснено спроби цілісного культурологічного аналізу сфери харчування (М. Монтанарі, Ж.-Ф. Ревель, М. Капкан, С. Кириленко й ін.), та праці «навколокулінарної» тематики, котрі становлять суттєву частину історіографії дисертації (Ж. А. Брійя-Саварен та ін.);

–праці, які інтегрують окремі аспекти дослідження у сфері харчування: етнографічні розвідки, автори яких безпосередньо звертаються до проблеми їжі в контексті повсякденності (Л. Артюх та ін.), матеріальної (М. Маркевич, М. Сумцов та ін.) та побутової культури (В. Наулко й ін.); філологічні – семантики харчових образів у художніх творах (В. Хіміч та ін.); етнолінгвістичні – діалектні і загальнонародні лексичні мовні одиниці (К. П'янкова й ін.); соціологічні – гастрономічних детермінант суспільного життя (В. Ніколенко), антропологічні – антропология харчування (А. Козлов та ін.);

–праці з історії їжі та окремих харчових продуктів (Ф. Фернандес-Арместо й ін.), а також нариси іноземних мандрівників і дипломатів про українські території (Г. Л. де Боплан, Й. Г. Коль).

Можна стверджувати, що протягом тривалого часу фахівці з різних галузей знань виконали значну роботу з теоретико-методологічної розроблення різних аспектів вивчення проблематики харчування, зокрема й національної кухні, з аналізу та узагальнення набутого в цій сфері досвіду. Водночас національну кухню не можна поки що назвати достатньо дослідженою, оскільки значна кількість питань і досі потребує прояснення, зокрема національна кухня знаходиться серед понять, культурологічна

рефлексія яких на сучасному етапі свідчить здебільшого про зародження дослідницької традиції, ніж про її сталий розвиток. Тим більше, що національна кухня нині стрімко трансформується під впливом соціокультурних змін в усьому світі, вимагаючи всебічного і ґрунтовного осмислення.

Джерельну базу дослідження становлять:

1) збірники рецептів, або куховарських книг. У 60–70-х рр. ХХ ст. Українським науково-дослідним інститутом торгівлі та громадського харчування було видано низку збірників кулінарних рецептів, розрахованих на широке коло читачів. Крім рецептури й технології приготування майже 400 українських страв, які було складено на основі відновлених рецептів давніх українських страв, ці видання містять ще й короткий (але ґрунтовний, не спотворений) опис з історії розвитку української кухні. До цих праць уведено матеріал про залежність здоров'я людини від їжі, зокрема відомості про харчові речовини та їх значення для здоров'я людини, про смак їжі і зовнішній вигляд страви як передумови, що сприяють збудженню апетиту, а, відтак і кращому засвоєнню їжі, про гігієну приготування та приймання їжі, про режим харчування [241; 242]. Ці видання сприяли поширенню традиційної української кухні, утвердженню її у сучасному побуті українців, що дійсно можливо, оскільки технологія приготування національних страв описана з урахуванням сучасного обладнання кухні. До вказаних треба додати й інші видання кулінарних рецептів [223; 224; 242; 243; 283], серед яких такі: «Страви на Свят-вечір», «Страви української кухні», «Українська кухня», «Українські страви», «Українська стародавня кухня: довідник», «Українська кухня» М. Поплавського [191] та багато інших, котрі сприяють популяризації української кухні;

2) спеціальна література із технології приготування страв [79; 101; 225];

3) інтернет-ресурси, що містять інформацію про гастрономічні фестивалі й тури [319; 340], масштабні каталоги фестивалів по всьому

світу [334; 346], а також безпосередні сайти цих міжкультурних атракцій [322; 341; 344; 348; 351];

4) сайти телевізійних каналів, що транслюють кулінарні шоу: «СТБ», «1+1», «Україна» [336; 337; 338] та ін.;

5) сайти ресторанів «Шинок», «Рідна хата» [320; 327–333] й ін.;

6) сайти національних та міжнародних організацій і навчальних закладів, що функціонують у сфері гастрономічного туризму [342; 346; 347; 353–357];

7) зарубіжні художні і документальні фільми, в яких зображено різні страви або сюжет яких присвячений кулінарній тематиці.

Отже, протягом тривалого часу тема їжі для багатьох дослідників була периферійною. Незважаючи на зростання в сучасному суспільстві інтересу до гастрономічної проблематики, вивченням харчових практик переважно займаються етнографи/етнологи та фольклористи, а також класики історії культури, які заклали основи вивчення історії повсякденності. Відсутність системної уваги науковців до означеного питання актуалізує потребу культурологічного дослідження національної кухні як феномена соціальної культури, зокрема виявлення специфіки взаємовпливу національної кухні і соціальної культури в контексті соціокультурних змін.

1.2. Поняттєво-категоріальний апарат

Сфері гуманітарних досліджень їжі властива термінологічна невизначеність. Різноманітний характер цих досліджень породжує багатоманітність значень та аспектів вивчення, що позначаються відповідними поняттями. В одних працях вони вживаються як синоніми («гастрономічна культура» та «кулінарна культура», «гастрономічний дискурс» та «кулінарний дискурс» тощо), оскільки в них вивчається один і той самий об'єкт (наприклад, їжа), а в інших термінологічні відмінності пов'язані з нетотожністю предмета розгляду.

Серед усього різноманіття термінів, що використовуються в гуманітарних дослідженнях їжі, поняття «гастрономічна культура», як одне з найуживаніших, набуває значного поширення в різних галузях знання. В науковий обіг цей термін був уведений у другій половині ХХ ст., проте й досі залишається неоднозначним: одні розглядають гастрономічну культуру як сукупність страв, типових для певного народу, а інші – як оцінювальну характеристику у сфері приготування та споживання їжі.

У першому значенні означене поняття охоплює основні правила організації харчування, прийняті в певній спільноті, та конкретні страви, традиції, ритуали, пов'язані із приготуванням і прийомом їжі, що дає підстави говорити про гастрономічну культуру французів, італійців, китайців тощо.

У другому значенні гастрономічна культура ототожнюється із певним знанням, утіленим у практиці приготування і споживання їжі: побутує уявлення про країни «високої» і «низької» гастрономічної культури, що свідчить про можливість оцінювати її за певними критеріями. В обох випадках гастрономічна культура є ознакою певної регулятивності у сфері харчування, приналежності до певної культури.

Початок своєрідній «гастрономічній риторичі» було покладено жартівливою поемою французького письменника Ж. Бершу «La Gastronomie» (1800), три видання якої розійшлися протягом року, а згодом перекладеної іншими мовами [279, с. 439]. Однак більшої популярності здобув двотомник «Фізіологія смаку, або Трансцендентальна гастрономія» (1826) [293] Ж. А. Брійя-Саварена. У цьому трактаті автор розмірковує про гастрономію в аспекті цінностей науки, мистецтва та моральності. Гастрономія, як стверджує Ж. А. Брійя-Саварен, – це вінець усіх наук, оскільки вона передбачає обізнаність у сфері «природної історії», фізики, хімії, кулінарного мистецтва, комерції, а також політичної економії в частині оподаткування та «міжнародного обміну». Дослідник зазначає: «Гастрономія є проявом нашої здатності судити, чому ми віддаємо перевагу

приємним на смак речовинам, а не тим, які не мають цієї властивості... Гастрономія є науковим знанням всього того, що відноситься до харчування людини. Мета її – піклуватися про підтримку людини, надаючи їй найкраще харчування» [23]. На підставі цієї думки можна стверджувати, що гастрономія – це теоретична основа смакового задоволення, а також підстава наукової класифікації їжі, а отже, приготування і споживання їжі не формуються стихійно, а підпорядковуються певним правилам.

У сучасному значенні поняття «гастроном» (фр. *Gastronomie*, від грец. *Γαστήρ* – шлунок і *νόμος* – закон) розуміється як: 1) знання і розуміння кулінарії; 2) продукти харчування, переважно закусочні [212, с. 40]; 3) тонкий смак в їжі; розуміння тонкощів кулінарії; 4) сукупність харчових продуктів (товарів) високоякісного приготування [52]; 5) зведення всіх знань, що стосуються куховарського мистецтва і вміння користуватися його творами [51].

Отже, у тлумаченнях гастрономії насамперед звертають на себе увагу такі ознаки, які характеризують її як науку або мистецтво, як особливу групу харчових продуктів, а також здатність оцінити вишуканий смак їжі. У цьому значенні простежується певна «симетрія» смислів гастрономії з кулінарією як певним видом діяльності – приготуванням їжі, для чого необхідні відповідні пристосування (обладнання) та дотримання певних правил, закріплених у рецептах. Кулінарія поєднується з технологією приготування їжі взагалі, безвідносно до будь-якої особливої групи продуктів харчування або рівня тих навичок, якими володіє людина, залучена до приготування страв.

Виходячи з цих визначень, можна стверджувати, що гастрономія є теоретичною основою і регулятором відносин між людиною і їжею. Отже, властивість «гастрономічний» визначає явища, що мають відношення до теоретичного освоєння сфери харчування. Доповнення цього конструкту поняттям «культура» актуалізує нормативність гастрономічного знання та уявлення про специфічність означених норм і правил.

Так, згідно з К. Леві-Стросом, гастрономічна культура – це єдиний порядок культурного перетравлення природних речовин: «Отже, утворилися два порядки, які регламентують культурне перетравлення природних речовин: травлення ... складається з природної переробки продуктів, вже оброблених культурою. Що стосується правил поведінки за столом, то вони підняли культурну переробку будь-якого типу на другу сходинку» [129, с. 357]. Очевидно, що перший порядок становить кулінарне, а гастрономічне, що включає, проте, в себе кулінарне, є другим порядком, пов'язаних з організацією культурного простору, в якому людина здійснює свою взаємодію з кулінарним – по суті, трапезою.

Як сукупність певного культурного досвіду, наукових знань та усталених і новостворених нормативних практик, гастрономія, з погляду В. Ніколенка, визначає моделі поведінки і рефлексії стосовно їжі, допомагає людині орієнтуватися у процесах соціальної комунікації, створює відповідне тло для формування усталених міжособистісних та міжгрупових відносин [164, с. 73]. Тому, як вважає дослідник, не варто тлумачити гастрономію лише як теорію та практику куховарства, оскільки вона становить, що не менш важливо, і сукупність очевидних і латентних соціальних процесів, які репрезентують зв'язки між їжею й культурою, суспільним життям тощо [164, с. 73]. Відтак, на думку В. Ніколаєнка, «у структурованому вигляді гастрономічна культура є явищем поліаспектним, яке складається як мінімум із трьох важливих елементів: 1) культура вибору, приготування та обробки їжі (кулінарія); 2) комплекс моделей харчування та варіантів соціальної інтеракції за столом із відповідним регламентом та організацією трапези, а також їх зв'язками з різноманітними соціокультурними подіями та явищами; 3) рефлексія щодо процесів збирання, приготування, продажу, а також споживання їжі в ракурсі її онтологічних, символічних і соціальних ознак» [164, с. 73–74].

Згідно з іншим, схожим поглядом, гастрономічна культура – це система норм, які містяться в певній соціокультурній реальності і

детермінують, по-перше, кулінарний порядок приготування їжі, різних страв, їхній склад та поєднання; по-друге, гастрономічний порядок, яким прийнято називати практики, пов'язані з вибором харчових пріоритетів, зі способами їхнього зв'язку із повсякденним життям, різними подіями, варіантами організації та регламентації трапези; по-третє, аналіз та інтерпретація її ознак, властивостей тощо [221, с. 91]. Це визначення найповніше відображає змістовні елементи гастрономічної культури – кулінарну культуру, культуру прийняття їжі та гастрономічну рефлексію [99, с. 53].

Отже, кулінарна культура характеризує сферу приготування їжі. Основу кулінарної культури становлять уявлення про придатні до вживання продукти, правила їх поєднання й ін. Фактично кулінарна культура визначає технічний аспект приготування їжі, відповідний традиціям певної національної кухні. Кулінарна культура – це найчіткіше артикульований складник гастрономічної культури, що апелює до виробника і має два рівні: емпіричний (конкретні страви) і теоретичний (загальні принципи створення страв) [99, с. 32]. Саме кулінарна культура формує смаковий досвід індивіда, оскільки тісно пов'язана з архетипічними символічними значеннями продуктів харчування і передає значення, що описують причетність/непричетність до тієї чи іншої соціальної групи, міру сакральності/побутовості тощо [99, с. 35].

Культура прийняття їжі, на відміну від кулінарної культури, передбачає соціальний контекст, визначаючи межі соціально значущого у сфері прийняття їжі. Вона регламентує правила та норми поєднання страв, а також престижність їжі, страв та самої трапези, тобто правила столового етикету, в яких чітко артикуються норми прийняття їжі та уявлення про відносну соціальну і культурну цінність тих чи інших страв, способи організації трапези [99, с. 33].

Гастрономічна рефлексія – це уявлення про те, що таке їжа, яка її роль у житті людини і суспільства, що таке національна кухня тощо. Формами

представлення гастрономічної рефлексії є трактати про їжу, літературні твори, присвячені харчуванню, а також куховарські книги та паремійна література. Гастрономічна рефлексія тісно пов'язана з домінантами актуального соціокультурного контексту [99, с. 34].

Отже, гастрономічна культура передбачає пошук загальних закономірностей формування та функціонування харчових норм іє постійно змінюваною сукупністю значень, яка «... виникла і продовжує формуватися в людських діях: наших власних та інших людей, сучасників і попередників» [275, с. 134].

Для опису сукупності соціокультурних аспектів, пов'язаних із їжею, останнім часом використовується також поняття «практики харчування», або «харчові практики». До харчових практик відносяться склад використовуваних продуктів, способи їхньої обробки, набір характерних для певної нації (етносу) страв, дієтичні обмеження, режим харчування, обряди, пов'язані із процесом вживання їжі, особливі комунікативні жанри, які його супроводжують, використання їжі в ритуалах тощо [154]. Однак цей термін не можна вважати найбільш прийнятним для висвітлення гастрономічного аспекту культури, оскільки він не дає змоги звернутися до культурних значень їжі, які виробляються і підтверджуються в процесах соціокультурної взаємодії. Більше того, поняття «харчові практики» не дає змоги вийти за межі розуміння їжі як елемента повсякденності і розглядати її як особливий феномен культури.

Поняття «гастрономічна культура» часто ототожнюється з національною кухнею та національною кулінарною традицією. Однак між ними існують відносини цілого і частини. Більше того, для точності слововживання краще розрізняти поняття «національна кухня» і «національна кулінарна традиція». Перша становить конструкт, зумовлений певною соціокультурною ситуацією. Друга ж є гастрономічною традицією, що історично склалася, властивою цій культурній спільноті [99, с. 55]. «Національна кулінарна традиція» є більш широким поняттям, тоді як

«національна кухня» – це її репрезентативна частина. При цьому варто відзначити неоднозначність поняття «національна кухня»: з одного боку, вона є кулінарним феноменом, що розвивається стихійно, відповідно до внутрішніх закономірностей, а з іншого – це традиція, у яку закорінена національна кухня, що найчастіше є результатом певних політичних, економічних і культурних зовнішніх впливів.

Крім того, похідна категорія «нація» також має неоднозначне трактування, що не може не впливати на зміст понять з означенням «національний», до яких відноситься і національна кухня. З цього приводу англійський політолог Дж. Шварцмантель відзначає, що сьогодні такий звичний і зрозумілий концепт «нація» перетворився на пусту коробку, яку можна наповнити чим завгодно, як завгодно це назвати, позаяк через податливість націоналістичної ідеології дискурс націоналізму втратив свою зрозумілість. Люди більше сприймають зовсім інший дискурс нації [270, с. 168], тому можна використати будь-який відомий термін, концепт, слово, звернувшись до популістського стилю, що у відповідному контексті провокує в людях будь-які відчуття [270, с. 169].

Термін «кухня» також є багатозначним. Так, кухня – це: 1) окрема кімната із плитою, де готують їжу («родина снідає на кухні»); 2) набір меблів для такого приміщення («нова кухня з карельської сосни»); 3) спеціально обладнаний візок, машина, на якій готується їжа у військових або польових умовах («військова польова кухня»); 4) прихована, тіньова сторона діяльності, знайома тільки певним людям («політична кухня»);

5) набір, вибір і якість приготовлених страв («у цьому ресторані відмінна кухня»); 6) особливий перелік страв і технологія їхнього приготування, характерна для певної країни («українська, французька кухня») [213, с. 420].

Кулінарією є: 1) мистецтво приготування їжі; 2) магазин готових страв і харчових напівфабрикатів » [234]. Термін «кухня» походить від давньо-німецького *kuchī* на «кухня» від латинського *coquina*, від народно-латинського *sosina*, латинського *coquere* – «варити, куховарити». Через

німецьку мову слово було запозичене слов'янськими мовами; у цьому значенні його синонімами є: поварня, кашоварня, куховарня [84, с. 164–165]. Однак нормативне визначення поняття «національна кухня» на сьогодні відсутнє.

Досліджуючи національну кухню з використанням поглядів М. Капкан, треба мати на увазі систему колективних уявлень про харчові звички нації, ті страви, які вважаються репрезентативними для певної гастрономічної культури, і так звані спеціалітети, тобто продукти, специфічні для конкретної місцевості [99, с. 55–56]. Ці уявлення є доволі стійкими і поділяються всіма носіями певної культури, а також транслюються за її межі. У більшості випадків національна кухня постає як анонімна, позбавлена авторства, щотеж є однією з ознак загальності національної кухні, спробою представити її як таку, що перебуває в межах усної трансляції.

Поряд з національною кухнею існує й регіональна кухня. Відмінність між ними полягає в тому, що формування національної кухні відбувалося в новоутворених національних державах, а отже, стало наслідком становлення національної культури. Ті ж країни, в яких процеси націоналізації виявилися уповільненими, розвинули регіональну своєрідність, у т. ч. й кулінарну. Про неточність категорії «національна кухня» ведуть мову також історики кулінарії: «Гастрономічним осередком є регіон, а не нація» [199, с. 253]. Справді, певна однаковість у кліматичних умовах і культурних традиціях (як одних із визначальних чинників формування кухні) можлива лише на досить обмеженій території, і тоді можуть складатися правила і норми, що визначають характер їжі.

Національна кухня часто репрезентується як споконвічна, зближуючись своїми характеристиками з тією, котру називають народною, або селянською кухнею, тісно пов'язаною з уявленнями про споконвічність і традиційність. Проте і ця тотожність не відповідає дійсності. Народна кухня має локальний характер: вона ґрунтується на локальних доступних

продуктах і простих способах їхньої обробки, а транслюється за допомогою усної традиції з покоління в покоління, і, незважаючи на деяку спільність прийомів, становить сукупність окремих сімейних традицій. Народна кухня – це відображення економічного становища народу та вірувань, що поділяються всіма носіями певної культури. Безумовно, вона, з одного боку, є одним із способів збагачення професійної кухні, але це лише епізодичні контакти, а з іншого – у зв'язку із розвитком суспільства починає засвоювати досягнення професійної кухні, проте в своїй основі її норми зберігають усний характер побутування і специфіку, зумовлену кліматичними, географічними та історичними умовами. Ототожнення національної кухні з кухнею народною формує настанову на збереження традицій національної кухні, приписування їй символічної історії, що дає змогу створити історичну перспективу національної кухні і, ширше, національної культури [99, с. 65].

На противагу народній, професійна кухня вимагає спеціального навчання, а її принципи – письмової фіксації; вона передбачає застосування інновацій, постійне перетворення звичних методів приготування тощо, що дає підстави констатувати її тяжіння до розриву зв'язків із народною кухнею. Водночас через професійну обробку й переосмислення рецептів відбувається залучення традиційних практик приготування і споживання їжі в «актуальне сьогодення». Відбувається виникнення нових символічних значень їжі та соціокультурних цінностей [99, с. 65]. Отже, національна кухня – це утворення, що звертається до традицій, однак фактично вона має справу з актуальним станом гастрономічної культури.

Національній кухні властивий репрезентативний характер, оскільки вона існує як сукупність страв-символів, тобто таких страв, які представляють цю культуру в ситуації міжкультурної взаємодії та ідентифікують індивіда як представника певної культури. Це репрезентативні страви конкретної кухні, що в сукупності відтворюють основні її характеристики. Національні страви є об'єктами матеріальної культури і становлять абсолютні цінності для кожного народу, що

передаються з покоління в покоління. Потрапляючи в культуру, вони стають кулінаронами – найменуваннями страв і кондитерських виробів, які в культурі кожного народу міцно інтегровані в мовну систему і національний літературно-поетичний фонд, тобто кулінаронами входять до складу прислів'їв, приказок і фразеологізмів, а також використовуються в текстах художньої культури.

Протилежністю народній кухні є так звана вишукана, або висока кухня (фр. *Haute cuisine*, *Grande cuisine*), що з'явилася завдяки аристократам і королям (які намагалися дистанціюватися від повсякденної їжі, прагнули до незвичних і складних страв, приготовлених із місцевих та закордонних продуктів), а формування її специфічних ознак відбувалося протягом XIX ст. Основою цього напрямку в кулінарії є група гастрономічних стандартів, які походять із Франції. Висока кухня характеризується ретельним приготуванням і ретельною презентацією продуктів харчування (як правило, дуже дорогих і в поєднанні з рідкісними винами). Є кілька основних принципів, на яких ґрунтується висока кухня: тільки свіжі, якісні продукти; страви подаються вишукано; тільки оригінальні рецепти. Шеф-кухар – своєрідне «ядро» у високій кухні, дизайн, маркетингова стратегія, філософія ресторану підбираються тільки під нього. Висока кухня – це мистецтво, причому без конкретного стилю.

Для позначення одного зі споживацьких дискурсів у сфері харчування використовують поняття гастрономічного дискурсу, уперше вжите в 2003 р. А. Оляничем у праці «Презентаційна теорія дискурсу» [169]. Дослідник визначає цю категорію як вид комунікації, пов'язаний зі станом харчових ресурсів і процесами їхньої обробки та споживання: «гастрономічний дискурс – це також особливий вид спілкування, який використовує певні професійно-орієнтовані знаки: термінологію, усталені звороти, характерні морфосинтаксичні структури. З огляду на соціально-культурний контекст, цей тип дискурсу можна визначити як «спілкування + текст кулінарного рецепту + контекст». Гастрономічний дискурс як особливий вид масово-

інформаційного дискурсу припускає наявність учасників, хронотопу, цілей, стратегій, цінностей» [168, с. 429]. В іншій своїй праці А. Олянич розглядає гастрономічний дискурс як «особистісно-орієнтований тип так званої глютонічної комунікації (від лат. *Gluttonare* – їсти, харчуватися, пожирати, об'їдатися), що має інституційний характер. Гастрономічний дискурс безпосередньо асоційований з концептосферою “їжа”» [167]. Щоправда, у цій же статті автор використовує й інший термін – «глютонічний дискурс», змістом якого вважає формування харчових уподобань споживача та культурних домінант (столовий етикет, правила поведінки за столом тощо), пов'язаних з підтриманням життя через споживання їжі. Іншими словами, метою означеного дискурсу є формування цінностей, насамперед виходячи з головного постулату глютонічної комунікації: харчування є однією з необхідних умов біологічного виживання, оскільки для того, щоб жити, треба їсти [167].

П. Буркова у праці, присвяченій аналізу характеристик тексту кулінарного рецепта, визначає гастрономічний дискурс як складник мас-медійного дискурсу, представляючи його, услід за А. Оляничем, у вигляді формули «спілкування + текст кулінарного рецепта + контекст» [27]. При цьому дослідниця уточнює, що учасниками гастрономічного дискурсу є: «автор» – людина, яка володіє великим досвідом, навичками, вміннями, знаннями у сфері кулінарії, і «клієнт», який збирається що-небудь приготувати. Хронотоп дискурсу окреслено досить чітко: час відповідає наявним у розпорядку дня людини трапезам. Типовим місцем реалізації гастрономічного дискурсу є кухня, а цілями гастрономічного дискурсу П. Буркова називає навчання (передавання досвіду), ознайомлення з кулінарною культурою і традиціями інших народів, оцінювання певного рецепта на підставі власного досвіду [27].

Подібне визначення гастрономічному дискурсу дає у своїх працях Н. Головицька: «змішаний тип комунікації, особистісно-орієнтований, що виявляють у побутовій (повсякденній) сфері спілкування, і

статусно-орієнтований, що має інституційний характер» [58, с. 15]. Основними учасниками дискурсу, з погляду автора, є працівники закладу громадського харчування та відвідувачі. Це також спілкування працівників і відвідувачів між собою. Хронотопом гастрономічного дискурсу, на думку дослідниці, є: 1) час, закріплений за кулінарним виробничим процесом та обслуговуванням відвідувачів будь-якого закладу громадського харчування: денний, вечірній, нічний, залежно від типу закладу; 2) місце, де відбувається відповідна робота з приготування їжі та обслуговування відвідувачів (їдальня, кафе, ресторан, бар та ін.) [58, с. 15].

Що ж стосується змісту глютонічного дискурсу, то насамперед варто відзначити, що поняття «глютонія» не зафіксовано в наявних словниках і є неологізмом. З огляду на тлумачення латинського слова *gluttire* (від лат. *gluttire* – «ковтати, поглинати»), йдеться про споживання їжі людиною, а не про її приготування чи оцінювання смаку. При цьому латинське слово має і додаткове значення: «надмірне споживання їжі» (лат. *Glutto, onist* – гульвіса, ненажера). Отже, під глютонією розуміють споживання їжі, тобто, відповідно, глютонічний дискурс варто співвідносити радше з презентацією та споживацькими процесами, ніж із процесом її обробки [151, с. 92]. Лінгвістичні знаки глютонічного дискурсу утворюють сукупність, яка, у свою чергу, розчленовується на фрейми, що зберігаються в людській свідомості у вигляді меню, рецептів, правил поведінки і ритуалів [168, с. 394]. «Їжа і пов'язаний з нею дискурс є знаковою системою, в якій сконцентровані «культурний капітал», національна самоідентифікація, персональна ідентифікація і суб'єктивне ставлення (смак), гендерні характеристики і характеристики соціальні(класові)» [168, с. 308].

Цих же поглядів дотримується Л. Єрмакова, на переконання якої глютонічний дискурс є «складним комунікативним явищем <...>, котре співвідноситься з мовним відображенням фізіологічних потреб організму людини усфері харчових переваг» [83, с. 14]. М. Ундрінцова під

глютонічним дискурсом розуміє «особливий вид вербально-соціального дискурсу в сукупності із соціально-культурними, релігійно-етичними, лінгвофілософськими властивостями, метою якого є досягнення глютонічної комунікації» [245, с. 86]. Відтак можна підсумувати, що в цих визначеннях вибір авторів на користь саме латинського *gluttire* для іменування аналізованого типу дискурсу є дещо необґрунтованим, оскільки в латинській мові присутні й інші лексичні одиниці зі значенням «їсти, харчуватися». Крім того, автори почасти одним поняттям намагаються поєднати протилежні смислові характеристики різних дискурсивних практик.

Кулінарний дискурс фіксує процес того, як у зв'язку зі створенням нових традицій харчування поступово відбувається звільнення від сталої детермінованості раціону. Мультикультурна компетентність у питаннях харчування належить сьогодні до базових знань сучасної людини, а кулінарія постає знаковим художнім простором, де виявляються культурні відмінності [158, с. 13]. Тому, ознайомлюючись з особливостями чужої кулінарії, люди долучаються і до інших форм споживання. Відомий дослідник сучасної культури Д. Харві, який розглядає неоднорідність культур у межах сучасних суспільств крізь призму споживання продуктів харчування, підкреслює, що різноманітність продуктів, споживаних людьми, впливає на зростання плюралізму в їхніх життєвих стилях, адже кулінарні стилі поширюються швидше за потоки міграції: «переплетення симулякрів в повсякденному житті об'єднує різні світи (товарів) в одному і тому ж просторі і часі», більше того, «майже повністю приховується походження, виробничі процеси і відносини, пов'язані з їх виробництвом» [303, с. 300].

Отже, кулінарний дискурс, гастрономічний дискурс, глютонічний дискурс є різними формами дискурсу: кулінарний дискурс має відношення до технології приготування, глютонічний – до споживацьких процесів, а

гастрономічний передбачає дискурсивні практики в контексті гастрономічної культури.

Підсумовуючи, варто наголосити, що визначення національної кухні як колективних уявлень про харчові звички нації не розкриває повною мірою її змісту як явища, яке за допомогою їжі відображає її (нації) соціальний досвід. Відтак докладного вивчення потребує особлива форма культури – соціальна, яка є віддзеркаленням не лише ставлення людей один до одного, а й цінностей, значень і смислів у соціальному просторі. Це дасть змогу з'ясувати сутність національної кухні, враховуючи її соціокультурні конотації.

1.3. Кухня як складник соціальної культури

Національна кухня є виразною характеристикою країни і народу, який вона представляє. Перебуваючи в безпосередній залежності від способу життя і навколишньої природи, пори року і сезону, місяця і циклу господарської діяльності, національна кухня набуває ознак явища соціальної реальності, найважливішого складника матеріальної культури, частини культури, духовного і художнього життя народу. Розгляд кухні в цьому контексті передбачає з'ясування змісту поняття соціальної культури як сукупності процесів соціального життя й умов повсякдення, до яких відноситься й кухня – складник культурної спадщини, як і мова, література, мистецтво.

Функціонування культури забезпечує поєднання двох основних взаємопов'язаних, хоча й протилежних, тенденцій: 1) тенденція до збереження, стійкості, наступності; 2) тенденція до динамічного розвитку, постійної зміни, модернізації. На цьому ґрунтується культура як соціальний феномен.

Розглядаючи культуру як систему соціальних норм, процес стихійного впорядкування соціальної взаємодії і комунікування людей, результатом

якого стало становлення звичаїв і мов усного й письмового спілкування, А. Флієр вважає, що культура складається зі двох основних системотвірних компонентів – соціально-регулятивного і символічного [250].

Соціально-регулятивний складник культури, з погляду дослідника, переважно втілений у нормативних соціальних взаємодіях і комунікаціях, які регулюють повсякденну життєдіяльність людей у групових, колективних формах та інформаційний обмін між ними. Йдеться саме про нормативні взаємодії і комунікації, які і називаються соціальною культурою («культурою культурної людини»), хоча ці зв'язки бувають і ненормативними, девіантними або ситуативно екстравагантними. Звичайно, ці соціальні культурні норми історично рухливі, але в кожен конкретно взятий момент історії вони є найбільш масово розділеними формами соціального буття людей (у тому чи іншому становому сегменті). Соціально-регулятивна культура, поряд із політикою, є головним засобом підтримки соціального порядку у функціонуванні спільноти. При цьому соціально-регулятивна культура, на переконання дослідника, уособлює собою процеси більш-менш стихійної самоорганізації спільноти та впорядкування її життя за допомогою таких засобів, як звичаї і мова. Об'єктом впливу соціально-регулятивної культури є все суспільство як системна цілісність, у якій підтримуються певні порядки соціальної взаємодії і комунікування [250].

Іншим складником культури, за А. Флієром, є символічна діяльність [250]. Об'єкт впливу культури символічного виробництва – окрема особистість, регуляція соціокультурної практики якої здійснюється за допомогою соціалізації та інкультурації індивіда не лише в процесі виховання і навчання, а й протягом усього життя. Це культура образних відображень світосприйняття.

Отже, під культурою, з погляду дослідника, варто розуміти найбільш загальну форму здійснення людської соціальності, вираження вродженої схильності людей до колективних форм життєдіяльності [250]. Культура є

«системним набором загальних принципів і правил такого порядку групового існування, що забезпечує конструктивне протікання процесу соціального співжиття людей» [250]. Це система взаємовідносин та інформаційних обмінів між людьми з приводу нормативних порядків їхньої спільної життєдіяльності, засіб підтримки й регулятивного забезпечення основних принципів такого сусідства та взаємодії [251, с. 2]. За всього різноманіття своїх часткових функцій, будучи в цілому певною нормою соціальної взаємодії і комуніціювання, культура виконується на практиці більшістю членів спільноти, передається від покоління до покоління методами виховання й освіти і постійно активно маніфестується засобами соціального ритуалу, релігії, літератури, мистецтва тощо [251, с. 3]. Саме тут пролягає відмінність між більш-менш масово поширеними формами соціальної поведінки людей, що в сукупності можуть бути названі їхньою «соціальною практикою», і пропагованими, упроваджуваними й заохочуваними нормами, еталонними зразками «правильної» соціальної поведінки, що називаються «культурою» розглянутого суспільства [251, с. 3].

Як соціальний досвід слід розглядати й кухню окремого народу, закріплену у звичаях і моралі, і яка транслюється з покоління в покоління. У такому плані звичай – це поведінкова програма, яка відтворює зразки «правильної» поведінки, закріплені в пам'яті соціального досвіду спільноти. По суті, звичай становить функціональний аналог інстинкту, тільки успадкований не генетично, а шляхом навчання і виконуваний не механічно, а більш-менш свідомо на підставі того, що «так прийнято». Отже, вищевикладене дає підстави виокремити як окрему форму культури соціальну культуру, а також кухню як складник останньої.

Проблематика соціальної культури в сучасних дослідженнях окреслена тематизмами актуалізації цінностей, значень і смислів у соціальному просторі – конкретному навколишньому середовищі міжлюдських стосунків. До її сучасних вимірів, як стверджують А. Фурман

та О. Морщакова, належать концепція органічного поєднання культурних і соціальних мотивів життєтворення людини, де набувають особливого заохочення і підтримки культурні й соціальні ініціативи, свобода самовияву людини, соціальна й культурно зорієнтована творчість [256, с. 30]. Саме в межах такої концепції й треба досліджувати кухню як один із засобів «інтеграції повсякденного співжиття груп, етносів і націй, активний стимулятор толерантності» [256, с. 34].

З огляду на те, що термін «соціальна культура» не відноситься до чітко визначених, усталених культурологічних категорій, а також на невиправдану практику використання поняття «соціокультурний» для опису всього різноманіття суспільних явищ і процесів, слід уточнити його зміст з метою подальшого його застосування при вивченні кухні як складника соціальної культури.

У західній культурології та культурній антропології успішне розроблення концепту соціальної культури почалося ще в першій половині ХХ ст. Так, американські культурологи А. Клакхон і К. Кребер у праці «Культура: критичний огляд концепцій і визначень» виокремлюють культуру матеріальну, соціальну та духовну. Під матеріальною культурою дослідники розуміють все, що належить до відносин людини із середовищем її проживання, задоволення її потреб подальшого існування, технологічної сфери життя; під соціальною – взаємини людей, системи соціальних статусів та інститутів; під духовною – суб'єктивні аспекти життя, духовний світ людини [117, с. 110].

Угорський соціолог І. Вітаньї у праці «Суспільство, культура і соціологія», дотримуючись такої ж видової диференціації культури, визначає соціальну культуру як сферу колективного спілкування [38, с. 99].

Поділ культури на прошарки, одним з яких стала соціальна культура, виник у західній науці завдяки чіткості та визначеності основної методологічної настанови у вирішенні цієї проблеми. Головний акцент робиться на сфері об'єктивації культури, тобто на сфері соціальних

відносин, соціальних взаємодій. Загалом звернення дослідників до проблеми соціальної культури означає аналіз системи «культура – суспільство», на відміну від систем «культура – природа» і «культура – людина», що є основою вивчення матеріальної культури та духовної культури відповідно. Тим самим це дає змогу уникнути труднощів сприйняття предиката культури – соціальна, оскільки вся культура від самого початку є соціальною.

З погляду українських дослідників А. Фурмана та О. Морщакової, «соціальна культура – це: 1) окремий важливий вид, сегмент людської культури, що вносить та ціннісно закріплює перебіг спільного життя людей, виробляє і передає від покоління до покоління правила, вартості, коди і схематизми їхньої буденної поведінки, кооперативної діяльності, міжособистого спілкування і повновагового вчинення; 2) багаторівневе утворення у життєдіяльності осіб, груп, етносів, націй і людства в цілому, що синтезує світогляди, психосоціальні й етичні знання та уявлення про чинне і належне суспільне життя, а також у певний, історично і ментально зумовлений спосіб регулює й умотивовує його перебіг-екзистенцію; 3) окрема – масштабна, соціетальна, головно нематеріальна – сфера суспільного виробництва, сутність якої становлять процеси актуалізації, продукування, накопичення і трансляції новими поколіннями соціального досвіду в динаміці і взаємодоповненні його різних форм та організованостей: знань, норм, стереотипів, навичок, настановлень, взірців поведінки і діяльності, моделей і схем спілкування, ігрових та вчинкових сценаріїв, ідей, гіпотез, переконань, вірувань, цілей, соціокодів, ціннісних орієнтацій, смислів і значень; 4) особлива форма усупільненого буття людей, створювана в ході філогенезу, постійно відновлювана і збагачувана прийдешніми поколіннями через коди, схеми, програми й моделі поведінки, діяльності, спілкування і вчинення, привласнювана кожним суб'єктом життєактивності у процесі онтогенезу, що формує його як внутрішню культурну особистість і самовідповідальну індивідуальність» [256, с. 26].

Таке визначення дає дослідникам підстави розглядати соціальну культуру як поліфункціональний феномен у життєдіяльності суспільства, носієм якої є людина як суб'єкт соціальних відносин із притаманними їй рисами, щонайменше такими, як свідомість, мислення, відповідальність, креативність [256, с. 33].

Відтак на основі наведених підходів до змісту соціальної культури кухню можна визначити як складник соціальної культури, котрий через їжу і ставлення до неї, з одного боку, актуалізує, продукує, накопичує і транслює новим поколінням соціальний досвід у динаміці, а з іншого – постійно відновлюється і збагачується прийдешніми поколіннями через коди, схеми, програми й моделі поведінки та діяльності.

Визначаючи специфіку соціальної культури, М. Зеленецький та Е. Соколов окреслюють три структурних шари культури: матеріально-речове середовище, що включає в себе оброблену і перетворену людиною природу; соціальний шар, тобто «сукупність норм і правил, людських установлень, організаційних форм, які регулюють поведінку і спілкування людей», і духовний шар, «що складається з інтелектуальних і мистецьких цінностей, закріплених в наукових темах, в творах мистецтва» [90, с. 10]. Така типологія чітко відокремлює різні системи побутування культури: «культура – природа», «культура – соціальний світ (суспільство)» і «культура – особистість». Саме до системи «культура – соціальний світ» відноситься сфера харчування, тобто кухня як характерний стиль приготування їжі в певній людській спільноті.

Дослідник О. Генісаретський, аналізуючи суспільну систему в аспекті її основних структурних частин, розглядає дві підсистеми – соціальну і культурну, взаємозв'язок яких, з погляду дослідника, утворює елементи суспільної системи. Умовою її стійкості є гармонійне поєднання предметів соціальної підсистеми і значень культурної підсистеми [56, с. 49]. При цьому в процесі трансформації суспільної системи провідна роль належить саме соціальній культурі, відтворення якої в суспільстві може здійснюватися

за трьома типами: деструктивне, просте (статичне) й інтенсивне (динамічне) [190]. При цьому основними характеристиками деструктивного типу відтворення є занепад культури, розпад властивої їй системи цінностей, руйнування змістотвірних елементів діяльності соціальних суб'єктів. Статичний тип відтворення пов'язаний з ідеєю незмінності суспільного устрою, збереження в колишньому вигляді культурних програм і зразків соціальної діяльності.

Інтенсивне відтворення орієнтоване на потік інновацій у різних сферах життєдіяльності суспільства, якого метою стає самовдосконалення людини. В інтенсивному типі відтворення здійснюється випереджаючий розвиток культури в порівнянні з уявленнями, які історично склалися в ній, про бажані умови, засоби й цілі діяльності [190]. У такій ситуації основні зусилля концентруються на цілеспрямованому впливові на культуру шляхом висунення нових орієнтирів соціального розвитку та програм діяльності людей. Цей тип відтворення узгоджується з високим рівнем особистісної культури, постійною готовністю людини відчувати й бачити проблемність свого суспільного буття, здатністю знаходити засоби та шляхи вирішення соціальних проблем. Динамічні процеси в культурі за умов високого рівня культуротворчої ролі в них людини здатні вивести всю соціальну систему із кризи.

У сучасній західній науці тема соціальної культури широко представлена також у системній теорії Н. Лумана, в якій на перший план дослідником висувуються проблеми функціонування соціальної системи, різновидами якої є соціальна інтеракція, соціальна організація і суспільство [143]. Основу системних уявлень Н. Лумана становлять два моменти. По-перше, будь-яка соціальна система становить сукупність комунікацій, що складаються з окремих дій. По-друге, соціальна система постійно відтворює себе, але не в статичному варіанті, оскільки має інтенцію до самозміни. Ідея самотворення системи без створення додаткових причин та умов описується в теорії поняттям

«аутопойесис» [143]. Загальнотеоретична схема Н. Лумана застосовна до аналізу суспільства як найвищого рівня соціальної системи. Аутопойесис суспільства здійснюється в різних варіантах і залежить від ціннісно-нормативних основ комунікацій. Ціннісно-нормативний комплекс комунікацій – це соціальні цінності «в дії».

Засновники концепції життєвих сил С. Григор'єв та Л. Гусякова розглядають соціальну культуру як «спосіб життєздійснення людини в спілкуванні з людьми, спосіб організації соціуму, його функціонування та розвитку, адекватний простору-часу існування суб'єкта життєздійснення» [61, с. 44].

Таке визначення дає змогу вченим з'ясувати зміст соціальної культури на двох рівнях – індивідуальному та суспільному. Так, основою соціальної культури людини є індивідуальна система цінностей та смисложиттєвих орієнтацій, уявлення про справедливість, добро і соціальний порядок, які у комплексі мотивують основні вчинки індивіда впродовж життя. Кожна людина вибудовує своє індивідуальне життя і діяльність відповідно до реальних соціальних умов і засвоєних соціокультурних настанов (знання, норми, цінності й ідеали, які людина черпає з навколишнього соціокультурного простору).

Соціокультурні настанови втілюються в своєрідні соціокультурні сценарії, які становлять розгорнені в певному соціокультурному контексті плани дій особистості та зумовлюють його професійну діяльність, форми дозвілля, ділові, дружні і любовні стосунки, сімейне життя та ін. На рівні суспільства соціальна культура розглядається дослідниками як «спосіб організації соціуму, його функціонування та розвитку» [61, с. 44] і є самостійною сферою культурного буття, в якій закладені способи організації та механізми здійснення спільного життя і діяльності людей. До неї входять певні форми загальної організації соціального устрою, зокрема механізми соціального управління та регулювання, моральні і правові норми, соціальні інститути, організації та установи для впорядкування

йрегламентації спільної життєдіяльності. Тобто основними функціями соціальної культури на рівні суспільства є управління, регулювання, впорядкування і регламентація соціального життя, орієнтовані на збереження соціального порядку, забезпечення соціальної безпеки і соціальної справедливості.

Е. Тадевосян визначає соціальну культуру як систему «уявлень, цінностей, норм і правил поведінки, загальних для людей, пов'язаних певним способом життя, і які слугують упорядкуванню досвіду і соціальному регулюванню в межах усього суспільства або соціальної групи» [230, с. 116]. Таке інтегративне визначення соціальної культури вбирає в себе одразу кілька значущих елементів: це суб'єкти соціальної культури (суспільство, соціальна група), її отологічні основи (уявлення, цінності, норми і правила поведінки) і функціональні характеристики (соціальна регуляція й інтеграція) [230, с. 116].

Ці елементи виразно характеризують функціональний зміст кухні – відображати уявлення, цінності, норми і правила поводження суспільства чи окремої соціальної групи, забезпечуючи при цьому соціальну регуляцію та інтеграцію в межах суб'єктів соціальної культури.

У змістовному плані подібний опис соціальної культури подають Ю. Волков та І. Мостова: «... соціальна культура – це тільки значення, які люди приписують різноманітним знакам: предметам, діям або явищам. Палка-копалка або картина Далі, корабель або храм, ікона або гасло завжди є творами (артефактами, елементами) культури, але вони отримують соціокультурний сенс тільки тоді, коли означають щось для людей, тобто направляють їхні дії, поведінку, сприйняття в певне русло. Соціальна культура – це регулятивний механізм, що забезпечує взаємодію між людьми» [45, с. 377–378].

Отже, поняття «соціальна культура» має дві форми, два змісти – соціальний і культурний. Культура – це внутрішня форма, а соціальний світ – зовнішня: ці форми можуть бути розглянуті відокремлено одна від

одної(коли є автономними явищами) та у взаємозалежності, що визначає специфіку соціальної культури як особливого прошарку культури.

Будучи пов'язаною із соціальною поведінкою активних агентів соціального життя, соціальна культура виявляє такі свої основні характеристики, як репрезентативність й актуальність.

Ідея репрезентативності соціальної культури обґрунтовується сучасним німецьким філософом Ф. Тенбруком: «Культура, – стверджує вчений, – є суспільним фактом настільки, наскільки вона є репрезентативною культурою, тобто виробляє ідеї, значення і цінності, дієві в силу їхнього фактичного визнання. Вона охоплює всі вірування, уявлення, світогляд, ідеї та ідеології, які впливають на соціальну поведінку, оскільки вони або активно поділяються людьми, або користуються пасивним визнанням» [232]. Ідеї та уявлення, цінності і смисли, особистісно значущі, через соціальну поведінку суб'єкта перетворюються на соціальний факт, що має, водночас, і культурний вимір.

Репрезентативність соціальної культури пов'язана з її актуальністю, під якою розуміється фактичний вплив цінностей та смислів репрезентативної культури на соціальну поведінку. Так, представники соціокультурного підходу, визначаючи головну цільову настанову, підкреслюють, що вона полягає не в тому, щоб виявити і змістовно проаналізувати саму систему цінностей, її рівні, історичну специфіку, співвіднести цю систему цінностей з існуючими у свідомості реальних соціальних суб'єктів її різними варіантами, а в тому, щоб побачити ті поведінково-мотивуючі цінності, які є основою соціальної поведінки суб'єктів, ... які «тут і тепер мотивують фактичну поведінку людей, направляють його в певні сфери соціальної активності» [126]. Актуальність як характеристика соціальної культури акцентує увагу на переході культурних уявлень у реальну поведінку особистості.

З'ясувавши сутність соціальної культури, можна окреслити відмінність соціокультурного аналізу та аналізу соціальної культури.

Основну ідею соціокультурної методології чітко сформулював П. Сорокін. Згідно з його думкою, будь-яке явище може бути віднесено до категорії соціокультурних, якщо містить факт «значущої взаємодії» – тобто, взаємодії, «в якій вплив, який чиниться будь-якою частиною на іншу, має значення чи цінність, що підносяться над суто фізичними або біологічними властивостями відповідних дій» [217, с. 192]. Дослідник звертає увагу на те, що «неточно говорити про соціокультурні явища так, ніби вони складаються винятково з людей; крім людей вони включають в себе нематеріальні значення і їхні матеріальні носії як однаково істотні й універсальні компоненти. Структура емпіричних соціокультурних явищ, отже, складається не з одного, а з трьох компонентів» [217, с. 206].

Відтак маємо всі підстави стверджувати: соціокультурний аналіз спрямований насамперед на виявлення ціннісних аспектів соціальної взаємодії суб'єктів, при цьому без оцінювання того, якими є соціальні результати здійснюваних комунікацій.

Варто звернути увагу також на той факт, що наведені визначення соціальної культури сформульовані в межах традиційного розуміння культури як чинника, котрий безпосередньо впливає на соціальну поведінку людини, і фіксують стабілізаційну роль культури у відтворенні соціального життя, збереженні стійкого світопорядку. При цьому для дослідників важливим є те, наскільки соціальна культура виступає своєрідним тлом повсякденного життя людей. Таке розуміння соціальної культури зумовлене тим, що вона є сенсоформуєчим елементом духовної та матеріальної діяльності соціальних суб'єктів.

Загалом можна виокремити два самостійні рівні прояву соціальної культури: по-перше, це соціальна культура особистості; по-друге, соціальна культура суспільства. Перша визначає особливості сприйняття соціальним суб'єктом дійсності та пов'язана з його соціальною поведінкою, а друга існує у сфері міжсуб'єктних взаємодій у вигляді регулюючих їх правил і норм.

Отже, соціальна культура становить багаторівневе явище, складником якого є й кухня певної групи, етносу, нації. Саме в цьому контексті вартовивчати кухню як явище, що знаходиться у взаємозв'язку з іншими аспектами життя і відображає взаємини людей у суспільстві, норми і форми їхньої поведінки, артефакти й ін., традиційні для певного суспільства.

Висновки до розділу 1

Сфера харчування є об'єктом вивчення широкого кола наукових досліджень. Окремий напрям проблем пов'язаний із культурологічним (М. Капкан) та соціологічним (В. Ніколенко) вивченням гастрономічної культури. Однак безпосередньо кухня як базовий інститут культури досі не стала об'єктом ґрунтовного і всебічного вивчення. Наявні праці або містять фрагментарні відомості про кухню як елемент побутової, матеріальної культури, або в них розглядаються її окремі аспекти (переважно етнографічне дослідження їжі та харчування). Спробою культурологічного аналізу сфери харчування є праці М. Монтанарі, Ж.-Ф. Ревеля, у яких простежено еволюцію традицій харчування та гастрономічних смаків від Античності до кухні Нового часу.

Все це дає підстави констатувати необхідність цілісного культурологічного дослідження національної кухні як базового інституту культури, зумовлену не лише науковим інтересом, а й цілком прагматичними намірами, починаючи від збереження національної ідентичності у сфері харчування і закінчуючи задоволенням культурних потреб широких мас населення у сфері харчових практик.

За допомогою методу формалізації проаналізовано ключові поняття дослідження, головними серед яких є гастрономічна культура – сукупність цінностей і норм, що регулюють харчові практики певної спільноти або людства загалом, а також національна кухня як відображення стійких

культурних значень їжі, що поділяються всіма носіями певної культури, а також транслюються за її межі.

Національна кухня є елементом соціальної реальності, представленої сукупністю процесів соціального життя й умовами повсякдення. Кухня через їжу і ставлення до неї, з одного боку, актуалізує, продукує, накопичує і транслює новим поколінням соціальний досвід у динаміці, а з іншого – постійно відновлюється і збагачується прийдешніми поколіннями через коди й моделі поведінки та діяльності. Функціональний зміст кухні полягає у відображенні уявлень, цінностей, норм і правил поведінки суспільства чи окремої соціальної групи, забезпечуючи при цьому соціальну регуляцію та інтеграцію в межах суб'єктів соціальної культури.

Кухні притаманна певна репрезентативність: її цінності та смисли істотним чином впливають на соціальну поведінку людей певної спільноти. При цьому традиційна культура харчування не лише підтримує етнічну ідентичність, а і є запорукою мультикультурної різноманітності світу, що переконливо свідчить про потребу культурологічної рефлексії.

РОЗДІЛ 2

НАЦІОНАЛЬНА КУХНЯ ЯК ВІДОБРАЖЕННЯ СОЦІОКУЛЬТУРНИХ ЗМІН

2.1. Еволюція національної кухні як відповідь на культурні запити

Національна кухня будь-якої країни, на перший погляд, сприймається сьогодні історично давно сформованим феноменом, який пройшов процес внутрішнього і зовнішнього конструювання. Однак це далеко не так, позаяк саме кухня як один із базових інститутів культури зазнавала і продовжує зазнавати чимало змін, безпосередньо пов'язаних з усіма соціально-економічними, політичними та іншими чинниками, на які реагують і цивілізації, і культури та відповідні їм суспільства.

Уявлення про національну кухню, типові страви та харчові вподобання нації чи етносу конструювалися, по-перше, всередині відповідної культури, по-друге, транслиювалися представниками інших культур. Тобто йдеться про внутрішньо- і зовнішньокультурні уявлення про національну кухню, які частково можуть відрізнятися, а тому поняття «національна кухня» іноді стає розмитим.

На формування кухонь різних народів найбільше вплинули географічне положення країни і спосіб ведення сільського господарства. Невипадково північні народи вживають в їжу переважно м'ясо і рибу та не мають змоги вирощувати злаки, овочі і фрукти. В усіх країнах, що мають річки або вихід на морське узбережжя, зазвичай вживаються страви з риби і морепродуктів. У країнах з гарними ґрунтами і розвиненим землеробством основним складником національної кухні є страви зі злакових рослин і продукції городництва й садівництва.

Географічними умовами зумовлені й особливості розвитку тваринництва, зокрема м'ясного і молочного. Так у різних регіонах розводять різну худобу і отримують різне м'ясо та молоко.

При цьому приготування їжі, зокрема в епоху Середньовіччя, суворо регулювалося класичними науковими уявленнями, поширеними у всій Європі, що робило національне кулінарне розмаїття дещо обмеженим. Середньовічна Європа усвідомлювала себе як певну культурну єдність, сформульовану на основі спільності релігії і протипоставлення нехристиянському світу. У сфері харчування це виражалося двояко: з одного боку, дотримання постів та інші релігійні заборони слугували ознакою приналежності до християнського світу, а з іншого – на формування харчових звичок середньовічної людини впливала гуморальна теорія Галена (вчення про чотири типи темпераментів) [65]. Варто підкреслити, що обидві системи регуляції харчування мали універсальний характер, детально регламентували принципи приготування і споживання їжі і вважалися обов'язковими для виконання на всьому просторі християнської культури.

Логічно припустити, що передумови до виникнення національної кухні сформувалися в період формування національних держав. Цей період позначений глибокими змінами у соціальній, економічній і політичній сферах життя, зменшенням домінування релігійних цінностей, що призвело до розквіту світської науки і культури. Нові держави прагнули «трансформувати символи даної країни в елемент повсякденного життя пересічної людини, руйнуючи кордон між приватно-локальною сферою існування більшості громадян й сферою публічно-державною» [262, с. 159]. У цій ситуації національна кухня стає, з одного боку, затребуваною для формування національної ідентичності на рівні культури повсякденності, а з іншого – своєрідним складником процесу формування національних феноменів, до яких відносять і національну героїзацію, і національні міфи та епос, національні історію, мистецтво тощо. Відбувається внутрішнє

об'єднання окремих елементів у єдину «національну культуру», яка дає змогу знайти загальні підстави стійкого колективного існування: «ставши «народом», громадяни країни перетворювалися на свого роду спільність (хоча й уявну), а значить, членам цієї нової спільності доводилося шукати, а отже, й знаходити щось таке, що б їх об'єднувало: звичаї, видатні особистості, спогади, місця, знаки й образи. Відповідно, історичну спадщину окремих частин, регіонів і провінцій того, що тепер стало «нацією», можна було сплавити в єдину загальнонаціональну традицію» [262, с. 132].

На формування кухонь різних народів також істотно вплинув національно-історичний розвиток країни. Наприклад, їжа кочівників завжди відрізнялася від їжі осілих народів, але коли кочівники переходили до осілого способу життя, це не могло не визначити розвиток їхньої національної кухні. Завоювання одного народу іншим також призводило до змін у національній кухні, нівелюючи внутрішньо-культурні відмінності через об'єднання територій. Кухня перестає бути регіональною, вона уніфікується завдяки взаємодії різних регіонів і культур, що входять до складу національної держави. Відбувається акумуляція різних регіональних та етнічних традицій, які, власне, і формують образ національної кухні. Цьому сприяє і створення розвиненої системи комунікацій, яка забезпечує безперешкодну циркуляцію регіональних страв і продуктів, специфічних для певної території, по всій країні. Подібне нівелювання відмінностей регіональної кухні створює відчуття єдності нації. В результаті харчові звички нації характеризуються як щось однорідне і недиференційоване на всьому просторі побутування культури.

Отже, національна кухня сприймається як позастанове утворення, що інтегрує всіх представників нації в єдину спільноту, яка, з незначними відмінностями, фактично споживає одну й ту саму їжу. Поступова зміна традицій харчування, уявлень про символічну цінність їжі та принципів

обробки продуктів призвели до виникнення, поряд з народною, вченої (професійної) (послідовність запропонована Ж. Ф. Ревелем) кухні.

Зростання мобільності населення завдяки швидкому розвитку шляхів сполучення зумовило активне переміщення людей та процес їхньої асиміляції. Зміна місця проживання стала майже нормою, особливо для людей, які потерпали від різних соціально-економічних негараздів, зокрема голоду, і вирушали у дорогу на чужину в пошуках кращої долі. Наслідком зіткнення з чужою культурою стало формування уявлення про власну інакшість та самотність, а також прагнення зрозуміти відмінності між своїми й чужими культурними традиціями та компенсувати відрив від власної культурної форми завдяки відтворенню традиційних культурних патернів та атрибутів поведінки. Це стало одним із головних чинників виокремлення національних культурних традицій з-поміж інших, що також вплинуло на формування національної кухні.

Вважається, що серед великих географічних відкриттів найбільше значення в контексті впливу на кулінарію мало відкриття Іспанією Нового світу – Американського континенту. Нові овочі і фрукти суттєво змінили європейську кухню. Іспанія зайняла перше місце з розведення нових рослин (томати, картопля, боби, кукурудза, какао, перець чилі й ін.). Нові інгредієнти по-різному входили до кухонь світу, і не всі вони з певних побоювань одразу «прижилися». Наприклад, томати, привезені в Європу, вважалися отруйними (вони дійсно представники отруйного сімейства пасльонових), що протягом століть утримувало європейців від їх вживання; картопля також тривалий час вважалася отруйною.

Поява нових продуктів харчування властива не лише розвинутим країнам. Так, в аграрних спільнотах Африки основними культурами є маниока і кукурудза, привезені з Південної Америки. Крім них, у раціоні харчування переважають банани (південно-східна Азія), арахіс батат і боби (з Північної Америки).

Поступово нові інгредієнти дедалі більше почали використовуватися в різних країнах у приготуванні страв, тоді як інші вийшли з ужитку.

Приміром, практично кожна італійська страва містить інгредієнти, котрі з самого початку не зустрічалися в Італії. При цьому італійська кухня високо цінується шанувальниками традиційної кухні, які сприймають її як самобутню і домашню, хоча вона здебільшого не ґрунтується на національних традиціях. Цікаво, що жителі Флоренції і Тоскани були серед тих, хто одними з останніх (через століття після інших середземноморських регіонів) визнали томати безпечними, а сьогодні вони – незамінний складник великої кількості відомих італійських страв, зокрема піци, поленти і пасти. До речі, паста – теж не суто італійський винахід. Китайці вживали в їжу локшину ще принаймні за 3000 років до того, як це почали робити італійці. Одна із теорій свідчить, що паста була привезена до Італії Марко Поло наприкінці XIII ст., але, згідно з останніми дослідженням, вона потрапила разом з арабськими торговцями на мусульманську Сицилію за кілька століть до його подорожі [96]. Моцарелла з молока буйволиць виготовлялася в Італії, але самі буйволи були завезені з Південної Азії. Шоколад, ваніль, використовувані в десертах, також привезені з Америки. Картопля, так популярна в ньоках, завезена з Південної Америки, як і гострі перці, задіяні в багатьох італійських соусах. Рис, який використовується для приготування ризотто, спочатку вирощували в Азії. Курячі яйця потрапили до Італії з Індії, морква – з Афганістану, мигдаль – із Близького Сходу. Цей перелік можна продовжити, адже в традиційній кухні Італії (починаючи зі стародавнього Риму) складно знайти страву, до якої не входилиб привезені з інших регіонів світу продукти.

Отже, те, що нині називають традиційною кухнею, часто не відповідає дійсності, адже на певному культурно-історичному етапі цивілізаційного розвитку на трансформацію кухні впливала низка різноспрямованих чинників. Саме тому, що кухня перебуває в постійному стані трансформацій, традиції, які вкладаються в поняття національної кухні,

почасти можна вважати лише сумою змін, накопичених у процесі соціокультурної еволюції. Вони додають нові смисли і запити, на які реагує і кухня, стаючи своєрідним індикатором, який знаково маркує соціокультурну дійсність.

Отже, національна кухня є специфічним продуктом культури Нового часу, тісно пов'язаним з певними соціокультурними трансформаціями та зі змінами в структурах світосприйняття. З одного боку, національна кухня зберігає риси традиційного способу трансляції, що сприяє її легітимації, а з іншого – відгукується на вимоги нової культурної епохи. Загалом до чинників формування національної кухні можна віднести: формування державних утворень; виокремлення і наповнення змістом понять «нація», «національне»; розвиток шляхів сполучення й активізація міграційних потоків; секуляризація суспільства, тобто зниження домінування релігійних цінностей і необхідність формування світської культури та відповідних традицій, зокрема на рівні культури повсякденності.

Згодом до цих чинників додалися й інші: індустріалізація промисловості, яка розпочалась у XVIII ст., технологічні інновації, розвиток транспорту, що істотно визначило соціальні наслідки для соціуму. Так, масштабні перетвореннями у сфері харчування насамперед були пов'язані з виникненням ресторанів, особливо після французької революції 1789 р., коли аристократи і фінансисти були викинуті зі своїх будинків, а разом з ними – і їхні особисті кухарі, які почали готувати не для вузького кола знаті, а для широкого кола споживачів: до закінчення революції в Парижі відкрилися сотні нових ресторанів [133]. Однак на початку XX ст. завдяки бурхливим темпам соціально-економічного розвитку склалася інша ситуація: мільйони людей не мали ні часу, ні досвіду, ні професійних кухарів, але в них були гроші, щоб добре харчуватися, а жінки при цьому робили вибір на користь роботи і кар'єри, не бажаючи витратити час на приготування їжі. Так ресторани поступово стали місцем, в якому не просто

проводили час або розважалися, а й місцем забезпечення утилітарної потреби у харчуванні.

Не менший вплив на трансформацію кухні зумовило і виникнення супермаркетів як відповідь на потреби домовласників – у таких магазинах самообслуговування продавалося все, чого потребували покупці. Ця швидка й дешевша модель стрімко почала набирати популярності, на відміну від розрізнених магазинів з обмеженим асортиментом товарів. Супермаркети пропонували не лише національну (фермерські продукти), а й так звану «позанациональну» (завезені продукти) їжу, а також спеціалізовану їжу для дітей, вагітних, людей похилого віку. Власник перших супермаркетів – компанія The Great Atlantic & Pacific Tea Company (згодом скоротила свою назву до аббревіатури A&P) – увела й безліч нововведень, отримавши патент на візки й на те, що зараз відомо як касовий апарат [315]. До 1930-х рр. мережа налічувала близько 16000 магазинів [315] – розпочалася «ера супермаркетів».

Істотно вплинула на становлення сучасної кухні і напрями її трансформації індустріалізація, зокрема харчової промисловості. Йдеться про винайдення нових продуктів, способів їхньої упаковки тощо, а також техніки, що визначила технології приготування страв. На початку 1920-х рр. підприємець Джей Катервуд Хормел запропонував нові способи упаковки та зберігання м'яса, зокрема першу у США консервовану шинку [195]. Згодом з метою використання обрізків, котрі залишалися після виготовлення шинки, він представив широкій громадськості «SPAM» – консервоване м'ясо, що стало одним з найбільш популярних і водночас суперечливих продуктів щодо своєї корисності.

У 1928 р. італієць Еttore Бойарді відкрив фабрику з виробництва консервованих соусів під маркою «Шеф Боярдо». Ці соуси, гриби для яких вирощувалися в підвалі фабрики, викликали справжню сенсацію. Варто також згадати Джеймса Крафта, який у 1912 р. відкрив, а у 1916 р. запатентував метод отримання пастеризованого плавленого сиру, що став

основним продуктом для новоствореної «Kraft General Foods» (KGF). Кларенс Бердс увів в експлуатацію продукти швидкого заморожування, метод виготовлення яких він узяв із рибної ловлі поблизу півострова Лабрадор в Канаді, а вже у 1924 р. заснував власну компанію [146].

Уперше в історії значна частина продуктів харчування почала вироблятися на фабриках: це були готові до вживання продукти і напої, такі, як кока-кола, йогурт компанії «Danon» і консервоване м'ясо «SPAM», а також фаст-фуд на зразок KFC і McDonald's. У 1954 р. Рой Крок, котрий займався продажем паперових склянок, вирішив відкрити із братами Макдональд, які організували ефективну торгівлю гамбургерами (Р. Крок був їх постачальником), спільне підприємство, розширивши бізнес від розмірів маленького міста (Сан-Бернардіно, Каліфорнія) до масштабів всього світу [16]. Подібний шлях пройшов і Харланд Сандерс, який спочатку торгував смаженою куркою на заправній станції в Корбіні (Кентуккі), а потім став засновником мережі ресторанів швидкого харчування Kentucky Fried Chicken (KFC, «Смажене курча з Кентуккі») [15]. Згодом і Дейв Томас відкрив «Гамбургери Венді» – третю за величиною мережу ресторанів швидкого харчування, що нині конкурує із McDonald's [103]. Ідеї Р. Крока, Х. Сандерса і Д. Томаса були швидко підхоплені харчовою індустрією – почалася «ера фаст-фуду».

У відповідь на попит у їжі, яка не потребує тривалого приготування, з'явилися компанії, що задовольнили ці запити. Безалкогольна промисловість тільки допомогла продовжити починання: у 1900 р. американська харчова компанія «Кока-кола» випустила готову содову – напій, що значно відрізнявся від тих, які люди звикли пити вдома (кава, чай або пунш), і був набагато зручнішим [214]. Згодом у широкий вжиток увійшов і йогурт. Дивний та екзотичний для Америки напій із «фруктами на дні» став популярним у 1947 р., коли на вимогу споживачів до продукту з ферментованого молока виробники додали полуничний джем [93]. Ці напої швидко сформували новий ринок.

Утім, варто підкреслити, що виробництво інгредієнтів у промисловому масштабі як результат індустріалізації харчової промисловості, хімізація, генна модифікація, фальсифікація і низький рівень контролю за якістю з часом суттєво погіршили якість приготування та споживання їжі, зробивши глобальною проблемою екологічної безпеки продуктів харчування. Саме тому неабиякої актуальності й популярності набули питання раціонального, збалансованого харчування для різних груп населення в залежності від віку, статі і характеру трудової діяльності, значення окремих поживних речовин, загальних правил харчування, а також екологізації харчових виробництв.

Середина ХХ ст. ознаменована і виробництвом спеціального обладнання для кухні. Так, у 1945 р. Персі Спенсер, який працював у «Рейтон» – компанії з виробництва обладнання для радарів, винайшов мікрохвильову піч для домашнього використання [175]. Спочатку техніка була громіздкою і дуже дорогою, але після падіння ціни її популярність зростає. У 1970 р. компанія продала 40 000 мікрохвильових печей, а вже до 1975 р. їх сумарні продажі досягли 1 млн. [146]. Поширення мікрохвильових печей супроводжувалося створенням нових готових до вживання продуктів – «мікрохвильовки» були ідеальним засобом для їх приготування. Чим більше людей купувало продукцію фірми «Рейтон», тим більше продавалося їжі, яку потрібно було тільки розігріти. Мікрохвильова піч слугувала найкращим способом приготування гарячої страви, почасти навіть не підходячи до плити.

Мікрохвильові печі, як і інші прогресивні винаходи (скороварки, мультиварки, шашличниці, копильні, кавоварки, міксери й ін.), принципово змінили кулінарію в ХХ ст., забезпечивши зручність, швидкість і дешевизну приготування страв для мільйонів людей. Ця кухонна техніка орієнтована на плюралізм кулінарних смаків, тому серед умов кулінарних трансформацій найголовнішими є технізація життя й дедалі зростаюча опосередкованість звичних практик турботи-про-себе технічними засобами, «які, вторгаючись

у простір самостановлення людини, активно впливають на конструювання її ідентичності» [218, с. 117].

Розглянуті чинники трансформації національної кухні характерні всім без винятку народам, зокрема й українцям, становлення національної кухні яких має свої особливості. Після монголо-татарської навали різні частини території сучасної України входили до складу різних держав (Литва, Польща, Угорщина, Румунія), щоне могло не вплинути на особливості формування кухні на цих землях. У зв'язку з цим загальноукраїнська кухня формувалася вкрай повільно, вбираючи в себе вже сформовані у кожній з регіональних частин України елементи кулінарної культури. Вона склалася досить пізно, порівняно, наприклад, з французькою чи італійською, в основному на початку – в середині XVIII ст., а остаточно – до середини XIX ст. [192, с. 81]. До того часу її складно було відмежувати від споріднених з нею польської і білоруської кухонь, що пояснюється тривалістю і складністю процесу формування української нації та української держави.

Та попри те, що елементи кулінарної культури на українських теренах були дуже різномірними, з огляду на величину території, розходження природних умов та історичного розвитку окремих частин, сусідства з безліччю народів (росіяни, білоруси, татари, ногайці, угорці, німці, молдавани, турки, греки), українська кухня виявилася на рідкість цілісною, навіть трохи односторонньою за відбором характерної національної харчової сировини та принципами її кулінарної обробки [192, с. 80]. Це значно полегшило поширення особливостей традиційних загальноукраїнських страв, хоча розходження між стравами Чернігівщини й Галичини, Полтавщини й Волині, Буковини й Харківщини, Поділля й Закарпаття збереглися донині, що відрізняє українську кухню від російської і білоруської, в яких давні традиції, хоча й видозмінювалися, проте зберігалися протягом багатьох століть.

Кінець XIX ст. характеризувався масовими міжетнічними контактами на українських землях, на розвиток яких впливала класова структура етносів і рівень їхнього суспільно-економічного розвитку, чисельне співвідношення етнічних груп (особливо в районах етнічного змішання) та характер територіального розміщення народів, а також міра їхньої спорідненості за походженням і мовою та давність спільного проживання. Нерівномірність соціально-економічного розвитку різних районів не могла не позначитися на цій території. Велика промисловість була зосереджена переважно на Півдні, у Центральному й Північно-західному індустріальних районах. Північно-східна територія (схід Чернігівської і північ Харківської губерній) характеризувалась чи не найповільнішим розвитком промисловості та сільського господарства. Малоземелля, низька агротехнічна культура, недостатня забезпеченість сільськогосподарським реманентом і тягловою силою більшості селянських господарств зумовлювали низьку врожайність, а отже, бідність і нестатки населення, що не могло не відобразитися й на кухні цих регіонів.

У радянський період характерні зміни в українській кухні відбувалися завдяки розширенню набору споживаних продуктів і страв, удосконаленню рецептів, поліпшенню технології приготування їжі. Істотно вплинув на цей процес розвиток харчової промисловості та громадського харчування в цілому по всій країні в різних його видах. Святкове та повсякденне меню і в місті, і в селі збагачувалося новими стравами, запозиченими з кулінарії інших народів, насамперед європейських, кавказьких, середньоазіатських (шашлик, плов, вінегрет, різноманітні салати «Цезар», «Олів'є», гуляш, котлети й ін.). Згодом в Україні почав стрімко розвиватися приватний туристичний бізнес, який відкрив нові можливості для ознайомлення із зарубіжною кухнею, багато страв якої досить швидко набули значного поширення серед українців.

Варто відзначити, що відмінності в кухні міста і села все ж зберігаються. Для міста характерна більша кількість запозичень із кулінарії

інших народів: різноманітні салати, складні гарячі фаршировані страви з риби і м'яса (фаршировані кальмари та риба, зрази), торти й тістечка. Збереженню традиційної святкової їжі сприяло приготування і споживання обрядової та ритуальної їжі, причому часто незалежно від ставлення людини до самих обрядів. Виняткову «міцність» виявили страви, які мають давнє походження (наприклад, кутя, узвар та ін.).

Протягом ХХ – початку ХХІ ст. в українській кухні відбувалося змішання кількох шарів – традиційного, православного й радянського. Нині разом живуть і відзначають свята представники різних релігій, політичних переконань, рівня освіти та світогляду. Першотравень святкують поряд із Великоднем; європейські салати стали такими ж бажаними на святковому столі, як печеня й налисники. Всі ці «мозаїчні шматочки» разом складають одне культурне середовище, що відображає строкатість, розмаїтість і складність гастрономічної культури українців.

З часом до розглянутих чинників трансформації національної кухні додалися й інші, зокрема пов'язані із глобалізаційними процесами, які особливо активізувалися у ХХ ст., набувши остаточно тих характеристик, які дослідники майже однотайно відносять до культурної глобалізації, а також зі зростанням рівня життя, подоланням голоду в більшості регіонів світу тощо. Поступово кухня як технологія перероблення продуктів харчування для їх споживання перетворюється з базового елемента життя людей, котрий фактично був покликаний лише забезпечити вітальні життєзабезпечуючі потреби людини для її виживання, на інститут, що набуває тих характеристик, які можуть характеризувати її як кулінарне мистецтво. У цьому контексті поступову зміну кулінарних практик під впливом нових цивілізаційно-культурних запитів і високих стандартів найчіткіше можна простежити на прикладі Франції, яку тривалий час розглядали як одну з найосвіченіших у кулінарному відношенні країн, що робить її найкращим прикладом для відстеження культурних трансформацій, у тому числі кулінарних.

Досвід, накопичений талановитими кухарями протягом тривалого часу кулінарної еволюції, зумовив потребу систематизації знань: з'являються видання своєрідних підручників з основ кухні. Так, Марі-Антонін Карем – «король кухарів і кухар королів», який готував для монархів усієї Європи і прославився шедевралями цукровими скульптурами, опублікував у 1815 р. свої перші кулінарні книги:

«Королівська паризька випічка» і «Кондитерське мистецтво» [229]. Видання М.-А. Карема («Паризька кухня», «Мистецтво французької кулінарії ХІХ ст.» та ін.) сприяли систематизації французької кухні: у них кухар виокремив в окремі розділи страви із м'яса, птиці та риби, запропонував широко використовувати чотири «материнські» соуси (велюте, бешамель, голландський, іспанський), а також увів першу класифікацію страв і варіантів їхнього приготування за структурованим каталогом [229]. Завдяки М.-А. Карему кухня набула ознак вишуканої, а кулінарні традиції Франції стали класичними, еталонними.

Через століття після М.-А. Карема свій «Кулінарний путівник» [297] опублікував Огюст Ескоф'є. Ця праця – найповніший путівник із класичної французької кухні, її рецепти склали фундамент для розвитку всієї європейської кухні. О. Ескоф'є узагальнив і представив широкій публіці кулінарний досвід М.-А. Карема та інших кухарів, запропонував широкий спектр нововведень, починаючи із «бригадної» системи організації професійної кухні і менеджменту до презентації страв. Значним внеском у кулінарну науку вважається досвід О. Ескоф'є із залучення шеф-кухарів до приготування страв на великих банкетах. Його система організації кухні й обслуговуючого персоналу була основою ресторанної індустрії протягом усього ХХ ст. [107]

На відміну від епохи М.-А. Карема, вишукана кухня в часи О. Ескоф'є стала більш демократичною і публічною, доступною будь-кому, хто міг її собі дозволити. Кулінарія перестала бути прерогативою королівських будинків і правлячої еліти, обумовивши подальший розвиток кухні. Вплив

О. Ескоф'є на кухню був настільки незаперечним і недосяжним для інших, що аж до 1960-х рр. вишукана кухня практично не зазнала значних змін. Однак заради об'єктивності треба згадати майстерного кулінара Фернана Пуана, який, усупереч кухні О. Ескоф'є, у своїх ресторанах регулярно змінював меню, підкреслюючи якість і сезонність продуктів. Він також керував власною експериментальною кухнею, визначивши зміни, які згодом зроблять його учні – основоположники принципово нового руху у кулінарії. Поль Бокюз, Жан і П'єр Труагро, Ален Шапель і Луї От'єс на початку 1960-х рр. представили *pouvelle cuisine* (у перекладі з фр. – нова кухня) – нову французьку кухню, принципи якої кардинально відрізнялися від прописаних раніше О. Ескоф'є: головним став продукт, подавання страв спростилося, соуси стали легшими, а час приготування скоротився. Так, Жан і П'єр Труагро почали подавати окремо оформлені страви, вони також замінили стандартні тарілки на 32-сантиметрові в діаметрі [146].

Поєднання естетичних та економічних переваг цього нововведення швидко зробило роздільну подачу популярною; протягом наступних десяти років ця практика поширилася по всій Європі і США. Поль Бокюз створив свої легендарні страви: барабульку під картопляною «лускою», суп із чорного трюфеля «ВЖЕ» (на честь тодішнього президента Валері Жискара д'Естена) і бресську курку, запечену у свинячому міхурі – варіацію на рецепт Ф. Пуана [123].

Пропагуючи нову кухню із середземноморським акцентом, Рожер Верже у 1978 р. видав книгу «Моя сонячна кухня» – збірник рецептів страв, які він готував у своїх ресторанах на південно-східному узбережжі Франції [133]. На його кухні свого часу працювали такі видатні шефи, як Даніель Булю, Девід Булі, Ален Дюкасс і Юбер Келлер.

Але не всі прихильно ставилися до нової французької кухні, адже вона сприймалася як загроза французьким традиціям. У США головним противником нової кухні була Джулія Чайлд, автор бестселера «Освоєння мистецтва французької кухні», яка розглядала нову кухню як образу

продуманій і визначній французькій кулінарії. Вона критикувала манеру подавання ледь приготовлених м'яса та овочів, що, на її думку, не відповідає «сутності смаку» інгредієнтів, звинувачуючи кулінарних критиків Генріха (Анрі) Го та Крістіана Мійо в «нескінченній пропаганді нової кухні» і «залякуванні» ресторанів, котрі не відповідали її нормам [200]. Однак, незважаючи на критику, нова кухня міцно «закріпилася» у Франції і розійшлася по всьому світу, визначаючи розвиток кулінарії протягом десятиліть. Міра впливу нової кухні найкраще простежується в довгостроковій перспективі: з 1970 по 1997 рр. її дотримувалися близько 600 впливових французьких шефів [200]. Нова кухня здійснила революцію (щонайменше, спричинила нову кулінарну течію, відкрила простір для інновацій), її значущість настільки велика, що сьогодні кулінарні традиції Франції розглядаються лише крізь її призму.

Принагідно варто відзначити, що в кулінарії протягом її еволюції відбувалося не так багато подій, які можна було б розглядати як революційні. Однак перетворення, пов'язані з виникненням і поширенням вишуканої, або високої кухні, хоч і підготовлені багатьма роками повільних поступових змін, мали настільки значний вплив на кухню загалом, що чимало подій у сфері кулінарії протягом ХХ ст. слід вважати саме революційними. Ідейними натхненниками кулінарної революції стали шеф-кухарі провідних ресторанів світу, які докорінно змінили не лише кулінарію, а й культуру споживання. У ресторанах не просто готували різні страви, а впроваджували нові технології: способи сервірування, обробки продуктів, приготування та подавання страв тощо.

Так, ще у 1860-х рр. шеф-кухар Фелікс Урбан-Дюбуа популяризував у Франції сервірування «по-російськи»: страви збиралися на кухні і виносилися гостям почергово (до цього їжу подавали «по-французьки», виносячи страви одночасно) [133]. У 1959 р. у ресторані Джо Баума «Чотири сезони» на Манхеттені вперше було представлено сезонні меню, надруковані англійською мовою (а не французькою). І те, і інше –

революційні кроки в американській високій кухні [133]. Справжню революцію в ресторанній галузі США зробило й меню «гіпер»-сезон, щовечора нове, у ресторані «Ше Паніс» у Берклі (Каліфорнія) [133]. Для приготування страв за найвищими стандартами нової кухні Еліс Уотерс, один з власників ресторану, шеф-кухар та автор кулінарних книг, налагодив прямі й тісні контакти з усіма постачальниками м'яса, молока, овочів, щоб «знати в обличчя кожну корову» [133]. З часом ця новація була запозичена багатьма ресторанами, ставши частиною їхнього бренду, а також шеф-кухарями, які зробили процес виготовлення продуктів новим стандартом якості для ресторанів.

Згодом було розроблено так звану «дієтичну кухню» – ще більш легку версію французької кухні, ніж «нова»: вершкове масло було замінено сумішшю рикотти і йогурту, а соуси для загущення страви – овочевими пюре [50]. Оскільки в 1970-х рр. люди почали з більшою увагою ставитися до здорового способу життя, дієтична кухня М. Жерара почала користуватися великою популярністю: через кілька років прихильниками дієтичної кухні стали «вершки» нью-йоркського суспільства.

Шефи в різних країнах почали активно запозичувати техніки нової кухні, але набагато важливішою, ніж техніка і принципи роботи, була сама ідея революції. Так, у 1987 р. Нобу Мацухиса відкрив у Беверлі Хілз ресторан «Мацухиса», вивівши суші-бар на рівень ресторану сучасної високої кухні [133]. У 2003 р. ресторан Жоеля Робюшона «Л'Ательє» ввів опцію «шефський стіл», надихнувшись японською практикою, за яким шеф-кухар особисто готує для гостей в них на очах [308]. Наступного року шеф-кухари по всьому світу почали переймати його приклад.

Саме в ресторанах формуються нові стилі, напрями і кулінарні концепції. Інколи лише нова страва ставала поштовхом до подібних змін. Так, із рестораном «Спаго» в Західному Голлівуді, однією із знакових страв якого стала піца із копченим лососем і чорною ікрою [133], пов'язують виникнення концепту «повсякденної» високої кухні. А знаменита

«Горгулья» Мішеля Бра, уперше приготовлена в 1978 р., й досі задає напрям розвитку в гастрономії [132]. «Горгулью» – страву з 50–60 різних овочів і квітів: від картопляного пюре до скибочок огірків та пелюсток їстівних квітів, старанно викладених на тарілці, вирізняє мінімальна обробка продуктів та високохудожнє подавання. Саме ця її особливість – мінімальна обробка продуктів – спонукала Алена Пассара вивести червоне м'ясо і морепродукти з меню свого ресторану «Ель Апреж» у Парижі, при цьому доводячи до ідеалу принципи нової кухні і перенаправляючи кулінарний вектор з білкових продуктів на овочі [133].

Шеф-кухарі, довівши принципи нової кухні до досконалості, почали розвивати нові її напрями. Так, на початку 1980-х рр. Жоель Робюшон у паризькому ресторані «Жамен» сформував «гіпер-перфекціоністський» стиль нової кухні [133]. Згодом Ферран Адрія у 1994 р. в Каталонії в ресторані «Ель Буллі» зібрав навколо себе однодумців – «команду, яка присвятила себе творчості» і створила «технічний» концепт кухні, який у всьому світі називатимуть спочатку «молекулярною гастрономією», а згодом «модерністською кухнею» [133]. Технології молекулярної кухні продовжив розробляти і широко використовувати, подаючи приклад багатьом кухарям всього світу, один із послідовників Феррана Адрія, шеф-самоучка, а сьогодні один із найвпливовіших британських шефів Хестон Блюменталь [237]. Однак проти «модерністської» кухні з гострою критикою виступив визнаний каталонський шеф-кухар Санті Сантамарія [133]. Його негативні відгуки підтримали кухарі по всьому світу, що стало початком кінця «молекулярної» кухні як найбільш авангардної, хоча техніки і прийоми, розроблені модерністами, все ж були засвоєні сучасною високою кухнею. Незважаючи на критику професіоналів, по всьому світу молекулярна кухня, або «смачна провокація», «розрив шаблону» (це не дивно, адже її мета – не нагодувати, а здивувати, захопити, вплинути на органи чуття та емоції людини), й досі має своїх прихильників та послідовників і серед професіоналів, і серед шанувальників. Так, колишній

директор із технологій Microsoft Натан Мірволд опублікував за власні кошти (приблизно кілька сотень тисяч доларів) 6-томне видання «Кухня в стилі модерн» (2011 р.) [162], у якому представив фотоілюстрації, що демонструють розрізи страв прямо в процесі приготування.

Одним з останніх напрямів у новій кухні стала так звана «бістрономія» (значення цього терміна очевидне після поділу слова на частини «бістро» і «гастрономія»). Автором ідеї збереження основних рис високої національної гастрономії з поданням її в досить вузьких рамках малих ресторанних форм став кухар Ів Камдеборд, який у 1992 р. відкрив легендарний заклад «Регалайд» умалопрестижному XIV окрузі столиці. Концепцію нового, демократичнішого ресторану І. Камдеборд визначив досить просто – клієнтам повинна бути надана можливість спробувати страви його кухні за 50 євро. Не дивно, що ідея кухаря була підхоплена, адже бістро у Франції вважається однією з найорганічніших форм проведення дозвілля мешканців та гостей столиці, і в національній культурі вона відіграє особливу роль. Серед бістрономічних ресторанів можна знайти кухні, на яких працюють титуловані шефи. Наприклад, мережа бістро Алена Дюкасса в Парижі дуже популярна, а непримітне на вигляд бістро «Ле Шатобріан» Іньякі Айцпітарте було відзначене дев'ятою позицією в рейтингу кращих ресторанів світу San Pellegrino World's 50 Best Restaurants [17].

Незаперечним свідченням визнання кулінарних досягнень найбільш прогресивних ресторанів є зірки «Мішлен» та кухарські ковпачки Го&Мійо, відзнака журналу «Restaurant Magazine» та газети «Нью-Йорк Таймс». Для ресторанів та їхніх шеф-кухарів – це не просто відзнака, а запорука популярності, від цієї оцінки залежить їх визнання і прибутковість їхніх закладів. Так, зірки «Мішлен» тривалий час були найавторитетнішою і бажаною відзнакою не лише для ресторанів, а й шеф-кухарів. Один лише факт згадки ресторану в Червоному гіді (від кольору обкладинки гіда), навіть без присудження зірки, є визнанням майстерності шефа і може стати

потужним поштовхом до комерційного успіху. Вперше зірками ресторани почали відзначати у 1926 р., а у 1931 р. «Мішлен» представив систему тризіркового оцінювання: «одна зірка – дуже хороший ресторан у своїй категорії, дві зірки – відмінна кухня, варто заїхати, якщо проїжджаєте неподалік, три зірки – видатна кухня, гідна спеціального відвідування» [89].

Крім довідника «Мішлен», ресторани у Франції, Німеччині, Угорщині, Швейцарії, Нідерландах, Бельгії та Австралії можуть отримати так звану відзнаку Gault & Millau – від прізвищ згаданих вище кулінарних критиків Генріха (Анрі) Го і Крістіана Мійо. До довідника Го&Мійо включають ресторани, як заслуговують на оцінку вище 10 за двадцятибальною системою. Оцінка ґрунтується насамперед на смакових якостях кухні, також до довідника додані коментарі про ціни та атмосферу в ресторані. На підставі цього рейтингу висококласні ресторани отримують оцінку в якості кухарських ковпаків від одного до п'яти. Прикметно, у Франції використовуються тільки ковпачки, а у Швейцарії – бальна класифікація [267].

Альтернативою гіді «Мішлен» є список 50 кращих ресторанів світу за версією британського професійного журналу «Restaurant Magazine», який дає змогу проявити себе багатьом талановитим шефам [133]. Щорічно оновлюваний рейтинг The World's 50 Best Restaurants (який на ім'я головного спонсора частіше називають «Рейтингом San Pellegrino») – один із найбільш шанованих кулінарами всього світу рейтинг; по суті, це свого роду кухарський «Оскар». Така альтернатива мішленівським зіркам відчувалася давно, оскільки гонитва за ними стала для багатьох шеф-кухарів нав'язливою ідеєю, єдиною метою в їхній роботі, що інколи мало невиправні наслідки. Так, у 2003 р. шеф-кухар Бернар Луазо покінчив життя самогубством, імовірно, через чутки про те, що з його ресторану «Золотий берег» збираються зняти третю мішленівську зірку [254]. Ця трагедія порушила питання сильного тиску, який відчувають шефи, намагаючись домогтися високих рейтингів та утримати їх. Незважаючи на скандал, у

2005 р. «Мішлен» випустила перший гід в США – про Нью-Йорк. Зірки отримали чотири ресторани: ресторан Алена Дюкасса в бізнес-центрі Ессекс Хауз, «Жан Жорж» Жан-Жоржа Вонгеріхтена, «Ле Бернардан» Еріка Рупера і «Пер Се» Томаса Келлера. Та все ж «Мішлен» почав стрімко втрачати авторитет «арбітра смаку»: того ж року Ален Сендеран (Alain Senderens), шеф-кухар тризіркового ресторану «Люка Картон» в Парижі, змінив формат ресторану на більш демократичний і повернув зірки «Мішлену», оголосивши їх «застарілими і неактуальними» [133]. У відповідь директор «Мішлена» Жан-Люк Нарі заявив в інтерв'ю журналу «Таймс»: «Забавно спостерігати за шефами, які вважають, що мішленівські зірки належать їм. Вони, в першу чергу, належать Мішлену» [133]. Але «Мішлен» більше не володіє незаперечним престижем, коли йдеться про категорію того чи іншого ресторану.

Видання «Нью-Йорк Таймс» також публікує результати обстежень кулінарними критиками кращих ресторанів всього світу, зірками якого, на відміну від «Мішлен», можуть бути відзначені лише ресторани Європи, Америки, Японії, Гонконгу і Макао. До речі, уперше вищий бал (4 зірки) «Нью-Йорк Таймс» у 1971 р. присудив «неєвропейському» ресторану – «Хунам», «кращому китайському ресторану в місті». Згодом зіркою від видання був відзначений і ресторан «Джемз» у Нью-Йорку, кухню якого критик означив як «невимушену елегантність», зазначивши, що, виявляється, «салат із козячим сиром може бути піднесеним» [133]. Каліфорнійську кухню цього ресторану, очолюваного Джонатаном Ваксманом, колишнім кухарем «Ше Паніс», назвали «перекладом французької нової кухні на англійську мову». Кілька десятиліть вона була головним американським ресторанним трендом. Наступного разу чотирьох зірок від газети «Нью-Йорк Таймс» був удостоєний італійський ресторан Маріо Бата і Джозефа і Лідії Бастіаніч – «Дель Посто», шеф-кухарем у якому працює Марк Ладнер, лише у 2010 р. [133]

Отже, принципи нової французької кухні швидко поширилися по всьому світу, сприймаючись як незаперечний стандарт у сфері кулінарії. Саме тому «нову» кухню почали називати «високою», маючи на увазі, що вона відповідає певним стандартам кулінарної естетики: вишуканість смаків у поєднанні з красиво прикрашеною стравою. Дотримання шеф-кухарями всього світу цих стандартів ґрунтується на усвідомленні того факту, що для кулінарного шедевра важливий не лише смак, а й зовнішній вигляд. Можливо, тому страви традиційного сервірування поступаються за смаковими якостями стравам, які імітують твори сучасного живопису. Наукове підтвердження інтуїтивної здогадки кулінарів про те, що мальовничий вигляд їжі підсилює її смакові якості, було отримано завдяки дослідженням Оксфордського університету, здійсненим у 2014 р. [121]. Психологи лабораторії перехресних досліджень Оксфордського університету провели експеримент із 60 учасниками, яким було запропоновано салат з одними й тими ж інгредієнтами – цикорій, броколі, горошок, цвітна капуста і перець, олія пепероні, оливкова олія і буряково-морквяний соус. Але перший салат був неохайно викладений на тарілку, другий – традиційно оформлений, а третій – поданий у вигляді абстрактної картини Василя Кандинського «Малюнок № 201». Після дегустації найсмачнішим було визнано «салат Кандинського», причому учасники експерименту готові були заплатити за нього вдвічі більше, ніж за інші. Резюме членів дослідницької команди було однозначним: «Використання мотивів мистецтва в кулінарному дизайні може підвищити смакове задоволення від їжі» [121]. Наведений приклад «їстівного мистецтва» є доказом того, що кулінарний шедевр повинен мати досконалий смак і вишукано виглядати. Тому в останні роки подаванню страв приділяють надзвичайно велику увагу.

Так, Массімо Ботура, якого називають італійським гастрономічним футуристом, часто черпає натхнення в сучасному мистецтві. Серед його улюблених художників – Джексон Поллок і Демієн Хьорст. «Я намагаюся

інтерпретувати послання художника і зробити його моїм, перевести його в моє життя і в мої страви», – зізнається М. Ботура [121]. Португальський кухар Хосе Авілз також не залишив без уваги творчість Джексона Поллока. В меню його ресторану «Бельканто» (Лісабон) особливою популярністю користується рибна страва у стилі абстрактного експресіонізму. Кулінарний шедевр а-ля Джексон Поллок Гранта Акаци став іконою кулінарного стилю. Чиказького шеф-кухаря часто називають одним з лідерів молекулярної гастрономії, а його ресторан «Алінея» отримав три зірки «Мішлен» і входить до топ-50 кращих ресторанів світу. Обід в «Алінея» – це абсолютно новий рівень кулінарного мистецтва, доповнений театральним дійством: Г. Акаца за допомогою кулінарних інгредієнтів «малює» абстрактну картину безпосередньо на стільниці столу в присутності відвідувачів.

Віднедавна у найбільш декадентському ресторані Лондона «Mirror Room» можна замовити десертний сет «Мистецтво післяобіднього чаю» від шеф-кухаря Марка Перкінса. Кулінарні міні-шедеври є візуальними репліками творів сучасного мистецтва, присвячені п'ятьом знаковим художникам – Яеї Кусама, Олександру Колдеру, Марку Ротко, Демієну Хьорсту і Бенксі.

Сучасні знамениті кухарі працюють у стилі поєднання двох мистецтв – кулінарії та живопису, а їхні страви прирівнюються до творів мистецтва. Кулінарні гуру стають артистами перформансу і хепенінгу, а кулінарні школи проводять заняття із художньої композиції та малюнку, прищеплюючи майбутнім кухарям художній смак.

Отже, найбільш впливовими чинниками формування національної кухні є формування державних утворень, індустріалізація промисловості, у тому числі харчової, розвиток сільського господарства, технологічні інновації, розвиток шляхів сполучення і транспорту, активізація міграційних потоків, урбанізація, а також секуляризація суспільства. Одним із визначальних чинників є природно-географічне розташування країни, що

окреслює страви, які можна приготувати із продуктів, специфічних для цієї місцевості.

Під впливом цих чинників національна кухня поступово формувалася і трансформувалася, допоки у ХХ ст. не виникла і не поширилася вишукана, або висока кухня, яка кардинально змінила ставлення до їжі та кухні в цілому, визначивши чимало нововведень у сфері кулінарії, котрі варто вважати радикальними. Натхненниками кулінарної революції стали шеф-кухарі провідних ресторанів світу, які докорінно змінили не лише кулінарію, а й культуру споживання їжі.

2.2. Національна кухня в контексті сучасної культури

За теорією «глобальної ойкумени» У. Ганнерса [301], традиційні культури виникають у суспільствах, що існують у певних межах; вони «прив'язані» до цього простору і відтворюють себе в безпосередніх контактах і в одному часовому проміжку. На противагу їм, сучасні культури перетинають будь-які конкретні часові та просторові межі і завдяки новітнім технологіям, особливо у сфері інформаційної і транспортної комунікації, фактично «розривають» простір і час. Так формується територія постійного культурного обміну та своєрідного «перекладу» феноменів однієї культури на мову іншої. Культурні потоки в межах глобальної ойкумени несиметричні та недвосторонні. Існує чіткий поділ на центр (де формуються так звані культурні послання) і периферії (де вони сприймаються). Культурні переміщення з периферії до центру досить обмежені, за винятком музики реггі, латиноамериканських ритмів та африканського року. Структура центр-периферія – множинний конгломерат із різними спеціалізованими та регіональними центрами, які змінюються й переносяться в часі: так, США є центром науки, новітніх технологій та масової культури, Франція – високої моди, вишуканої кухні [215].

Культурна експансія розвинених країн, за якою слідує уніфікація, призвела до формування, з одного боку, елітарної культури, притаманної світовій богемі, а з іншого – космополітичної – маскульту як результату культурної експансії розвинених і відкритості традиційних культур. Природно, що ця ж тенденція характерна і для кулінарії, котра, як складник загальнонаціональної культури, чутливо реагує на глобалізаційні процеси. Так формується висока кухня і примітивна (космополітична), один із чинників формування якої отримав назву «макдональдизація» (за Д. Рітцером) – синонім уніфікації культур на примітивному рівні.

«Космополітична» (С. Кравченко) форма їжі – це дедалі зростаючі швидкісні потоки продуктів харчування, які долають бар'єри країн і континентів та виходять за межі місця їхнього виникнення (піца, суші, кока-кола, брендові алкогольні напої, курячі ніжки Буша тощо). Ця їжа впливає на смакові рецептори завдяки збільшенню в ній солі, цукру, жирів, добавок, що стимулюють апетит. Вона не лише позначається на культурно-локальних смаках, які є своєрідним маркером класу, соціальної або етнічної групи [26], а й формує космополітичний смак, який впливає на ієрархію їжі в глобальному масштабі. При цьому космополітична їжа має очевидні переваги, як-от: відносна дешевизна; демократичність, «толерантність»; затребуваність, пов'язана задекватністю їжі сформованим смакам; висока калорійність, що дає змогу швидко насититися; співпричетність споживача до усталених брендів [116].

Однак, крім цих переваг, є й недоліки, зокрема: «кока-колонізація», витіснення консервованими продуктами національної їжі, а також їжі сезонної, зокрема солінь [116]. Кока-колонізація – це словосполучення, що використовується для характеристики нераціонального способу життя багатьох сучасних людей (низька фізична активність у поєднанні з вживанням великої кількості їжі з високим вмістом жирів і рафінованих вуглеводів).

Ці недоліки призвели не лише до економічних втрат, а й до культурних «травм», бо ще одним чинником ієрархізації їжі стала її диференціація за космополітичним і національним принципом. Останній під впливом глобального агробізнесу часто не виправдано применшується.

Важко також спрогнозувати шкідливість такої їжі для фізіології конкретних етносів, позаяк відомо, що останніми роками акцентується увага на необхідності споживання і навіть лікування тими продуктами, які традиційно вирощують і переробляють для споживання в тому регіоні, де народилася і проживає конкретна людина, формувалися біофізіологічні особливості її організму як представника конкретного етносу.

Результатом взаємодії космополітичної і національної їжі є так звана гібридна (С. Кравченко) їжа, яка поєднує в собі два і більше елементи харчування, що відносяться до різних культур світу. В результаті еклектичні форми їжі практично втрачають свою культурну ідентичність, прикладом чого можуть бути «японські суші» або «швейцарський сир», вироблені в Україні. Гібридна їжа представляє «третю культуру», яка амбівалентно впливає на характер ціннісних орієнтацій людей [116]. З одного боку, вона передбачає природне утворення нових форм їжі, завдяки яким людина має змогу пізнати й інтерпретувати культурно іншу їжу, а з іншого – може виникнути культурна травма. Зміст гібридної їжі передбачає найнесподіваніші кулінарні парадокси: вона може містити значну кількість інгредієнтів з різних куточків світу, що функціонально-фізіологічні в їхньому рідному локально-національному контексті, але не відповідають вимогам харчування чи культурі в інших країнах [116], через щоздатна спровокувати культурно зумовлені розлади харчової поведінки або харчові захворювання, а також соціальні колізії. Так, гібридна їжа, як правило, не відповідає принципам роздільного харчування, дієті віруючих певних конфесій, тобто для низки представників різних спільнот ця їжа може стати реальною проблемою.

До так званих розладів харчової поведінки відносять булімію, анорексію, переїдання й ін. Так, анорексичні розлади ініціюють гламурні стандарти краси. Основою подібних харчових розладів є ідея про можливість здійснення контролю над своїм тілом, що актуально в світі, в якому людину всюди переслідує харчова спокуса. Ідея такого вигляду виникає у відповідь на рекламовані продукти харчування та способи їх споживання. Можливо, останнє якраз і є прихованим ініціатором розладів харчової поведінки, фіксуючи специфічний зміст їжі. Так, анорексія та обжерливість фіксують дві діаметрально протилежні сторони деструктивного ставлення людини до їжі. Але з онтологічного погляду ці розлади виражають ставлення до тіла як такого, що фіксує просторово-часовий вимір життя: влада над тілом або його влада над людиною екзальтує в одному і тому ж – смерті, до якої призводять відмова від їжі та її необмежене споживання. У нотатках із психології харчових розладів анорексія трактується як бажання отримати максимальну владу над світом [60, с. 55], ставши непомітним, звівши свою присутність в ньому до мінімуму. Тоді як обжерливість, що призводить до злякисного достатку плоти, розглядається як спосіб закритися від світу. Дослідник К. Пігров відзначає моральний вимір обжерливості як асоціальної трапези:

«Обжерливість за своєю суттю – це асоціальна їжа, їжа «не поділившись», їжа «під ковдрою» [176, с. 12]. Обжерливість – “це їжа, коли інші голодують”» [176, с. 12].

На істотну зміну характеру і змісту їжі суттєво вплинули такі нові типи раціональності, як рефлексивність, макдональдизація та ін. Завдяки макдональдизації, котру Дж. Рітцер визначає як «процес, під час якого принципи роботи ресторану швидкого обслуговування починають визначати дедалі більшу і більшу кількість сфер американського суспільства, як і решти світу» [201, с. 117], зародилося й утвердилося принципово нове швидке харчування, практично реалізоване компаніями «Макдональдс», «Бургер Кінг», «Піца Хата», «Курчата з Кентуккі» та ін. Практично в усьому

світі воно знаходить національно-локальні форми (в Україні це, наприклад, мережі національних ресторанів швидкого харчування «Швидко», «Пузата хата», «Здоровенькі були», де подаються млинці, салати й ін. і де можна за 5–10 хвилин перекусити), але всі вони ґрунтуються на загальних принципах макдональдизованої раціональності (ефективність, калькульованість, передбачуваність і контроль). Відвідувачам пропонується ефективний, швидкий шлях позбутися голоду, часом прямо не виходячи з машини, що не може не бути привабливим.

При цьому кількість стала еквівалентом якості: швидка доставка, по суті, означає якісну доставку; аналогічно, більше – значить краще. Звідси слогани: з'їж (випий, купи) щось «подвійне» або «потрійне» і тим самим заощадь. Передбачуваність означає, що страви будуть однаковими, незалежно від часу і місця, коли і де вони пропонуються. Людям подобається, що в сучасному хаотичному світі все ж є місце, де мало сюрпризів. Контроль здійснюється за допомогою технологій, у яких відсутній (зведений до мінімуму) людський чинник. Крім того, контролюється час, що витрачається на обслуговування клієнтів: обмежене меню, невеликий вибір, незручні жорсткі сидіння – усе це змушує відвідувачів швидко їсти і йти.

Природно, у швидкого харчування є багато переваг, водночас його сутнісним елементом, як зазначає Дж. Рітцер, є особлива ірраціональна раціональність, що проявляється в новій формі відчуження у вигляді роботизації людських відносин [201]. Дегуманізується сам процес прийняття їжі: традиційно трапеза передбачала соціальну взаємодію людей, яку сьогодні зведено до мінімуму, адже і відвідувачі, і працівники «Макдональдс», по суті, стають роботами, які обслуговують великий конвеєр.

У складному соціумі змінюється сенс і, відповідно, дискурс їжі. Зокрема, виникли нові реалії їжі, позбавлені іманентного соціокультурного сенсу. На думку Дж. Рітцера, в той час як глобалізація породжує «ніщо»,

локальні культури продовжують виробляти «щось». Під «ніщо» соціолог розуміє «соціальну форму, яка зазвичай централізовано задумана, керована і порівняно позбавлена певного ціннісного змісту», додаючи, що йдеться про «порожні соціальні форми» [201, с. 71]. «Щось», навпаки, – це та соціальна форма, котра характеризується конкретним ціннісним змістом. «Ніщо» і «щось» існують тільки в єдності, у континуумі, представляючи його протилежні полюси.

Отже, можна стверджувати, що сьогодні виникла їжа, позбавлена конкретного культурного сенсу, тобто створена поза певними національними цінностями і нормами, кулінарними традиціями. До такої їжі, зокрема, відносяться гамбургери, піца, чіпси, снікери та ін. – все, що можна швидко приготувати. Так, гамбургер – це «швидка їжа для зайнятої людини, яка поспішає і для якої час – це гроші» [53, с. 68]. «Гамбургер – це абстрактна їжа – тільки для отримання порції енергії в належний час. Як бензин для автомобіля. Гамбургеру не потрібно мати смак і запах: його поглинають в неувважності, обдумуючи при цьому свій бізнес. Гамбургер з'їдається в мовчанні. Бо, якщо ви розмовляєте в цей час, гамбургер... може випасти з ваших рук. Так що його треба тримати обома руками, як кермо машини» [53, с. 68].

Саме гамбургер (бургер та ін.) є втіленням такого уніфікованого формату харчування, що виник внаслідок гомогенізації культурного простору, як фаст-фуд: їжа є результатом розвитку індустрії харчування, у ній втрачена культура трапези на догоду так званому перекусу [218, с. 119]. Будучи спочатку гастрономічною практикою американської культури (зادля об'єктивності варто зазначити, що ідеї швидкої, готової для вживання їжі, вироблялися упродовж століть, адже в багатьох культурах вулична їжа продавалася із прилавків, тривалий час була основним продуктом на ярмарках і в містах), з часом фаст-фуд ознаменував перемогу над природним вмістом їжі в багатьох країнах світу, виявився символічною для глобалізованого світу їжею, тому що «в фаст-фуді культурний зміст

вилучено, а його цивілізаційний формат, який подолав бінарні гастрономічні коди, виступає для сучасної людини, вимушеної жити в полікультурній та поліетнічній реальності, способом уникнути лякаючого зіткнення з Іншим на тілесному рівні» [222].

Принагідно варто зазначити, що коли революція фаст-фуду дійшла до Франції, яку традиційно вважають батьківщиною вікових кулінарних традицій, ніхто не сумнівався, що поширення швидкої їжі зіткнеться з труднощами. І перший час вони дійсно були – Макдональдс був сприйнятий як своєрідний агент американського кулінарного імперіалізму. Однак сьогодні Франція посідає друге місце (після США) по виручці, а на території країни діє 1140 ресторанів. Корпорація є найбільшим приватним роботодавцем для громадян країни високої кухні [146]. У цьому зв'язку варто наголосити, що завдяки однотипному меню і суворо стандартизованим стравам у ресторанах Макдональдс економістами використовується так званий «індекс Біг-Мака» для визначення різниці купівельної спроможності національної валюти, адже Біг-Мак усюди в натуральному вигляді однаковий, а от вартість його різна [35, с. 75].

Загалом фаст-фуд є продуктом харчової індустрії; його не можна оцінювати ні позитивно, ні негативно, але треба визнати факт того, що саме фаст-фуд став сьогодні новою культурою їжі, яка «вписала» в себе базові коди тієї технократичної, урбаністичної реальності, в якій багато традиційних для людини проблем досягли свого екстремуму [221]. Так, на думку соціолога І. Сохань, істотними характеристиками та культурними наслідками фаст-фуду є: функціоналізація харчування, що означає і функціоналізацію тілесності; зниження семіотичності їжі, втрата нею різноманіття культурних значень; гомогенізація світового культурного простору, пов'язана з подоланням первинного бінарного кодування «своє-чуже», яке завжди було актуальним насамперед на етнічному рівні; уніфікація повсякденності, тоді як, будучи системою низових форм культури й одночасно її базовою фундаментальною структурою,

повсякденність в умовах глобалізації підтримує існування і багатоманітність національних форм культури, втілюючи насамперед національні форми побуту [221].

Загрожують кухням традиційних культур пов'язані із поширенням фаст-фуду процеси американізації та вестернізації харчування. Американізація має на увазі швидку їжу, фаст-фуд як матеріальний субстрат цінностей американської культури і їх тілесне засвоєння за допомогою споживання такої їжі, а вестернізація харчування означає процес засвоєння традиційною кухнею так званих цивілізованих форм їжі. Такі процеси є проблемою для тих культур, чия ідентичність тісно пов'язана із вживанням саме національної їжі, тобто для представників невеликих культур з найбільшою автентичною традиційністю. Американізація і вестернізація харчування в світі, за спостереженнями Ю. Веселова, пов'язані не лише з ресторанами швидкого харчування, а й із технологіями приготування, зберігання, транспортування та продажу продуктів, вироблених на Заході [34, с. 137].

Саме західна економічна система вільного ринку та підприємництва перетворила приготування продуктів з домашньої роботи на промисловість. Тепер по всьому світу люди користуються напівфабрикатами (продуктами, підготовленими для швидкого приготування, що кардинально економить час, підвищує ефективність і робить завдання кухаря дещо іншим. Багато продуктів, які давно користуються попитом, виникли завдяки технологіям зберігання: наприклад, спочатку сир – це всього лише спосіб зберігання молока, запозичений від бедуїнів Близького Сходу; пиво – спосіб збереження води в спекотних країнах (в Шумері і Єгипті); ковбаса – спосіб зберігання м'яса, котре спочатку солили і в'ялили (як іспанський хамон, який уможливив тривалі морські експедиції і, відповідно, географічні відкриття XV–XVI ст.) [34, с. 137].

Отже, американізація і вестернізація в процесі глобалізації харчування – це не тільки гамбургери Макдональдс або напої Кока-Кола; в реальності

західні технології переробки, зберігання і транспортування продуктів (масове консервування; заморожування; технології пакування та зберігання в газових середовищах) набагато більше сприяли створенню єдиного глобального простору споживання продуктів харчування[34, с. 137].

А. Козлов у дослідженні «Їжа людей» [109] зазначає, що традиційна їжа у зіткненні з їжею «промислового» типу зазнає поразки через декілька причин. Незважаючи на те, що кордони між їжею своєю і чужою у традиційної людини дуже міцні, здатність чужої знищити своє набагато вища, ніж у культури, яка йде шляхом еволюції та активно взаємодіє з іншими [109, с. 149–163]. Їжа «промислового» типу для людини, яка звикла залежати від природних циклів виробництва харчування, сприймається лякаюче чудовою: вона може довго зберігатися (відсутність залежності від часу, вона сама є онтологічним ресурсом часу); бути тут же готовою до вживання (відсутність ресурсу, відпущеного на приготування); може мати додаткову цінність у вигляді упаковки, що використовується потім для інших цілей [109, с. 149–163]. У свою чергу, втрата гастрономічної автентичності призводить до швидкої втрати власної національної ідентичності – в цьому плані так звана їжа «промислового» типу є потужною зброєю глобалізації: «Активне (інколи навіть насильницьке) впровадження нових продуктів, елементів кухні і культури харчування в цілому можна розцінювати як один з етапів асиміляції одного народу іншим» [109, с. 153].

Водночас треба відзначити, що національна кухня імпліцитно входить і в міжнародну кухню, і в кухню сусідніх культур, тобто не залишається на периферії місцевих харчових практик, а починає відігравати самостійну роль, зберігаючи свою сутність, призначення, при цьому набуваючи нових якостей, традиційних для нового «місця побутування». Вона пластично змінює своє символічне значення і цінність.

Як приклад можна навести метаморфози, щовідбулися з улюбленою в Україні стравою тюркського походження – чебуреком (слово «чебурек»

запозичене з кримськотатарської мови і в перекладі означає «сирий пиріжок»)–традиційною стравою багатьох тюркських та монгольських народів. Чебурек, який традиційно є прісним пиріжком із начинкою з м'ясного фаршу, українцям знайомий у різному рецептурному виконанні. Можна сказати, що він зберіг лише назву, форму та принцип смаження – на розжареній пательні та маслі. На пострадянському просторі у чебуреках як начинку використовують сир, картоплю, гриби, капусту, яйця з цибулею та рисом, м'ясо з сиром тощо. Зокрема, у закладах поширеної в Україні мережі харчування «Пан Чебурек» [320] страва готується із м'ясом, сиром, картоплею, капустою, а також із солодкими наповнювачами – яблуками та вишнею. Прикметно, що в мережі «Пан Чебурек» у рекламі чебуреків акцентується увага на фарші з домашньої свинини та поєднанні досвіду татарської, турецької та узбецької кулінарії, позаяк страва традиційно користується найбільшою популярністю серед кавказьких народів. Так у сучасній Україні в чебуреку поєднують непоєднуване – страву зі свинини і мусульманські кулінарні традиції, що було б неможливо у харчовій практиці на його історичній батьківщині. У такий спосіб за аналогією з транс культурою формується транс-кухня, котра виходить за межі звичних для певної культури харчових практик і набуває нової семантики в умовах побутування іншої.

Нині криза національних систем харчування та їхня потенційна готовність зникнути під тиском американізованого і вестернізованого харчування є серйозною проблемою, такою ж, як і трансформація домашньої кухні, коли сімейна харчова політика моделюється рекламою продуктів харчування та економічними стратегіями, визначеними харчовою індустрією, широко представленими у величезних супермаркетах економ-класу та популярних ЗМІ.

Є всі підстави сумніватися, що незабаром головною функцією їжі стане утилітарна, а утопія «їжі майбутнього», синтезованої із життєво необхідних елементів, «у вигляді капсул, проковтування яких передбачає

задоволення потреб, крім можливості відчувати задоволення/незадоволення» [104, с. 106], – повсякденною реальністю. Якби людям була байдужа форма задоволення потреб в харчуванні, не було б тієї різноманітності їжі, культурних і соціальних відмінностей у харчових уподобаннях, що спостерігається сьогодні.

Неоднозначним також є твердження, що у зв'язку із глобалізацією процеси універсалізації їжі переважатимуть інші. Нині мережі швидкого харчування на кшталт «Макдональдс» становлять не єдиний аспект глобалізації харчування. Їх вже «тіснять» конкуренти, які пропонують екзотичне меню, італійську, мексиканську, китайську, японську кухні, а також стиль фьюжн (від англ. – злиття; так звана нова азіатська кухня, яка об'єднує азіатські техніки і продукти із західною культурою нової кухні). Не випадково одна з виразних постмодерністських метафор культури, що відображає фрагментований характер культурного успадкування, – це образ шведського столу. «Всеїдність» сучасної культури в прямому сенсі відображається в зацікавленні різними традиціями харчування, у їх вільному відборі та поєднанні. Це чітко віддзеркалюється і в рекламі харчових продуктів, яка почасти експлуатує географічні та історичні образи, завдяки яким споживач має можливість відкривати для себе різноманітність світової кулінарної культури.

Додаткового значення самому процесу споживання їжі надають публічні місця для харчування. У модних і дорогих барах-ресторанах найбільше цінується особлива атмосфера, дизайн інтер'єру, музичне оформлення тощо. Все це дає підстави зазначити очевидну функцію рекреації та ідентифікації: їжа і різні способи її споживання стали невід'ємною частиною індустрії дозвілля. Оскільки будь-яка колективна трапеза формує спільну тілесність їдців, то розгалужена система місць громадського харчування в сучасному місті також формує «публічне тіло» (колективну тілесність) міста. Відтак кулінарна культура сучасного міста

презентує не одну культурну традицію, а кулінарний мікс із різних національних кухонь і стилів харчування.

Із спробою виявити вплив їжі на внутрішній світ людини та її душевний стан пов'язана істотна увага до метафізичного аспекту їжі і харчування. Читачеві або глядачеві пропонується побачити рецепт страви чи формат трапези і зрозуміти, що він означає, наприклад: бажання приготувати вишукану вечерю означає бажання продемонструвати запрошеним на неї власну високу самооцінку та бажання довгострокової перспективи взаємин; трапеза в національному стилі засвідчує потребу у визнанні та утвердженні індивідуальності; запрошення до ресторану означає бажання зберегти дистанцію по відношенню до співтрапезника, що диктується можливістю повністю використовувати комунікативний потенціал застілля і розкрити себе не у внутрішньому змісті їжі, а в застільній розмові, а також потребою в нейтралітеті, актуальному для переговорів; трапеза у формі фуршету означає можливість доторкнутися до іншого [218].

У цьому контексті варто звернути увагу на домінуючі групи значень їжі і практики її символізації, представлені в сучасному інтернет-просторі. На основі аналізу сайтів гастрономічних брендів, кулінарних порталів та блогів К. Рафікова виокремлює: ігрові практики (конструювання життєвих стилів); персоналізований фаст-фуд (ілюзія вибору); «повільну їжу» (альтернативні креативні практики); віртуальний гастрономічний туризм та історичну кулінарію (музеєфікація їжі) [198, с. 49–52]. На цій підставі дослідниця звертає увагу, що для інтернет-простору характерна надзвичайна різноманітність, варіабельність і хаотичність значень їжі, що є відображенням нонселективного характеру сучасної культури і тенденцій її музеєфікації [198].

Отже, внаслідок тривалих і поступових еволюційних перетворень кухня стала відображенням соціокультурних зрушень сучасного суспільства. Зокрема, національна кухня дедалі більше поступається місцем

міжнародній, втрачаючи статус одного із ідентифікаторів національної ідентичності. При цьому нову міжнародну кухню сьогодні неможливо розглядати як укорінене та ортодоксальне зведення правил: у неї немає міста чи країни походження, немає лідера. І все ж нова міжнародна кухня вже достатньо сформувалася, щоб перетворитися на окремий феномен, який не має ні національних, ні територіальних обмежень. Не обтяжена етнічною і територіальною приналежністю, вона суттєво вплинула на всі без винятку гастрономічні культури, викликала появу нових кухонь і водночас актуалізувала традиційні регіональні кухні – з їхніми підходами та смаками. А сам процес маркування соціальної нерівності сучасного суспільства завдяки їжі пов'язаний не стільки з різноманітністю смаків, скільки з різноманітністю стилів життя.

Загалом актуалізація проблеми харчування в світі, що глобалізується, пов'язана з необхідністю збереження національної ідентичності, проблемами здоров'я людей та виживання традиційних культур завдяки підтримці традиційної кухні і традиційних форм харчування. Однак процеси подальшої індустріалізації та вестернізації харчування є неминучими, тому потребують дієвого реагування з боку громадськості та владних структур для вироблення шляхів популяризації національних кулінарних традицій у своїй країні і в усьому світі.

2.3. Їжа та кухня в системі ціннісно-ментальних символів культури

Кожна сфера соціально-культурного життя має власну символіку: у релігії це символи віри, у мистецтві – художні образи, у політиці – символи, що характеризують групові та загальнодержавні інтереси, у кулінарії – страви і характерні продукти.

Символи, зокрема кулінарні, сприяють взаємодії індивідів, забезпечуючи інформаційний зв'язок між людьми, епохами, культурами, та

передають соціокультурний досвід. За спостереженнями теоретика Л. Уайта [239], саме від символів залежить зміст культури, а її розвиток – від здатності людини до символізації. Аналогічного погляду дотримуються й інші дослідники – Е. Кассіерер [102], К. Леві-Строс [130], Ж. Лакан [125], А. Уайтхед [240], О. Лосєв [138], Ю. Лотман [142], теоретичні підходи яких до розуміння символу об'єднує спільна «точка зору»: символ – це культуруотворюючий феномен, змістова цілість.

Отже, символи, у тому числі кулінарні правомірно тлумачити як найбільш адекватні серед існуючих у культурі засобів, здатних бути маркерами соціальних процесів і фіксувати зміни соціокультурних практик. Тобто кулінарні символи варто розглядати винятково у зв'язках із реальним життєвим буттям. У такій настанові простежується домінуюча роль людини як творця та інтерпретатора кулінарних символів. Саме в символічній природі свідомості людини вкорінена її культурутворча діяльність, пов'язана з використанням, розумінням і виробництвом будь-яких символів. Іншими словами, здатність свідомості людини до утворення апріорних символічних понять (згідно з Е. Кассіерером [102]) перетворюється на основну буттєву характеристику людини. Результатом об'єктивування символічних функцій свідомості є простір символічних форм – об'єктивна реальність, що свідчить про творчу активність людського духу [102].

Символ і самі характеристики культури О. Шпенглер розглядає в нерозривному зв'язку із процесами функціонування культурного змісту [274, с. 231]. Тобто символи – це змістові феномени: вони пов'язані з унікальними явищами і відображають зміст, який належить конкретній соціальній реальності, що вимагає від людини розуміння цього змісту. Трактування символів становить допустимі прочитання у відповідному культурному контексті, а чим більше тлумачень, тим глибші естетико-змістові потенції символу, а, отже, довше його життя. Прикладом є хліб як символ жертви, пропозиції, самого життя. Ще стародавні шумери вважали, що саме хліб і воду безсмертного життя зберігає бог Ану на Небесах [153].

У єгиптян у формулах жертвопринесення за покійними йдеться про «хліб і пиво» як основну їжу в потойбічному світі, а перший сніп нового врожаю єгиптяни приносили в жертву богу Сонця [47, с. 74–75].

На Тибеті відомий ритуал кидання цампи, національної тибетської страви з борошна і злегка підсмажених зерен ячменю; його проводили для того, щоб задобрити місцевих духів і попросити їх захисту і заступництва [259].

У слов'ян хліб здавна вважався найбільш сакральним видом їжі, символом достатку й матеріального благополуччя. Недаремно в молитві до Бога «Отче наш ...» люди, як великої милостині, просили не позбавити їх хліба. Хліб осмислювався як дар Божий і водночас як самостійна жива істота або навіть образ самого божества, вимагаючи до себе особливо шанобливого і майже релігійного ставлення. Хліб для слов'ян і сьогодні символізує відносини взаємного обміну між людьми і Богом, між живими і предками: його кладуть перед іконами, аби засвідчуючи цим свою вірність Господу, але й Бог, у свою чергу, кладе хліб на стіл перед людьми. Адже в християнстві хліб – це не лише хліб Господа, хліб (зі) столу Господа-Бога, хліб ангелів, це втілення тіла Самого Христа, звідси таїнство Святого Причастя, встановлене на Таємній вечері. Хліб також символізував багатотрудне людське життя, метою якого має бути винагорода на небесах, його широко використовували в якості оберегу: клали в колиску до новонародженого; брали із собою, вирушаючи в дорогу, щоб він охороняв у дорозі; клали на місце, де до цього лежав небіжчик, щоб хліб переміг смерть і померлий не забрав із собою родючості; виносили на вулицю при наближенні грози або градової хмари, щоб захистити посіви; обходили з хлібом палаючу будівлю або кидали його у огонь, щоб зупинити поширення пожежі та ін. [260].

В Україні хліб був і досі є «учасником» багатьох народних свят. З ним благословляли молодих на щасливе життя, вітали матір з новонародженим, із хлібом-сіллю зустрічали дорогих гостей, уперше входили в нову хату,

проводжали в останню путь. Хліб був послом миру і дружби між народами, залишається ним і зараз. Із хлібом на вишитому рушнику наші предки йшли навіть оглядати поле, сіяти і збирати жнива. Кращу жницю квітчали вінком із колосків, а потім ще й сплітали вінок, урочисто несли його в село до двору господарів, клали на хліб, з яким господарі вітали женців. Українці неабияк поважали перший сніп як символ врожаю, і саме з нього робили весільний коровай. На медово-маковий Спас святого Маковія (цей день дуже важливий, бо тоді освячували хліб нового врожаю) народ ушановував його символом – святими хлібом і маком. Люди набирали у вузлики різнотрав'я і несли до церкви святити, а присвятивши, висипали в зерно – «щоб Бог народив хороший хліб» [260]. На Спаса в церкві святити груші, яблука, мед, калачі з борошна нового врожаю та обжинкові вінки. Ці традиції передавалися з покоління в покоління, вони, як невичерпне джерело культурних цінностей та як засіб засвоєння дійсності, сприяли прилученню нащадків до надбань свого народу.

Отже, кулінарні символи, як культурний феномен, залучені до складного механізму утримання і міжпоколіннєвої трансляції культурних цінностей. При цьому зміст цінностей співвіднесений з ідеалами тієї соціально-історичної епохи, в якій вони виникли; усталені цінності дієвими і в сучасному комунікативному процесі, вони впливають на розвиток соціокультурних практик – життєзабезпечуючих практик, до яких відноситься і культура споживання їжі.

У різних типах суспільств їжа має різний зміст і цінність для її представників. Так, у традиційній культурі практично кожен вид їжі мав певні ритуальні, символічні та міфологічні конотації, пов'язані в одних випадках з видом та ознаками їжі, в інших – зі способом її приготування. Символіка видів їжі ґрунтується також на символіці рослин чи тварин, з яких отримано продукт. Міфологічні значення їжі відображені в оповіданнях, легендах, казках, які пояснюють походження видів їжі. М. Бердяєв підкреслює, що основою суспільства завжди є соціальні міфи і

символи, без них не можуть існувати народи. Коли «консервативні», як їх називає М. Бердяєв, міфи і символи розкладаються і вмирають, починає розкладатися і вмирати й суспільство [25, с. 67].

Розуміння того, що все в світі взаємопов'язане і взаємозумовлене, призвело до усвідомлення важливості кожного елемента у процесі споживання їжі: об'єкта (що їдять), часу (коли їдять), діячів (хто і з ким їсть), інтенції (наміри), обставини трапези. Здавна людина вірила, що властивості продуктів під час їх споживання, контакті з ними чи просто їх наявності передаються людині. Ці властивості могли бути різними: а) смак, колір, зовнішній вигляд самого продукту (мед, масло, молоко, яйце, сіль, яблуко); б) властивості продукту при його приготуванні (наприклад, тісто сходить, каша набухає); в) склад продукту (наприклад, його множинність, зерна, каша, мак, горіхи); г) здатність продукту протистояти напасті (кислі, квашені, солоні продукти); д) символіка продукту (яйце, зерно, горіх – як зародки життя). Зокрема, вважалося, що мед забезпечує солодкість життя, а масло – його «гладкість». Тому мед і масло часто використовували на весіллях та в родинній обрядовості: щоб новонароджена дівчинка була здоровою та вродливою, до першої купелі зі свяченою водою додавали мед, молоко і квіти [70, с. 26].

При цьому треба наголосити, що чималоіснуючих у різних кулінарних культурах страв, які практично не відрізняються ні за способом приготування, ні за смаком, ні за ситуацією вживання (наприклад, каша, пиріжки, млинці), потрапляючи до переліку страв певної національної кухні, як правило, знаходять відображення в легендах, що засвідчують їхню унікальність і символічний зв'язок з національною історією, особливостями національного характеру конкретного народу. Такі страви відмежовуються від ряду подібних рецептур своїм символічним наповненням, що дає підставу характеризувати «страви-двійники» інших культур як «несправжні» або «наслідування».

Наприклад, росіяни вважають пельмені одним із символів своєї національної кухні, однак за технологією приготування ця страва не властива для кухонь, у яких їжа повинна довго мліти в печі. Так, інколи або тривала підготовка, або швидке приготування не вписуються в кулінарні традиції певного народу. Насправді майже в кожного народу є страва, схожа на пельмені, причому всі стверджують, що саме вони є їх першовідкривачем. Але все ж таки більшість версій сходяться на тому, що пельмені винайшли китайці, а потім мандрівники поширили їх по всьому світу [36]. Сьогодні в багатьох країнах пельмені мають свою назву, оригінальну форму, начинку і спосіб приготування. Це італійські равіолі і тортеліні, українські вареники, кавказькі хінкалі, узбецькі манти, японські гедза, китайські понтони тощо.

Кулінарні символи залучають людину в ціннісний простір конкретної культури, активізують пізнання нею світу, кодують результати цього пізнання, тим самим збільшуючи евристичність її креативної діяльності та сприяючи адаптації до мінливих умов соціально-культурних практик. При цьому кулінарні символи як утворення, похідне від соціокультурних чинників, завжди співвідноситься із суспільним середовищем, у якому реалізуються комунікаційні процеси. Так, із хлібом на вишитому рушнику більше не оглядають поле, не сіють і не жнуть, але до цього часу в багатьох родинах не прийнято скидати хлібні крихти зі столу, бо «будеш жебракувати» [258].

Інший приклад – фаст-фуд, що нині став для багатьох символом харчової індустрії, раціоналізованої їжі, головна ідея якого полягає насамперед «в достатку – по суті, в потуранні обжерливості, в постійній доступності їжі, коли почуття голоду уявляється як феномен, який остаточно зник з людського буття» [222]. З цих міркувань важливий висновок: символічне середовище безпосередньо впливає на суспільне життя, але при цьому людина, витлумачуючи символи, наповнює їх змістом, зумовленим цінностями конкретної культури.

Як було відзначено вище, кулінарні символи відіграють особливу роль у комунікаційному діалозі минулого і сьогодення: вони забезпечують прочитання текстів культури (під якими Ю. Лотман та Б. Успенський мають на увазі письмові тексти, символи, пам'ятники, твори мистецтва, народні звичаї, обряди, традиції [141]), змістовне оцінювання колишніх культурних епох, відтворення і привласнення культурних цінностей. Це положення ґрунтується на твердженні Ю. Лотмана про те, що культура є «неспадковою пам'яттю людства», а культурна пам'ять, котра зберігається в символі, протистоїть швидкоплинному часу [139]. У процесі свого існування символ не лише втрачає змісти, а й накопичує їх. Дослідник відзначає в архаїчних символах простоту і культурно-змістовуємність. Пронизуючи «діахронію культури», символи, за спостереженнями Ю. Лотмана, значною мірою беруть на себе функцію механізмів її єдності, забезпечуючи пам'ять культури [140]. Будучи таким механізмом, символи переносять тексти, сюжетні схеми та інші семіотичні утворення з одного пласта культури в інший. Ю. Лотман стверджує: символ, з одного боку, реалізується в своїй інваріантній сутності, нагадуючи про давні основи культури, а з іншого – корелює з культурним контекстом, трансформується під його впливом і сам його трансформує [140].

Кухня є не тільки дієвим механізмом колективної пам'яті нації, а й принципом єдності її культури. У такій функціональній якості їжа та кухня постають своєрідним накопичувачем пам'яті культури про себе саму, про свої сутнісні орієнтації. Накопичуючи та об'єднуючи новий соціальний досвід, їжа та кухня виступають носієм соціальної спадковості: вони здатні об'єднувати людей у групи і слугують засобом ідентифікації індивіда з тією чи іншою соціальною спільністю.

Підтвердженням того, що традиційні продукти харчування і страви національної кухні можуть стати маркером національної ідентичності та засобами асоціативних характеристик певного народу є факти асоціації найуживаніших традиційних страв з певними країнами. Так, для інших

культур символом Чехії є пиво і свиняча рулька, Росії – горілка (водка) та ікра, США – гамбургер і кока-кола, Німеччини – ковбаски і квашена капуста, Італії – паста і равіоли, України – борщ, вареники і сало. Ще Ж. А. Брійя-Саварен був переконаний, що оскільки основою харчування індусів є рис, вони – м'які й боязкі, нездатні чинити опір завойовникам [23]. Французи, як відомо, недолюблюють англійців і глузують над їхніми харчовими вподобаннями, зазначаючи: «щоб не померти в Англії з голоду, потрібно тричі на день їздити до Франції». У відповідь англійці прозвали французів жабниками, або жабоїдами, через пристрасть цієї нації до страв із жаб'ячих лапок.

Англійці вважають найбільш «правильною стравою» ростбіф старої Англії, про який Г. Гейне висловився так: «Найбільш повчальним є спілкування з ними за столом, коли вони крають свої гігантські ростбіфи і із серйозною міною випитують нас, яка частина нам потрібна: сильно чи легко підсмажена? Із серединки чи з коричневою скоринкою? Жирна чи пісна? Але ростбіфи і баранина – єдине, що є в них путнього. Боже борони кожного доброго християнина від їхніх соусів, які складаються з однієї третини борошна і двох третин масла або ж для різноманітності з однієї третини масла і двох третин борошна. Боже борони кожного і від їхніх нехитрих овочевих гарнірів, які варяться у воді, а потім подаються до столу такими, якими їх створив Господь» [54].

Російський письменник І. Тургенєв так описував обід у Німеччині: «Рідкий суп із шишкуватими галушками та корицею, розварена яловичина, суха, як пробка, з білим жиром, який приріс, ослизлою картоплею, пухким буряком і жованим хроном, посинілий вугор із капорцями й оцтом, смажене з варенням і неминуча «Mehlspeise», щось на зразок пудингу, із кислуватою червоною підливою; зате вино і пиво хоч куди! ... Після обіду подали каву, рідку, рудувату, прямо німецьку каву» [238, с. 284].

Наведені приклади свідчать про різні смакові вподобання у жителів європейського континенту. Ще більше різняться екзотичні японська та

китайська кухні: «Китайська кухня загадкова: ніколи за меню, за зовнішнім виглядом і за смаком не вгадаєш, що, власне, з'їв і що таке «блакитне озерне фу тридцяти перетворень» (за рецептом – це свинина зі стеблами лотоса, жаб'ячими стегенцями та ще деякими інгредієнтами і медом). А в японців все на видноті, і мистецтво кухаря полягає в обгортанні одного сирого іншим ще живим» [55, с. 139].

Отже, уявлення про кухню істотно різняться всередині країни і за її межами. Подібне упереджене ставлення відповідає таким формам поведінки, як уникнення спілкування або ухилення від міжетнічних контактів у певних сферах життєдіяльності, зокрема у сфері гастрономії. Формування таких соціальних настанов значною мірою залежить від конкретної суспільно-історичної ситуації.

Близькою за своїм змістом є стереотипізація, неминучість якої соціолог та антрополог І. Кон пояснює універсальною схильністю людей розглядати явища чужої культури крізь призму культурних традицій і цінностей свого власного народу (явище етноцентризму) [111, с. 274]. Сам по собі етноцизм не небезпечний; проблема виникає тоді, коли реальні або уявні відмінності між людьми зводяться в абсолют і перетворюються на негативну або навіть ворожу настанову по відношенню до іншого народу, яку психолог і соціолог І. Кон визначає як етнічне упередження [111, с. 274]. Стереотипи й упередження дослідник відносить не до психологічних, а соціальних явищ: «Щоб зрозуміти природу етнічних упереджень, потрібно вивчати не стільки упереджену людину, скільки суспільство, що породжує його» [111, с. 276].

Символ, у тому числі кулінарний, завжди передбачає особистісне ставлення до нього. Водночас він є результатом колективного досвіду. Сам символ не генерує нові змісти, а тільки його прочитання, породжуючи безліч інтерпретацій, але при цьому наше нерозуміння не руйнує початкового змістового простору символу.

Їжа та кухня – активний регулятор соціальної поведінки людини, інструментії адаптації в культурі. У цій якості будь-який кулінарний символ є засобом, який залучає людину до процесу сприйняття й пізнання світу. Виконуючи роль засобу адаптації до соціокультурного життя, символи визначають такі норми людської поведінки, які несуперечливим чином поєднуються із життєдіяльністю соціальної групи та з індивідами, котрі до неї входять, або суспільством у цілому. Як приклад символів, змістовий простір яких виражає конкретні ідеї, цінності, органічно пов'язані з певною культурою, епохою, викликаючи певні асоціації, можна навести дотепне порівняння, процитоване філософом і культурологом Г. Гачевим: «Одна з незвичайних французьких страв – це палаючий (палений) десерт (flaming dessert). Фрукти і тістечка поливаються лікером, і страва ставиться на вогонь, – і цим французи створюють відчутний і змучений зразок пристрасі і вогню у їх національному характері... Французька кухня ... вирізняється елегантністю і пишністю... А неприборкані бульбашки шампанського відображають палкість (effervescence) французів .., які святкують життя – так само, як шампанське п'ють на свята» [53, с. 69].

Характеризуючи італійську кухню, дослідник звертає увагу на той факт, що основою більшості італійських страв є «паста» (макаронне тісто). Цей, по суті, один і той самий матеріал повторюється знову й знову, але у великій кількості диференційованих форм і фігур: спагеті, фетучіні, лінгвіні, фюзілі, равіолі, еїті, тортеліні, манакоті тощо. Таку кількість форм для однієї субстанції, з погляду Г. Гачева, можна пояснити тим, що італійці – народ пластично обдарований, що проявляється і в їхньому живописі, і в скульптурі [53, с. 69].

Кухня євреїв також сповнена символіки і традицій. Найбільш символічна їжа на Великдень – це маца, незаквашений хліб – як нагадування про ту поспішність, з якою євреї були змушені покинути Єгипет. Гніт, що народ відчував у Єгипті, символізується «харосетом», поєднанням горіхів, яблук і цинамону, причому текстура харосету нагадує про цементний

розчин, котрий євреї застосовували в кладці цегли, а солодкий смак яблук і цинамон символізують солодку надію і віру, яку народ ніколи не забував [53, с. 69].

Взаємодіючи з культурним контекстом, кулінарні символи трансформуються, видозмінюють своє значення, але при цьому в них фіксується пам'ять про попередні змісти. Так, у давніх слов'ян найдавнішою ритуальною їжею була солодка, на меду, каша, заправлена ягодами, котра символізувала ідею родючості, перемоги над смертю – Мораною. Адже щоб зварити найпростішу кашу, потрібно було забезпечити «союз» Вогню, Води і Землі (зерно – продукт землі), а всі ці три суті були для давніх слов'ян божествами, яким вони поклонялися [209, с. 215].

Сьогодні ж язичницька страва успішно поєднується із християнськими ритуалами (наприклад, у вигляді куті, хоча в різних регіонах вона й готується за різними рецептами – з пшениці, рису, ячменю, на солодкій воді чи узварі, з горіхами чи ізюмом). В Україні кутю готують тричі під час християнського новорічно-різдвяного циклу: на Святий Вечір – Багата кутя, перед Старим Новим роком – Щедра кутя, у переддень Водохрещі – Голодна кутя. Четвертий різновид куті – Чорну – готують на поминках. Кутя – це не їжа для втамування голоду, основне її призначення – семантично-символічне, тому зазвичай прийнято з'їдати лише 1–3 ложки цієї страви перед основним частуванням. Звичай нести кутю малолітніми дітьми хрещеним батькам, а також родичам свідчить про ритуально-релігійний характер страви та її зв'язок з родиною і предками, які опікуються врожаєм [210, с. 532–533].

Інший виразний приклад того, коли певні продукти чи страви слугували для українців не тільки способом втамування голоду, а й символом благополуччя родини, складником системи цінностей, наводить М. Маркевич: додавання до пасхального тіста 50 яєць було пов'язане не з технологічною потребою, а задля підсилення кольору, оскільки насичено

жовтий колір асоціювався в українців із кольором золота – вічності, щастя [148, с. 91].

Етнічної символіки українській кулінарії набуло чимало страв (борщ, вареники, печеню, капуста, голубці та ін.), які усвідомлювалися як своєрідний код національної культури, вписаний в систему етнічної історії. Так, український борщ – не просто буденна страва, елемент ритуалу єднання, основа кулінарної традиції, це символ родинності, а на Святвечір це ще й символ торжества добра. Борщ – це найперша і найточніша асоціація, пов'язана з Україною. Вареники традиційно ототожнювалися з Місяцем через свою схожість з ним за формою, вони використовувалися нашими пращурами як жертвна їжа, присвячена богині води: вареники із сиром приносили в жертву біля криниць із джерельною водою [157, с. 218]. На різдвяному столі вареник став символом молодого Місяця та продовження роду [44, с. 236]. Незважаючи на загальну уніфікацію їжі, найулюбленішою стравою українців і досі залишаються борщ (44%) та вареники (18%), зокрема із сиром, картоплею, капустою та вишнями [160]. Це підтверджує положення про те, що символічний світ кожної історико-культурної спільності містить винятково йому властиві певні кулінарні символи.

Сприйняття кулінарних символів пов'язане з активною внутрішньою роботою особистості. Протягом усього свого життя індивід засвоює соціальні норми і культурні цінності через набір конкретних символів, у тому числі кулінарних. Їхня впізнаваність і культурна значущість зумовлює потребу оволодіння символічним досвідом, що є важливим аспектом соціалізації, оскільки, як невід'ємний складник культурних традицій, кулінарні символи певною мірою закріплюють етнокультурні стандарти поведінки.

Символ завжди постає специфічною формою відображення дійсності, свідченням чого може бути, зокрема, частота вживання в українських народних прислів'ях і приказках мовних одиниць «сало», «хліб», «борщ»,

«вареники» та ін. Наприклад: «Борщ усьому голова», «Борщ без каші – удівець, каша без борщу – вдова», «Де сало шкварчить, там людей кишить», «Держи хліб на обід, а слово на одвіт», «Добрий борщик, та малий горщик», «Їж борщ з грибами, а держи язик за зубами», «Наш піддячий любить борщ гарячий, а як голодний, їсть і холодний», «Не буде хліба, не буде й обіда», «Сало не велика слава, а все ж ласощі», «Сало, сало, щоб ти пропало: три дні косив, три рази вкусив», «Вареники довели, що нам хліба не дали» та ін. [208]

Наведені приклади свідчать про шанованість цих мовних одиниць та їхню суттєву вербалізацію на теренах нашої країни як кулінаронімів з віковими традиціями. Вони формують пареміологічний фонд національної культури, оскільки виражають особливості сучасного українського кулінарного дискурсу.

Крім того, прислів'я, приказки, вживання кулінаронімів в ідеоматичних лексичних конструкціях є ще одним свідченням здатності їжі набувати ціннісно-символічних характеристик та «підказувати» стереотипні образи народу. Їжа і ставлення до неї гіперболізує образ того чи іншого етносу чи його представника в устах автора, влучно розкриваючи його найхарактерніші риси, перетворюючись на засіб метафоричної характеристики людини. Наприклад: «Грек одну маслину з'їсть і то пальці оближе» – жадібність, «Семеро грузинів мухоморів об'їлися» – темпераментність, «Голодний француз і вороні радий» – усупереч характеристиці французів як гурманів, «Руський апетит – допоки шапка не злетить» – любов до застілля.

Інколи кулінарні образи стають джерелом метафоричної номінації для інших явищ; приміром, із черствим хлібом асоціюється уявлення про людину, позбавленому емоцій і співчуття, здатності радіти життю, з такою людиною важко спілкуватися, подібно до того, як сухий хліб важко розкусити і проковтнути. Факт метафоричної номінації свідчить про особливе ставлення суб'єкта мови до названого об'єкта, що отримує в

результаті образної інтерпретації, закріпленої в найменуванні, почуттєво-наочну та/або експресивно-оцінювальну характеристику [281, с. 85].

Про здатність страв ставати символом свідчать і топонімічні алюзії, що апелюють до певних культурно-історичних фактів, витоків формування певної географічної назви. Наприклад, в Україні, у Подільському районі Одеської області є село Борщі, у Могилів-Подільському районі Вінничини – село Борщівці, у Тернопільській області – районне містечко Борщів. Це вкотре доводить, що їжа та її приготування відносяться до невербальних практик культури, організованих у модельні конфігурації так, щоб зберігати закодовану інформацію за аналогією зі звуками, словами звичайної мови [135, с. 16].

Як було відзначено вище, на кухню істотно впливають соціокультурні практики. Але це не єдиний чинник трансформації кулінарних символів. На кулінарну символіку кардинально впливають і кризові процеси, під час яких самі по собі символи залишаються незмінними, відтворюючи ту «змістовність свідомості», яка ними фіксується. Однак ці «консервативні» символи, як їх називає М. Бердяєв, перестають виконувати властиві їм культурні функції, стають незатребуваними як дієві змістовні одиниці [14, с. 67]. Інакше кажучи, колись дієві символи, що забезпечують зберігання і трансляцію минулого соціального досвіду, втрачають свій зміст і цінність. Ілюстрацією подібних кризових процесів є революції, які супроводжуються відторгненням колишньої символіки, позбавленням символів непорушних ціннісних підстав.

Варто відзначити, що кризам властивий не лише деструктивний початок, а й оздоровлення духовної сфери, не лише переосмислення цінностей, відторгнення колишньої символіки, а й боротьба за неї, народження нової. Виразний приклад того – салат «Олів'є», без якого не уявлялося святкування будь-якої значної події в житті радянської людини. У книзі П. Александрової-Ігнат'євої «Настанови до вивчення основ

кулінарного мистецтва», уперше виданій у 1897 р. [1, с. 281], у рецепті салату вказані такі інгредієнти, як рябчики, ракові шийки, які в традиційному радянському і пострадянському приготуванні салату замінюються докторською ковбасою.

Цікаво, що сьогодні, коли населення країни почасти має змогу відтворити автентичний салат «Олів'є», він зберігає традиційну для радянської людини рецептуру і сприймається на пострадянському просторі та за кордоном як символ радянщини. Це наводить на думку про присутність так званої харчової ностальгії, особливо характерної для пострадянської людини, коли зміст епохи, «відшліфований і неминуче естетизований поглядом із сьогоденного часу, пакується в гастрономічні артефакти» [219, с. 66].

З цього приводу І. Сохань наголошує, що голод і дефіцит продуктів залишилися за межами історичної пам'яті, а життя в рожевому світлі і гастрономічна символіка згадується як абсолютно відповідна реальності життя кожної радянської людини [219, с. 67]. Радянське шампанське, ескімо і багато інших продуктів, на думку дослідниці, виступають своєрідними ностальгуючими засобами міфологізації соціалізму, незважаючи на його тоталітарне підґрунтя і такі негативні характеристики, як: стабільність, принцип державного розподілу товарів, продуктовий пайок, склад якого був відомий, тому певні продукти гастрономічно супроводжували різні події життя пересічного громадянина [219, с. 67]. Зрозуміло, що в ті часи вони асоціювалися не з дефіцитом, а ставали символом свята. Феномен харчової ностальгії свідчить про наявність у людини та колективу харчової або гастрономічної пам'яті, оскільки продукти і страви здатні виступити смаковою і візуальною репрезентацією будь-яких ситуацій і подій, що мають виразний аксіологічний статус для пам'яті [219, с. 66].

Отже, в освоєнні нового соціально-значущого досвіду людина завжди вибудовує його символічні аналоги: відбувається постійне присвоєння

культурних змістів і колись чужі новоутворення культури, отримавши свої символічні аналоги, стають зрозумілими і значущими.

Варто наголосити, що на різних історичних етапах домінуючого значення набувають різні символічно-знакові системи, якіможуть змінювати і семіотичний статус певних матеріальних об'єктів. У традиційній культурі – це ритуал, а в сучасному суспільстві – показне споживання й реклама, яка відіграє важливу роль у символізації їжі, позаяк вона, як відомо, впливає на стереотипізацію мислення. Так, дещо нав'язлива реклама пепсі-коли «Нове покоління обирає пепсі» призвела не лише до повсюдного вживання цього напою, а й означення сучасної молоді як покоління пепсі, або генерації «П», як в однойменному романі російського письменника В. Пелевіна [174].

Підсумовуючи вищевикладене, можна зробити висновок, що кухня формується як змістова цінність у соціокультурних практиках, під якими варто розуміти життєзабезпечуючі практики, що пов'язують собою різні види людської діяльності, об'єднуючим елементом яких є різноманітні кулінарні символи. У подібних соціокультурних практиках формується зміст індивідуальної свідомості, і в цьому процесі визначальну роль відіграють кулінарні символи. Тому при розгляді символів треба враховувати так звану «символічну реальність»: «будь-який символ буде нам уявлятися як певний комплекс об'єктів або дій, жодне з яких не існує (як символічне!) поза єдністю цього комплексу» [147, с. 155]. Ця символічна реальність розуміється як конкретизація різноманіття змістотворних зв'язків усього культурного контексту, як комплекс буттєвого, історичного, раціонального й ірраціонального.

Відмінною особливістю кулінарного символу як специфічної форми відображення дійсності є те, що він є засобом осмислення реальності в її внутрішній закономірності, глибинно фіксуючи відповідні процеси і явища. При цьому кулінарний символ не лише концентровано відображає дійсність, явища, процеси, колізії соціального життя, а й висловлює їх.

При освоєнні нового соціально значущого досвіду людина будує його символічні аналоги, відтак символи в якості основного семіотичного інструментарію сприяють уведенню новоутворень культури в процес осмислення та оперування ними.

Як стійкий елемент культурного простору символ відіграє істотну роль у гуманітарному пізнанні, яке завжди передбачає діалоговий режим взаємовідносин. Отже, кулінарні символи беруть участь у діалозі між народами, поколіннями, епохами, адже їхній змістовий простір глибоко діалогічний.

Отже, кулінарний символ – це результат духовної діяльності людини, який впливає на соціокультурні процеси і транслює соціокультурний досвід поколінь і людства в цілому. Відповідно, гастрономічна культура будь-якої нації може бути представлена у вигляді певної символічної системи, розуміння і розкриття значень якої призводить до досягнення змісту самої культури.

Висновки до розділу 2

Передумови до виникнення національної кухні сформувалися в епоху Нового часу, для якого характерні істотні зміни в соціальній, економічній і політичній сферах життя. Образ національної кухні сформувався завдяки акумуляції різних регіональних та етнічних традицій, яким властивий локальний характер. Тому національна кухня, з одного боку, зберігає риси традиційного способу трансляції, що сприяє її легітимації, а з іншого – відгукується на вимоги нової культурної епохи.

Масштабні перетвореннями у сфері харчування насамперед пов'язані із виникненням ресторанів, супермаркетів, винайденням нової кухонної техніки та попитом на неї. Індустріалізація харчової промисловості призвела не лише до виробництва продуктів харчування в промисловому масштабі, а й, що важливіше, до виникнення так званої космополітичної їжі, яка долає

бар'єри країн і континентів, поширюючи інгредієнти далеко від місця їх початкового виготовлення.

Завдяки процесам глобалізації різноманітні продукти і технології їхнього приготування стали доступні переважній більшості населення без соціальних обмежень. Їжа та кухня з технології перероблення продуктів харчування для їх споживання перетворюється на високу кухню, яка сьогодні вже розуміється почасти як високе мистецтво приготування та подавання вишуканих страв, головна мета якої не лише нагодувати, а й вплинути на органи чуття та емоції людини.

На зміну характеру і змісту їжі суттєво вплинули такі нові типи раціональності, як рефлексивність, макдональдизація та ін. Проблеми харчування в світі, що глобалізується, пов'язуються не тільки зі збереженням національної ідентичності, а й із проблемами здоров'я та виживання традиційних культур завдяки підтримці традиційної кухні і традиційних форм харчування.

Криза національних систем харчування та їхня потенційна готовність зникнути під тиском американізованого і вестернізованого харчування є серйозною проблемою, такою ж, як і трансформація домашньої кухні, коли сімейна харчова практика моделюється рекламою продуктів харчування та економічними стратегіями, висунутими харчовою індустрією і представленими переважно у величезних супермаркетах економ-класу популярних ЗМІ.

Крім того, на рівні повсякденного життя людина не підтримує побутування національної кухні, прагнучи економити енергію та час, споживаючи їжу «промислового» типу, котра давно стала пріоритетним вибором багатьох людей. Збереження національних кулінарних традицій не відповідає цінностям сучасного життя – цінностям успіху, швидкості і яскравості життя, що підтримує певний цивілізований уніфікований стандарт існування.

Водночас у межах високої кухні, ресторанної культури, національна кухня зберігається в автентично-презентаційному вигляді – переважно як можливість для ознайомлення із зафіксованими національними кулінарними традиціями.

Істотні зміни в культурі харчування пов'язані також із крайньою символізацією їжі. Простір для культурної символізації їжі зумовлений її багатоаспектністю. Складність дослідження символічного значення їжі, як і інших предметних реалій культури, пов'язана з тим, що вона не створена спеціально для передавання повідомлень. У різних типах культури домінуючого значення набувають різні знакові системи, що змінюють семіотичний статус речових об'єктів. Так, у традиційній культурі – це ритуал, а в сучасному суспільстві – показне споживання і реклама. Загалом сучасна практика споживання свідчить про наявність тенденцій, пов'язаних з його символічним характером, що відображає перехід від споживання речей до споживання знаків.

РОЗДІЛ 3

ГАСТРОНОМІЧНА РЕФЛЕКСІЯ У СУЧАСНИХ КУЛЬТУРНО-МИСТЕЦЬКИХ ПРАКТИКАХ

3.1. Репрезентація кухні в кіно- і телевізійному просторі

Процеси взаємодії представників різних гастрономічних культур у сучасній соціокультурній ситуації безпосередньо пов'язані із розвитком засобів комунікації. Візуально орієнтовані засоби масової комунікації створюють не лише новий тип культури, що характеризується всеохоплюючим проникненням візуального в життя сучасної людини, а й певною мірою формує міжнародну, космополітичну їжу. Середовищем, у якому швидше за інші форми культури виявилось прагнення до цілісного світосприйняття, стало мистецтво, яке особливим чином враховує природу людського сприйняття. Саме тому проблеми міжкультурного діалогу та пошуку нової ідентичності з найбільшою гостротою та ефективністю осмислюються в сучасному візуальному мистецтві, одним із основних виразників якого є мистецтво кіно.

Сучасний кінематограф чутливо реагує на проблеми глобального світу й різнобічно відтворює життя людини, яка перебуває в умовах глобальної комунікації. Зусилля кінематографістів спрямовані на пошук актуальних тем і нових прийомів їх висвітлення, за допомогою яких усвідомлюється, що благополуччя сучасної людини, як ніколи раніше, залежить від її здатності розуміти сучасні культури, їхні особливостей, зокрема в кулінарному аспекті.

Виразним прикладом такого кіно є так зване кулінарне кіно, яке стрімко почало розвиватися на початку XXI ст. Проте ще з моменту зародження кінематографа тема їжі в кіно стала популярною і затребуваною

у Франції, де кухарі так само знамениті, як і кінозірки. Варто згадати хоча б короткометражний фільм «Сніданок немовляти» (1895), який увійшов до десятки перших фільмів, знятих братами Люм'єр. У подальшому тема кулінарії так чи інакше знаходила відображення у французькому кіно: у 1938 р. на екрани вийшов фільм «Дружина Пекаря», перлина комедійного жанру і шедевр гуманізму, за оповіданням Ж. Жюно «Синій Жан» про життя пекаря середніх років із прованського села: коли молода дружина пекаря покидає його заради симпатичного пастуха, хлопець перестає пекти хліб, і життя в селі завмирає; усі сільські жителі, які споконвіку відчують один до одного неприязнь, змушені об'єднатися, щоб повернути пекареві його дружину.

Серед кращих художніх фільмів про кухарське мистецтво, їжу і людей, чії життя переплелися з кулінарією назавжди і які сприймають приготування їжі як творчий процес, демонструючи задоволення і пристрасть, котрі спонукають задуматися не лише над смаком їжі, а й над смаком життя – «Крильце або ніжка» (Франція, 1976), «Хто вбиває великих європейських кухарів?» (Франція, 1978), «Кульбаба» (Японія, 1985), «Банкет Бабетти» (Данія, 1987), «Їсти, пити, чоловік, жінка» (Тайвань, 1994), «Китайський Банкет» (Гонконг, 1995), «Бог кулінарії» (Гонконг, 1996), «1001 рецепт закоханого кулінара» (Франція-Грузія-Бельгія-Росія-Україна, 1996), «Пальчики оближеш» (США, 1997), «Американська кухня» (Франція, 1998) та ін.

Зокрема, у фільмі кінорежисера Ф. Копполи «Хрещений батько» (США, 1972) кухня і їжа відіграють таку ж роль, як і кримінальні розборки. В одній зі сцен «сімейний» капо детально й неквапливо вчить Майкла Корлеоне готувати соус для спагеті, а далі так само детально й неквапливо наставляє його перед першим вбивством, що має статися в італійському ресторанчику: «Сімейний заклад, хороша кухня, всі дивляться в свої тарілки. Ідеально». Одна із фраз цієї розмови стала афоризмом: «Ти вистрілиш, а що робитимеш далі? – Сяду і закінчу вечерю ...». Гангстерська

драма сповнена сценами витончених інтриг, жорстоких вбивств і розміреним споживанням вишуканих страв, що не сприймається як художня гіпербола творців фільму. Сцени відповідають усім канонам цього жанру, а також істинному способу життя італійців, адже його третину вони проводять за обіднім столом. Не випадково у фільмі більше 60-ти сцен, де персонажі їдять або випивають.

Із початку XXI ст., на відміну від попередніх десятиліть, кількість фільмів, присвячених кулінарії, у різних країнах світу зростає особливо стрімко. Так, щороку на екрани виходить декілька «кулінарних» художніх та мультиплікаційних кінострічок, які користуються популярністю углядачів, як-то: «Шоколад» (США, Великобританія, 2000), «Черепажовий суп» (США, 2001), «Смак життя» (США, 2004), «Делікатес» (Великобританія, Німеччина, Ірландія, 2005), «Кав'ярня» (США, 2006), «Рататуй» (США, 2007), «Фірмова страва» (Іспанія, 2008), «Сьогодні в меню» (США, 2009), «Любов і кухня» (США, 2011), «Кухар для Президента» (Франція, 2012), «Любов за рецептом» (Іспанія, 2013), «Прянощі і пристрасті» (США, 2014), «Смак романтики» (США, 2016) та ін.

Чи не найбільшою мірою присвячений кулінарії фільм «Кухар на колесах» (США, 2014), у якому мальовничі сцени приготування та дегустації їжі займають майже половину екранного часу. Вони подані з витонченим гумором стосовно сучасних кулінарних тенденцій та захопленням цифровим світом. За сценарієм, талановитий шеф-кухар іде з провінційного ресторану після того, як безглуздо починає скандал в Твіттері. Цей фільм – виразне свідчення того, як за допомогою інтернету фуд-блогери можуть зруйнувати кар'єру кухаря або, навпаки, зробити його популярним. Але інтернет у фільмі відображений не тільки суперечками у соціальних мережах. Сама картинка диктується ним, і глядач отримує так зване фуд-порно абсолюті: товсті шматки м'яса, велика кількість жиру і проста, зрозуміла вулична їжа експлуатуються режисером. (Фуд-порно – це загальноприйнята назва особливої манери фото- і відеозйомки страв і

продуктів, головна ідея якого: їжа – це не лише смачно, а й гарно. Сьогодні фуд-порно називають еволюційною ланкою, яка фактично поєднала сексуальність, вуайєризм і їжу.) Головна ідея фільму – для популярності сьогодні не обов'язково вигравати великі конкурси або отримувати зірки «Мішлен», головне – готувати якісну їжу і вміти викладати гарні пости в інтернеті.

У фільмі «Шеф Адам Джонс» (США, 2015), як і в попередньому, помітним є вплив сучасної культури, Instagram і фуд-порно. Страви та їхнєприготування у фільмі зняті надзвичайно привабливо. Окремо варто згадати епізод, коли Адам Джонс починає шукати натхнення для нових страв: він не йде в імениті ресторани, а просто вештається вулицями, заходячи в різні забігайлівки. Це красномовне свідчення того, що не важливо, скільки ми платимо за страву – витоки у кулінарії все одно спільні. Художній сюжет у фільмі відходить на другий план; основний акцент зроблений на техніку і майстерність всесвітньовідомих шефів-кухарів – це історії їхнього життя, успіху і творчості, історії закладів, куди неймовірно складно потрапити навіть на один вечір.

Кінофільм «Шеф» (Франція, 2012) – гуманістична комедія, де в добродушному ключі висміється широкий спектр речей, популярних у світі високої кухні. Як і в «Шефі Адамі Джонсі», у картині присутня маніакальна гонитва за зірками «Мішлен» (цей сюжетний хід завжди виграшний у фільмах означеної тематики). Крім того, у «Шефі» згадуються кулінарні тренди, наприклад, глядачеві саркастично показано молекулярну кухню, яка протиставляється традиційній, можливо, не такій цікавій і незвичайній, але в останній значно більше душі, вкладеної персонажами фільму в приготування страв. У кадрі ввійшли і диспути про сполучуваність продуктів, а самі актори навіть брали уроки акторської майстерності в Алена Дюкасса [265].

Серед фільмів про кулінарію варто виокремити й ті, в яких ідеться про кухарів-професіоналів, які, віддаючись на всі 100% улюбленій справі,

ужитті все ж залишаються звичайними людьми зі своїми проблемами й переживаннями. Так, у кінострічці «Неперевершена Марта» (Німеччина, Італія, Швейцарія, 2001) кулінарія – лише бекграунд.

Сучасний кінематограф представлений не лише художніми, а й документальними фільмами, присвяченими видатним шеф-кухарям сучасності, їхній кулінарній творчості, а також продуктам, їжі, її впливу на організм людини, психологічним та фізіологічним особливостям її споживання тощо. Так, фільм «"Нома" – мій ідеальний шторм» (Великобританія, 2015) – це своєрідна творча подорож в унікальний світ і свідомість Рене Редзепі, шефа і співвласника ресторану «Нома» в Копенгагені, який чотири рази був визнаний кращим кухарем у світі. У документальному фільмі не лише йдеться про історію успіху шефа, а й демонструється багато вишуканих страв, які виглядають надзвичайно смачними – у ресторані можуть приготувати навіть мох або лишайник, і це буде найсмачніше, що можна коли-небудь скуштувати. Інший документальний фільм – «Мрії Дзіро про суші» (США, 2011) – знайомить глядача із власником ресторанчика (відзначеного трьома зірками «Мішлен») в Токіо, який все своє життя присвятив приготуванню суші. Дзіро (Джиро) Оно з раннього дитинства мріяв про суші, настільки він захоплений цією стравою: він спить і бачить суші, подумки мріє про скорочення вихідних, оскільки хоче приступити до роботи якомога швидше. Фільм розкриває секрет великого майстра, який щоденною роботою домагається в ній досконалості.

«Формула їжі» (Великобританія, 2007–2008) – цикл фільмів від британської мовної корпорації BBC – розкриває перед глядачами особливості їжі з добавками з огляду на їх загрозу здоров'ю людини. Серії фільму «Стабілізатори, емульгатори, загусники, підсолоджувачі», «Барвники» і «Консерванти» присвячені детальному інформуванню про правильне харчування, яке допомагає людині зберігати працездатність,

уникати різних захворювань, підтримувати нормальну вагу, а також збільшити тривалість життя.

«Кухонна хімія» (Франція, 2002) – шестисерійний фільм, у якому відомий шеф-кухар Хентон Блюменталь, неодноразово удостоєний премій і нагород за свої заслуги і досягнення у сфері кулінарії, розповідає про особливості різних продуктів: у першій серії «молекулярний кулінар» експериментує зі смаком, запахом і текстурою овочів та фруктів, аналізує їхню молекулярну структуру і показує, як вони реагують на термічну обробку; у другій – розповідає про хімію білого і червоного м'яса; у третій веде мову про технологію виготовлення морозива; у четвертій досліджує психологічний вплив смаків, розпалює почуття новими ідеями і смаковими комбінаціями; у п'ятій – аналізує хімічний склад шоколаду, щоб зрозуміти, як його можна розділити на смужки, а також, чому шоколад та ікра – незвичайне, але смачне поєднання; і, нарешті, у шостій – ідеться про те, чому сіль є необхідним елементом для нормального функціонування людського організму.

Аналогічним є проект відомого англійського шеф-кухаря, ресторатора, автора відомих у світі книг і телепрограм на теми кулінарії, популяризатора здорового харчування та активного борця за харчову освіту Джеймі Олівера «Супер-їжа» (Великобританія, 2016), в шести серіях якого всесвітньо відомий шеф-кухар у різних куточках планети досліджує інгредієнти, використовувані для приготування місцевим населенням здорової їжі.

Окремо варто відзначити кінострічки, зняті під керівництвом видатних шеф-кухарів. Таким є фільм одного з найвідоміших американських і міжнародно визнаних шеф-кухарів, телеведучого та автора книг про приготування їжі Жака Пепіна «Фаст-фуд, як я його бачу» (США, 2004). Фільм складається з 26 серій, у кадрах якого розповідається, як приготувати 144 страви від сальси з томатів до полуниці з полуничним пюре. Фільм відзнятий за матеріалами шоу Ж. Пепіна «Фаст-фуд. Мій шлях» [304].

Документальний цикл «Їжа богів» (Росія, 2012) – це захоплююча подорож у світ давньої кулінарії, «приправлена» виразними сценами приготування «божественних» страв та епізодами про новітні відкриття вчених. «Їжа богів» розказує про походження таких поширених сьогодні продуктів, як кукурудза, какао, пшениця, фініки, томати, а також їхні ДНК. Водночас у фільмі звернено увагу на вегетаріанство як спадщину стародавніх, а не сучасне захоплення.

Документальний фільм «Що з'їсти, щоб схуднути» (Росія, 2009) – це спроба в захоплюючій манері розповісти загальновідомі факти про вживання їжі представниками різних націй, їхні уявлення та ставлення до їжі. Автори фільму, наводячи приклади з кулінарного досвіду різних народів, звертають увагу, що від кількості і якості їжі залежить стан здоров'я, зовнішній вигляд і стосунки із протилежною статтю.

Отже, у просторі кінотворів «міжкулінарний» діалог як смислоутворююча взаємодія різних ментальних традицій, ґрунтується на взаємній емпатії, «зустрічі» різних кулінарних традицій у щоразу по-новому організованому часі і просторі.

Функцію налагодження міжкультурного діалогу за допомогою кулінарії виконує також телебачення – всеосяжна комунікативна система, що «доставляє» культурну і художню інформацію. За допомогою «масової культури» телебачення формує потреби і створює певні норми поведінки людини в суспільстві, тим самим сприяє становленню системи цінностей, обраної комунікаторами – відправниками інформації. Більше того, у сучасному світі з розвиненими масовими комунікаціями телебачення перетворюється на значне і багатопланове соціокультурне явище, яке бере активну участь у глобалізаційних процесах. Телебачення в усьому світі є найпопулярнішим засобом масової комунікації, воно виступає невід'ємною частиною національного культурного життя, стає природним, органічним продовженням таких сфер людського знання, як культура і мистецтво, а також кулінарія.

Кулінарні телешоу дають змогу отримати нові знання стосовно страв національних кухонь світу, допомагають ознайомитися з кулінарними традиціями різних народів, по-новому приготувати давно відомі страви, тобто осучаснити знайомі рецепти.

Телебачення пропонує численні кулінарні розважальні проекти, вироблені в Україні і за кордоном. Це, зокрема, так звані «камерні» програми з ведучим-селебрیتی, які готують на затишній домашній кухоньці. Наприклад, «Кулінарна академія з Олексієм Сухановим» (телеканал «Україна» [324]) – це телевізійне навчання, глядачам якого пропонується із простих і недорогих продуктів приготувати ситний обід або вишукану вечерю. Гостями програми є відомі особистості – актори, співаки та улюбленці публіки. У передачі «Все буде смачно» (телеканал «СТБ» [323]) чарівна Надія Матвеева запрошує в студію гостей – обов'язково одного мега-кулінара-любителя або професійного шефа, який дає практичні поради, і когось відомого, хто хоче навчитися готувати. Крім, власне, покрокового рецепта, програма забезпечує глядача максимумом корисної інформації: як обирати продукти, визначати їхню свіжість тощо.

У такому ж форматі виходить і кулінарне шоу «Шеф-кухар країни» [325] (телеканали «Ера», «ZIK», Київ») Михайла Поплавського. До шоумена та ресторатора приходять у гості відомі українці з авторськими рецептами страв, які вони разом готують. Кожен випуск програми супроводжується рубриками «Кулінарні новини», «Корисно знати» та «Еко-тренд». Ідеологія програми проста: «Українцям – українське!».

«Готуємо разом» (телеканал «Інтер» [326]) – кулінарний проект, ведучими якого є шоумен Андрій Доманський та Андрій Дромов, який входить до десятки кращих кухарів України. Шоу «Готуємо разом» – це, перш за все, інтерактивний кулінарний проект, який виходить за звичні рамки телеформату: це «кулінарна книга», за допомогою якої кожен телеглядач може не лише дізнатися про нові рецепти та корисні властивості продуктів, а й навчитися готувати «у прямому ефірі» разом з шеф-кухарем і

телеведучим. Для цього передбачений принцип покрокового приготування страв, а в кінці кожної програми даються анонси страв наступного випуску та перелік продуктів, необхідних для їх приготування. Особливістю даного проекту є також те, що підсумком програми має стати нова спільна кулінарна книга про здорову та корисну їжу, яку можна готувати з доступних продуктів.

Серед зарубіжних проектів, у яких гостями є відомі шеф-кухарі із кращих ресторанів світу, варто відзначити серіал «Chef's Table» («Стіл шефа») (компанія «Netflix», 2015 [349]). Це шоу, яке призначене для шанувальників смачної їжі і кулінарії загалом. Гості студії розповідають ведучому про своє життя і непросту долю, яка, в підсумку, привела їх до настільки високого звання у кулінарії. Головні герої цього шоу скромні і дуже талановиті. Вони не завжди готові хвалитися успіхами, але з радістю діляться із глядачами секретами деяких страв, які приготувати, на перший погляд, здається, досить складно. Однак кілька важливих порад і сам процес приготування їжі завдяки майстерності ведучих перетворюється на просту і буденну справу. Запрошені гості розповідають, як вони облаштовували свої заклади і як взаємодіють зі співробітниками ресторану та відвідувачами. Лише за перші два сезони глядачі мали змогу побачити історії про Магнуса Нільсона і «Фавікен», Массімо Боттура і «Остерія Францескана», Енріке Ольвера і «Пухоль» та ін.

Однак подібні програми поступово поступаються місцем масштабним шоу, в яких важливим є не стільки рецепт і життєві історії, скільки антураж і динаміка процесу. Одна з основних причин їхньої появи – вичерпаність попередніх героїв, сюжетів, форматів, а головна мета – створення не стільки ресторанних зірок, скільки блискучого видовища, цікавого пересічному телеглядачеві. Емоції, конфлікт і драма – ось основа таких кулінарних телешоу. Як приклад можна навести телепроект «Майстер-Шеф» (телеканал «СТБ» [335]) – кулінарне шоу, котре має більше розважальний, ніж

пізнавальний характер. У шоу набирають великі групи людей, які вміють готувати, і ділять їх на дві команди суперників.

Український «Майстер-Шеф» – це аналог американського грандіозного мега-шоу «Master-chef» (1990, 2005 [311]), ліцензію на виробництво аналогічної програми придбали понад 40 країн [310]. Суддями на «Master-chef» виступають такі всесвітньовідомі шеф-кухарі, як Грем Еліот, Джо Бастіаніч, Гордон Рамзі та ін. Проект передбачає виконання його учасниками вигадливих завдань, покликаних розвивати в них креативність, здатність самостійно приймати складні рішення. Так, вони готують не лише для суддів, а й для байкерів, морських піхотинців, водіїв вантажівок, мешканців бізнес-центру, школярів на дитячому святі та ін. У результаті переможець отримує грошовий приз і можливість видати власну книгу рецептів.

Український «Майстер-шеф» та інші подібні кулінарні телешоу – це ліцензовані програми, що мають високий рейтинг завдяки багато оформленому яскравому видовищу, новизні самої ідеї і щедрим капіталовкладенням спонсорів. Їхня популярність пояснюється можливістю побачити на екрані собі подібних: нічим не примітних людей, яких глядач полюбив, яким він може співпереживати. Так кулінарні телешоу сприяють ідентифікації глядачів із персонажами. Однак найбільш очевидна причина їхньої популярності – властива їм видовищність, специфічні форми яких відображають новий етап модернізації екранної масової культури.

Видовищність кулінарних телешоу зумовлена широким спектром стильових і загальнокультурних запозичень, які дають змогу розширити тематичний діапазон і звернутися до ширшої аудиторії. Водночас окремі кулінарні шоу, прагнучи до більшої видовищності та впливу на глядачів, не обмежують шеф-кухарів і ведучих у виборі засобів навчання його учасників. Прикладом є жорстке кулінарне шоу «Пекельна кухня. Україна» (телеканал «1+1»), учасником якого може стати будь-яка людина, яка вміє і любить готувати, але готова витримати високу конкуренцію і важкий норів шефа

Арама Мнацаканова. Це справжнє змагання не лише кулінарних рецептів, а й характерів і постійних амбіцій.

Подібні масштабні кулінарні реаліті-шоу – це інформаційно-семантичний засіб сучасної телевізійної комунікації, зміст якої багато в чому впливає на формування культурних потреб сучасної людини, у тому числі у сфері кулінарії. Вони відображають на телевізійному екрані соціальний досвід життя, сприяють утвердженню тієї моделі суспільства, яку прийнято називати «суспільством споживання».

Кулінарні шоу, крім очевидної «легкої розваги», стають також збудниками споживацьких інстинктів. Разом з тим вони компенсують неможливість малозабезпечених верств населення купувати дорогі продукти та готувати дорогі страви за допомогою ознайомлення з ними через екран. У цьому й полягає один з основних гіпнотичних впливів і почасти позитивних аспектів «масової культури».

Важлива відмінність кулінарних реаліті-шоу від «камерних» програм – це створення штучного середовища, яке виконує спеціальні функції, надзвичайно важливі для його учасників і глядачів. Серед них головні – це функції навчання, посвяти пересічної людини в правила поведінки на кухні, правила готування страв тощо. Об'єднує їх тематична орієнтованість на: а) демонстрацію учасниками своїх кулінарних здібностей – реаліті-шоу; сприяння розвитку відповідних здібностей – «камерні» програми.

Численні випуски кулінарних телевізійних програм, які вже не виходять в ефір, можна переглянути в мережі Інтернет на відео-хостингах. Так, кулінарне шоу «Картата потата» (телеканал «Інтер»), репрезентоване як перша авторська українська кулінарна книга «Картата потата: Кулінарний щоденник» – одна з небагатьох україномовних кулінарних програм. Ведуча – позитивна та активна Даша Малахова – навчає готувати прості страви італійської, французької, української кухні з доступних продуктів.

Шоу «Смачно з Борисом Бурдою» (телеканал «Інтер») запам'яталося глядачам завдяки його ведучому – одеситу Борису Бурді – інтелектуалу і

людині різнобічних талантів (співає, музикує, дуже любить готувати й ін.). Добродушний вусатий Б. Бурда запам'ятався українським телеглядачам не стільки рецептами, серед яких багато м'ясних страв і страв східної кухні, а також традиційних слов'янських страв, скільки забавними коментарями: наприклад, про кожне яблуко, про кожну цибулину Б. Бурда розповідав смачно і з практично енциклопедичною пунктуальністю.

Варто звернути увагу на досить незначну кількість кулінарних проектів науково-популярного характеру, незважаючи на високий рівень соціальної значущості поширення інформації про досягнення науки – біології, хімії та інших дисциплін, які вивчають широке коло проблем, дотичних до сфери харчування. Наявним передачам бракує наукової глибини осмислення матеріалу, доступності і значущості, інтерактивності та міри залучення глядача до процесу наукового пошуку. Це актуалізує необхідність систематичного підвищення науковими тележурналістами рівня ерудиції та самостійного вивчення ними принципів ефективної комунікації з вченими з метою поліпшення навичок спілкування «на одній мові».

Отже, кулінарні телевізійні програми умовно можна поділити на дві групи – так звані «камерні» телепроекти і реаліті-шоу. Так, «камерні» телевізійні програми кулінарного спрямування містять у собі той чи інший зміст, який залежно від контексту знакової діяльності впливає на формування ставлення особистості до певних продуктів, кулінарних традицій різних народів тощо. Популяризація реаліті-шоу зумовлена їх комплексним характером, що дає змогу цільовій аудиторії задовольняти естетичні і соціальні потреби.

Жанр кулінарного реаліті-шоу передбачає широке застосування методів артизації художнього перетворення реалій життя у яскраві театральні шоу. Формування видовищності в кулінарних реаліті-шоу передбачає активний вплив означеного формату на сферу культурно-гастрономічної ідентичності глядача. Крім того, кулінарні шоу можна

вважати специфічним аналогом кулінарної книги, вміст якої візуалізований і насичений усними риториками навчання та інформування.

Загалом кулінарні шоу виконують розважальну, рекреаційну функції, що дає підстави віднести їх до явища культури, ефективного ресурсу, котрийсприяє її розвитку. Попри відсутність в Україні «своїх», відомих у світі, кухарів-гуру, численні кулінарні телешоу, а головне – їхній рейтинг, свідчать про початок буму кулінарної культури. Незважаючи на популярність, переважна більшість кулінарних телепередач і шоу є достатньо примітивними і стереотипними, якщо їх розглядати як продукт мас-медіа. Для них характерна спрощеність за всіма параметрами проблематики, сюжету, композиції, образів і думок. Такі передачі завжди знаходять рекламодавця, оскільки у них великі можливості для реклами своїх товарів, бо, поряд з офіційно оплаченою рекламою, вони рекламують свої товари в якості продуктів харчування, використовуваної побутової техніки, посуду тощо.

Про таку взаємозалежність телебачення і реклами писав американський публіцист Ф. Боноскі: «Телебачення – це перш за все галузь промисловості, що дає мільярдні прибутки. Мета концернів, що заправляють телебаченням, полягає не лише в самому продажі товарів, а й у створенні належної інтелектуальної атмосфери, яка сприяла б їх збуту» [20, с. 89]. Тому загалом кулінарні телешоу, крім «легкої розваги», виступають у ролі збудника споживчих інстинктів, а їхня «художня форма» слугує маніпуляторським цілям: адже розхожі образи кулінарних телешоу нічого не нав'язують глядачеві і потрібні винятково для того, щоб «розважити» його, «створити» настрій. Тим самим полегшується завдання завоювання аудиторії і можливість психологічного впливу на неї. Висловлене твердження ґрунтується на тому факті, що телебачення як засіб масової комунікації стимулює можливість прийняття аргументу без його серйозного осмислення.

Крім того, кулінарні телешоу як продукт масової культури відіграють роль чи не головного засобу соціалізації, оскільки вони певною мірою формують, програмують, регулюють соціальну поведінку людей, визначаючи спосіб їхнього життя. Водночас кулінарні телешоу можна вважати засобом формування культурних цінностей особистості. Вони впливають на телеглядача своїм характером і спрямованістю, визначаючи стан національної самосвідомості і культури загалом.

Принагідно треба зазначити, що масова культура – це явище внутрішньо складне, а її вплив на людей є неоднозначним, оскільки вона амбівалентна за своєю суттю та функціями і містить в собі позитивне й негативне. Зокрема, масова культура розрахована на досить гомогенну аудиторію, має виразний опозиційний, по відношенню до традиційної культури, світоглядний початок; у ній домінує спрямованість на емоційне, ірраціональне, колективне підсвідоме, космополітичність. Відтак кулінарні телешоу, як продукт масової культури, можуть призвести до руйнування традиційних норм поведінки і споживання, зокрема у сфері кулінарії, усталених уявлень та орієнтацій, замінюючи їх новими фетишами, тобто в антропологічному аспекті може відбутися десакралізація цінностей традиційної кулінарної культури.

При цьому кулінарні телешоу сприймаються сьогодні почасти як зразок експертного знання у сфері гастрономії, причому в такому обсязі, який вважається необхідним і достатнім для повсякденного виробництва та споживання їжі. Водночас кулінарні телешоу покликані адаптувати норми професійної кухні до побутового рівня. Кулінарні телешоу змінюють спосіб звернення до традиційних норм, надаючи можливість експериментувати, що, однак, не скасовує ці норми. Загалом основний адресат кулінарних телешоу – це активний суб'єкт гастрономічної культури, який не лише засвоює її норми і принципи, а й творчо оволодіває ними у своїй повсякденній діяльності.

Отже, підсумовуючи вищевикладене, можна констатувати, що кулінарне кіно і кулінарні телешоу не лише відображають кулінарну ситуацію певної епохи, а й суттєво впливають на її формування, визначають систему оцінювання і напрями розвитку гастрономічної культури. Тим самим вони стають значущим чинником формування і трансляції уявлень про те, якою повинна бути їжа та культура її споживання. Це дає підстави стверджувати, що кулінарне кіно і кулінарні телешоу нині стають одним з центральних і найбільш дієвих способів утвердження норм гастрономічної культури в суспільстві.

У цілому кулінарне кіно і кулінарні телешоу варто розглядати як особливі форми гастрономічної рефлексії, тісно пов'язані з домінантами актуального соціокультурного контексту, які фіксують і транслюють норми гастрономічної культури, забезпечуючи тим самим її стійкість.

3.2. Кухня як засіб пізнання та просування національних традицій: гастрономічні тури і фестивалі

Гастрономічний туризм (його різновиди: продовольчий, дегустаційний, кулінарний, харчовий, винний, пивний та ін.), як один із видів туризму, спрямований на розвиток та просування їжі і напоїв, почав розвиватися відносно недавно. Протеніні, за спостереженням мексиканського експерта з туризму Всесвітньої туристської організації ООН Марії Ізабел Рамос Абаскаль, він виходить у лідери [80, с. 38]: під впливом глобальних змін туристивіддають перевагу саме гастрономічному туризму як інноваційній сфері.

Гастрономічними туристами, фактично, були перші мандрівники, зокрема Марко Поло, який серед інших вражень описував і місцеву їжу. Торговці відправлялися «за три моря», щоб знайти, покуштувати і привезти небачені страви: дивовижні фрукти, горіхи, вина, спеції тощо. Проте як

специфічний вид подорожі гастрономічний туризм оформився набагато пізніше.

Уперше термін «culinary tourism» був уведений в обіг в 1998 р. доцентом кафедри народної культури в Університеті Bowling Green (США) Л. Лонг [309] для вираження ідеї про те, що люди пізнають інші культури через місцеву їжу. За кілька років, у 2002 р., коли Е. Вульф, засновник Міжнародної асоціації кулінарного туризму, підготував статтю про кулінарний туризм, про це явище почали розмірковувати як про нову тенденцію в подорожах [317].

Пізніше цей невеликий документ перетворився на книгу, в якій була документально підтверджена зростаюча зацікавленість їжею і винним туризмом і тим, як запити про кулінарні тури змогли змусити місцеві підприємства та рестораторів задовольняти зростаючий попит [318].

Е. Вульф так розуміє гастрономічний туризм: «це пошук і насолода унікальною, незабутньою їжею і напоями і на іншому кінці Землі, і на сусідній вулиці. Адже, крім подорожей по своїй країні або всьому світу, ми також можемо стати гастрономічними туристами в своєму регіоні, місті чи навіть районі. «Подорож» передбачає навіть поїздки по своєму місту, а не лише по своєму регіону, країні або навіть планеті. Відстань, яку ми долаємо, не так важлива, як сам факт того, що ми постійно перебуваємо в русі. Таким чином, всі ми «мандрівники» і всі ми «їдці», а, отже, всі ми можемо вважатися гастрономічними туристами» [48].

Об'єктами гастрономічного, або кулінарного, туризму є:

–країни, кухня яких є найпопулярнішою на світовій арені; сьогодні до таких країн належать Франція, Італія, Іспанія, Японія, Китай;

–регіони, відомі продуктами, що виробляються в цій місцевості, наприклад, такі регіони Франції, як Бордо, Ельзас, Бургундія, Шампань, що входять до класифікації Appellation d'origine contrôlée[113] (назва продуктів за місцем їх виробництва) і відомі своїми унікальними винами;

–так звані «ресторанні міста»; головним критерієм їх виокремлення є наявність закладів, які представляють різноманітні види кухонь, стилі і формати (наприклад, Нью-Йорк, Лондон, Париж, Токіо, Рим, Брюссель, Гонконг, Барселона, Сан-Франциско, Новий Орлеан);

–спеціалізовані заклади, зокрема ресторани, де працюють знамениті кухарі або які відзначені гастрономічними гідями, чи спеціалізовані музеї чи пам'ятники (наприклад, до них відносяться власники трьох зірок ресторанного гіда «Мішлен»: «Ла Пергола» (Рим, Італія), «Фет Дак» (Брей, Великобританія), «Коджі» (Токіо, Японія));

–екологічно чисті продукти (репрезентуються у так званих екотурах, або «сільських» турах, які пропонують збір дикорослих ягід в лісі, овочів і фруктів на фермах, полювання на трюфелі, харчування продуктами, виробленими відповідно до найсуворіших екологічних норм; найбільш популярні європейські напрямки: Фінляндія, Швеція, Австрія, Німеччина, Франція, Італія), або окремі продукти (так званий монотурізм, наприклад винні тури, або сирні тури, якими славляться Швейцарія, Голландія та Італія, під час яких можна скуштувати рідкісні сорти сиру і відвідати захоплюючі сирні ярмарки);

–певна подія (подієвий тур орієнтований на відвідування місцевості в певний час з метою участі в громадських і культурних заходах з гастрономічною тематикою: виставки, ярмарки, шоу, фестивалі, свята; наприклад, липневий фестиваль дині «Cavaillon» у місті Кавайон (Франція), і серпнева «Tomatina» в місті Буньолі (Іспанія)).

Отже, залежно від об'єкта, у межах гастрономічного туризму можна виокремити такі його різновиди: екотур, сільський, міський тури, ресторанний, подієвий та комбінований (напряма, що містить кілька перерахованих видів турів).

Кулінарні тури загалом можуть включати в себе широкий перелік заходів, пов'язаних із приготуванням їжі, куштуванням харчових продуктів, вивченням харчових тенденцій, виноробства та випічки. Кулінарний туризм

також охоплює, наприклад, відвідування винних і пивоварних заводів, ресторани тури і відвідування підприємств харчової промисловості, конференції та інші заходи, у яких беруть участь професіонали-кулінари та автори куховарських книг, а також передбачені дегустації етнічних продуктів харчування.

Незважаючи на порівняно коротку історію, у сфері гастрономічного туризму нині створені авторитетні міжнародні організації, діяльність яких сприяє його розвитку. Так, у 2003 р. була заснована Міжнародна асоціація кулінарного туризму (The International Culinary Tourism Association), місія якої полягає у сприянні професіоналам і споживачам зрозуміти зв'язок між їжею/напоєм і туризмом [346]. З 2006 р. функціонує Міжнародний інститут кулінарного туризму [347], який курирує освітні та навчальні компоненти програм Міжнародної асоціації кулінарного туризму.

Ще однією організацією, котра здійснює значну діяльність в цій сфері, є Світова продовольча асоціація подорожей (World Food Travel Association, WFTA) – некомерційна і неурядова організація, що займає сьогодні лідируючі позиції на ринку продовольчого туризму. Місія асоціації полягає в тому, щоб «допомагати людям, суспільству і підприємствам розвиватися шляхом налагодження взаємовигідних відносин, заснованих на загальному інтересі до їжі і напоїв» [357]. Маніфест цієї організації відображає здатність людини пізнавати культуру країни через її національну кухню. «Їжа – це квінтесенція нації, її характеру та історії» [357]. Асоціація знаходиться в авангарді розвитку цього виду туризму, позаяк володіє значним спектром ультрасучасних ресурсів для просування їжі і напоїв, організації подорожей, надання послуг гостинності та зв'язку зі ЗМІ.

Також активно функціонують національні організації у сфері гастрономічного туризму. Наприклад, в Іспанії діє Іспанська асоціація вина і кулінарного туризму (Spanish Association of wine and culinary tourism) [352]. Це некомерційна професійна організація, яка представляє країну і виступає за спільні інтереси професіоналів у сфері туризму, які спеціалізуються на

винно-продовольчому туризмі в Іспанії. Метою цієї організації є просування нових тенденцій на ринку дозвілля, надання нових захоплюючих та унікальних пропозицій для задоволення запитів туристів, котрі приїжджають до Іспанії.

Ще однією організацією, що займається просуванням іспанської кухні, є Асоціація дегустація Іспанії (Tasting Spain Association), діяльність якої ґрунтується на ідеї презентації багатства та різноманітності іспанської культури, історії і традицій через шеф-кухарів, їхніх продуктів, вина і території [354].

В Україні в 2014 р. створена Громадська спілка «Асоціація сприяння розвитку гастрономічного та винного туризму» – добровільне об'єднання, яке має можливість залучати до свого складу вищі навчальні заклади, підприємства, установи й організації, котрі функціонують у сфері туризму, готельного й ресторанного бізнесу, виноробної та харчової промисловості. Метою діяльності асоціації є сприяння розвитку винного й гастрономічного туризму в Україні шляхом популяризації оригінальної винної, гастрономічної та кулінарної продукції, поширення автентичних національних традицій виноробства і кулінарії, створення та промоції винних і гастрономічних маршрутів, популяризації національного тематичного туристичного продукту на території України та за кордоном [319].

Істотну роль гастрономії у просуванні національних цінностей визнають і авторитетні міжнародні організації. Так, ЮНЕСКО внесла мексиканську кухню, середземноморську дієту і французьку кухню до списку всесвітньої нематеріальної культурної спадщини [280]. Зокрема, стосовно французької кухні ЮНЕСКО мотивувала своє рішення таким чином: «...основою французької гастрономії є важливий соціальний аспект, оскільки найбільш значущі моменти в житті людини і суспільства у Франції нерозривно пов'язані із застіллям» [253].

Згодом до цього списку було внесено й інші національні кухні і кулінарні традиції: японська кухня (вашоку, або гармонія у їжі), кавова церемонія у Туреччині, виробництво вина в амфорі (квеврі) у Грузії, хорватські коржики, корейська квашена капуста (кімчі) [149, с. 57]. Також ця організація проводить конкурс, визначаючи краще гастрономічне місто. Цього почесного звання удостоїлися колумбійський Попайан, китайський Ченду (столиця знаменитої сичуаньської кухні) ташведський Естерсунд. Незабаром подібний титул обіцяють надати і провінції Хатай (Туреччина), кухня якої є поєднанням турецьких, арабських та французьких гастрономічних традицій [80, с. 43].

Отже, гастрономічний туризм передбачає ознайомлення з кухнею певної місцевості або участь у заходах, пов'язаних з гастрономією, а також відвідування певних destinations. Іншими словами, гастрономічний туризм – це поїздка з метою ознайомлення з національною кухнею відповідної країни, особливостями місцевого виробництва та приготування продуктів і страв, а також навчання і підвищення рівня професійних знань у сфері харчування.

У різних країнах гастрономічний туризм має свої особливості. Наприклад, шанувальники французької кухні можуть обрати класи кулінарії в Парижі або відвідати в якості гостя французьку кулінарну школу. Італія, Іспанія та інші країни Середземномор'я пропонують охочим провести відпустку в сільських будинках, в яких можна не лише жити протягом тривалого часу, а й учитися готувати страви, дізнаючись про місцеві та регіональні кулінарні традиції. Деякі destinations пропонують кулінарні тури і спеціальні обіди, під час яких туристи відвідують різні ресторани, кафе та бістро, зустрічаються із шеф-кухарями та беруть участь у семінарах з харчування або подіях, організованих кулінарними інститутами і шеф-кухарями навчальних закладів, такими, наприклад, як Кулінарним інститутом Америки [355]. Також пропонуються програми і заходи для

охочих дізнатися про місцеву промисловість, ресторани, нові тенденції і способи приготування їжі.

Загалом у межах гастрономічних турів їх учасникам пропонуються: відвідування національних ресторанів, дегустація оригінальних страв і напоїв; участь у гастрономічних фестивалях, у приготуванні національних страв; відвідування місцевих виробництв традиційних продуктів, ознайомлення з історією та рецептурою національної кулінарії; відвідування спеціалізованих майстер-класів, виставок, курсів, ознайомлення з технологіями приготування певних харчових продуктів та страв із цих продуктів; участь у національних святах та обрядах, пов'язаних із кухнею; відвідування дегустаційних залів, дегустація вина, сирів, меду, наливки, приготовлених за традиційними рецептами; апробація оригінальних технологій харчування з метою лікування та оздоровлення тощо.

Зважаючи на той факт, що гастрономічні тури поєднують у своїй програмі не лише споживання різних страв і напоїв, а й участь у національних святах та обрядах, вони виконують неабияку культурно-пізнавальну функцію: створюють умови для взаємодії і спільного існування різних культур, релігій і традицій, надають можливість побачити національні житла народів, їхні традиції та звичаї, ознайомитися з гостинністю і традиційним побутом, що, в кінцевому підсумку, сприяє зміцненню і налагодженню міжнаціональних стосунків між різними етносами.

Такий підвищений інтерес до етнічних груп, прагнення до пізнання їхніх культурно-побутових особливостей сприяють збільшенню значущості етнічної групи як об'єкта культурно-історичної спадщини, що нині відіграє вагомую роль у процесі світового розвитку, сприяючи забезпеченню стійких довгострокових дружніх зв'язків між представниками різних народів та етносів.

У межах ознайомлення всіх охочих з історико-етнографічними особливостями різних регіонів України в багатоденних екскурсійних турах

передбачається відвідування етноресторанів, які презентують національні кулінарні традиції. На жаль, більшість ресторанів, які позиціонують себе як ресторани з українською кухнею, не відповідають своєму статусу, бо основне їхнє меню – переважно європейське. Натомість етноресторани можуть надавати можливість туристам не лише скуштувати українські страви, а й узяти участь у майстер-класах з приготування національних страв, ознайомитися із традиціями і технологіями їхнього приготування, особливостями застольного етикету, ставленням до їжі як етичної категорії тощо. Водночас такий шанс можуть використовувати і національні меншини, які проживають на цій території, демонструючи власну автентичність через їжу, що дає їм можливість зберігати не лише традиції своєї кухні, а й культури загалом.

Із гастрономічним туризмом тісно пов'язана інша форма комунікації в соціокультурному просторі – гастрономічні, або кулінарні фестивалі. Щорічно в світі проходять сотні фестивалів, які присвячені місцевій кухні: деякі з них тривають один день, інші проходять у вихідні, треті розтягуються на цілі тижні. Сьогодні світовий культурний простір буквально пронизаний енергією фестивального руху, що дає змогу розглядати фестиваль як одну з найбільш актуальних форм взаємодії між культурами всвітовому контексті. При цьому йдеться не стільки про багаторазову повторюваність подібних проектів, скільки про проникнення фестивальних принципів спілкування в різні сфери культурної взаємодії. Така всеосяжність цієї тенденції зумовлює виникнення нових різновидів діалогу на основі фестивалю.

До гастрономічних фестивальних форумів можна віднести фестивалі, присвячені: 1) міжнародній кухні (Міжнародний гурме-фестиваль, Пуерто Вальярта, Мексика); 2) національній чи регіональній кухні (напр., Фестиваль норманської кухні); 3) ресторанам (Фестиваль їжі і вина, Атланта, США; Lutsk Food Fest, Луцьк, Україна); 4) одному продукту чи напою (наприклад, Октоберфест у Мюнхені (Німеччина), «Берлибаський

банюш»у с. Костилівка(Україна)). Цей перелік не є вичерпним, оскільки різноманіття фестивальних проєктів, які реалізуються у Європі, США та інших країнах, як і в Україні, постійно розширюється, що свідчить про затребуваність цієї форми культурного повідомлення, істотне значення фестивалю у світовій культурі.

Зважаючи на доволі давню історію фестивального руху, наголосимо, що причиною його соціокультурної стійкості є насамперед спадкоємність традиційних діалогічних форм культурної взаємодії. Варто відзначити, що діалогічність від самого початку притаманна фестивалю, адже він це перш за все спосіб соціокультурного обміну накопиченими знаннями і вміннями, інтеграції світоглядного досвіду людей. Діалог як спілкування з «іншими» є надзвичайно продуктивним, адже він – це гарант самопізнання і самопредставлення: для особистості важливим є сам факт «зустрічі» з «іншими», що почасти стає вагомим імпульсом насамперед для власного удосконалення.

Все це дає підстави вважати діалогічні форми культурної взаємодії невіддільними від досвіду самопізнання людини. І саме у цьому можна вбачати виняткову цінність фестивалів у історії людства. Відтак фестиваль відпочатку вибудовується на ідеї комунікативного обміну і взаємодії. Одним із показових ознак діалогізму фестивалю є неконфліктність спілкування його учасників за умови очевидного прагнення до демонстрації низки різноспрямованих потенціалів – індивідуальних, групових, колективних. При цьому саме неконфліктність спілкування можна вважати справжнім культурним діалогом, який сприяє розширенню світогляду його учасників. Загалом культурний простір фестивалю володіє «демократичністю» діалогу, що дає змогу використовувати фестивальну форму діалогу в якості універсальної моделі в сучасній культурній комунікативній практиці.

Саме слово «festival» (святкування, свято, видовище, від лат. festival – веселий, святковий) вказує на святково-обрядовий зміст явища, історично пов'язаного з давнім досвідом обрядового, інтелектуального, художнього,

фізичного та ін. змагання у вигляді гри. Не що інше, як ігрове змагання Давнини та Античності сприймається прообразом фестивалю як простору культурної взаємодії на основі повідомлення. Однак ключовим періодом для формування ідеї фестивалю як моделі культурного повідомлення прийнято вважати епохи Середньовіччя та Відродження. Істотне значення діалогічних форм культурної взаємодії в цей період зумовлене дуалістичністю світогляду людини конкретної епохи. У ньому відображалася символічна взаємодія християнського (офіційного) і язичницького (народного) елементів культури, які активно корелювали один з одним в усіх сферах людського життя. Не випадково середньовічний і ренесансний світогляд пронизаний театральними-видовищними образами свята, у стихійній і розкутій атмосфері якого реалізовувалась можливість звільнення від протиріч між символічним (ідеальним) змістом християнського світогляду і конкретно-історичним (реальним) змістом земного існування.

До витоків фестивалю можна віднести й масові видовища і дійства епохи Нового часу, зокрема придворні містерії, маскаради, театралізовані карнавали. Однак характер і спрямування подібних офіційних аристократичних святкувань навряд чи можна співвіднести з сучасною ідеєю фестивалю як вільного, невимушеного діалогу рівноправних учасників. Хоча можна стверджувати, що ще однією причиною історичної пластичності фестивалю є його репрезентативно-видовищна природа. Дійсно, фестиваль – це свято, у структурі якого задіяні не лише внутрішні, символічні пласти комунікації, а й зовнішні, які впливають на інформаційні канали повідомлення візуальним, а в аспекті гастрономічних фестивалів – і смаковим та нюховим шляхом.

Оскільки фестиваль нерозривно пов'язаний із давньою ідеєю змагання-зустрічі, публічного культурного діалогу, джерелом його репрезентації можна вважати звичай публічного демонстрування майстерності. Майстерність як умова змагальності, з одного боку, була відображенням необхідності передавати, транслювати традиції певного

ремесла, а з іншого – ставала гарантом видовищності дійства. Цим пояснюється настанова на тісний взаємозв'язок майстерності і мистецтва в подібному змаганні.

Отже, репрезентативність гастрономічного фестивалю корениться не стільки в суто зовнішній природі фестивалю як видовища, скільки в навмисно декларованій і демонстрованій розкутості ведення діалогу шеф-кухарів з учасниками – іншими шеф-кухарями та споживачами їжі. Це в цілому пояснює, чому репрезентативно-видовищний компонент фактично невіддільний від фестивальної дії.

Крім того, завдяки діалогічній структурі і багатосуб'єктності відносин, поліцентричності, плюралізму та демократичності, гастрономічний фестиваль набуває властивостей творчого майданчика – коли під час фестивалів відбуваються конкурси серед кухарів, кондитерів, пекарів, баристів, барменів, вітольє (фумільє), фахівців з карвінгу та ін. У його межах відкриваються широкі можливості для обміну ідеями, створення нових культурних цінностей тощо.

Перші гастрономічні фестивалі почали відбуватися ще на початку XIX ст.: всесвітньо відомий фестиваль Октоберфест у Мюнхені був заснований у 1810 р., фестиваль пива у Штутгарті – у 1818 р. [68, с. 125]

Сьогодні гастрономічні фестивалі – це популярні заходи, на яких ознайомлення з новими територіями, країнами відбувається шляхом пізнання особливостей місцевої кухні. Отримані враження від страв і напоїв, спробуваних під час подорожі, стають основою сприйняття місця подорожі. Мандрівка по світу з вивченням місцевої кухні – це не тільки дегустація страв, характерних для певної території, а й занурення в культуру і спосіб життя місцевого народу, міста або краю. Тож не дивно, що кількість туристів, які прагнуть відчувати різноманітність світу через його унікальні кулінарні традиції, стрімко зростає. Рекордсменами за кількістю гостей є такі фестивалі: Октоберфест в Мюнхені, Німеччина – близько 6 млн., Фестиваль пива в Штутгарті, Німеччина – понад 5 млн., Смак Чикаго, США

– до 3 млн., Фестиваль шоколаду в Перуджі, Італія – понад 1 млн., Міжнародний Берлінський фестиваль пива, Німеччина – близько 750 тис. [68, с. 125] Фестивалі їжі збирають тисячі туристів, охочих спробувати гастрономічні витребеньки і дізнатися секрети їхнього приготування. Кращі шеф-кухарі, як правило, вважають за честь стати учасниками таких заходів і представити гостям свої творіння.

Серед найбільших фестивальних проєктів Європи та Америки, які реалізуються на постійній основі, тобто мають усталену історичну традицію, і нових, що відображають не лише народні кулінарні традиції, а й досягнення у сфері кулінарної майстерності, треба виокремити:

–Октоберфест у Мюнхені – це найвідоміший фестиваль пива, який триває більше двох тижнів та організовується щорічно наприкінці вересня [351]. Цей захід вважається одним з найбільш популярних у Німеччині і водночас найбільшим ярмарком у світі. На святі випивають близько 5-ти млн. пива і з'їдають понад 500 тис. курей, а також ласують смаженою свининою, рибою, солоними кренделями, картоплею, сиром, картопляними млинцями, квашеною капустою і білими ковбасками, із солодкого – цукровою ватою, пряниками, мигдалем. Фестиваль вважається святом, яке може запропонувати велику кількість різноманітних розваг, серед яких катання на каруселі, російські гірки, чортове колесо та захоплююча залізниця [166];

–Пивний фестиваль у Штутгарті (Cannstatter Volksfest) – це аналог Октоберфесту в Мюнхені, він проходить у ті ж дати, але починається на тиждень пізніше. Триває 17 днів і завжди відкривається по п'ятницях о третій годині дня. В цей час мер Штутгарта повинен відкрити першу бочку пива – головної дійової особи свята [316]. Ще однією видовищною подією фестивалю стає Фольксфест-парад, що проходить по головних вулицях міста. Провідні місцеві виробники пригощають гостей різноманітними видами пива, а також спонсорують живі виступи артистів. На святі традиційно встановлюється 26-метрова фруктова колона – офіційний

символ фестивалю, навколо якої працює великий розважальний парк з безліччю атракціонів – чортовим колесом, каруселями, гірками [41];

–Міжнародний фестиваль білого трюфеля (Fiera del Tartufo Bianco d'Alba) – фестиваль, який проходить щорічно з 1930 р. у невеликому мальовничому містечку Альба в провінції П'ємонт, у Північній Італії, прославленому знаменитим білим трюфелем, сухими винами Бароло і Барбареско та персиками. Фестиваль, також визнаний ярмарком, проводять кожні вихідні в період з середини жовтня по середину листопада (безпосередньо після дозрівання трюфелів). Щорічно в місто приїжджають відомі кухарі та гурмани з усього світу, а також тисячі туристів; загалом кількість відвідувачів в кілька разів перевищує місцеве населення. Подія включає в себе ярмарок та виставку трюфелів, а також аукціон, на який можна потрапити тільки за запрошеннями. На фестивалі можна спробувати страви місцевої кухні з використанням знаменитих грибів – ризотто, соуси, пасту, фондю, масло, креми, а також купити і спробувати італійські вина, сири і делікатеси. Протягом усього свята в місті проходять різні культурні заходи: середньовічні ходи, обрання королеви трюфелів, скачки, концерти, музичні і театральні шоу [344];

–Фестиваль лобстерів (Maine Lobster Festival) – п'ятиденний літній фестиваль, який пропонує свіжовиловлених лобстерів, поданих із топленим вершковим маслом. До програми фестивалю введені не тільки вечері і дегустації, а й безліч розваг: виставки місцевих ремесел, карнавали та ігри, конкурси і коронації, морські міні-круїзи і тури, виступи музичних груп і спортивні перегони та багато інших розваг. Для Рокленда, невеликого приморського міста США з населенням близько 7 тисяч осіб, фестиваль, який приймає понад 80 тисяч відвідувачів, – найважливіша подія. Місто не випадково проголосило себе «Світовою столицею лобстерів», оскільки має в своєму розпорядженні найкращі умови для виловлювання цього морського рака, а його шеф-кухарі готують з нього найкращі страви. Фестиваль завоював безліч національних і міжнародних нагород, був визнаний гідним

звання одного з найкращих літніх подій у США, однієї з кращих 100 подій в Північній Америці. Неофіційно він фігурує в списках найбільш визнаних гастрономічних подій світу серед 10–20 найпопулярніших світових продуктових фестивалів) [348].

–Фестиваль кавунів (Chinchilla Melon Festival) – найбільший кавуново-динний фестиваль, який вважається головною подією в м. Чінчілла, Австралія; проводиться раз на два роки. Якщо перший фестиваль, який відбувся у 1994 р., налічував приблизно 2,5 тисячі відвідувачів, то сьогодні фестиваль нараховує десятки тисяч відвідувачів тільки в один з основних днів проведення фестивалю, а це у кілька разів перевищує розмір населення самого містечка. У 2009 р. фестиваль удостоївся регіональної нагороди штату Квінсленд як туристська подія, крім того, на всіх туристських порталах, де розповідь про місто, неодмінно згадується і цей фестиваль [341].

Найбільший досвід у цій сфері мають італійці, які через організацію традиційних свят міста і фестивалів, присвячених характерним для даної місцевості сільськогосподарським продуктам, спонукають туристів до відвідування невеличких містечок у всіх регіонах країни. Гастрономічні події відбуваються в багатьох населених пунктах Італії, лише в Емілії-Романії їх нараховується близько 10 [296]. Відвідувачі можуть не лише скуштувати традиційні страви, а й побачити покази історичних костюмів, феєрверки, спортивні змагання, а також придбати різні вироби на ярмарку, а на сайтах містечок можна знайти перелік традиційних страв та інформацію те про, як доїхати і де поселитись.

В Україні також уже тривалий час проводяться гастрономічні фестивалі, щоправда переважно на Львівщині та Закарпатті, що пояснюється самобутньою культурою та специфічними кулінарними традиціями цих регіонів:

–Фестиваль Борщу, м. Ізмаїл – фестиваль мандрує по регіонах України у вигляді презентаційних турів, у ході яких відбувається збір місцевих

(регіональних та авторських) рецептів борщу, розважальна програма (різноманітні змагання, конкурси, забави та інші розваги) для місцевих жителів та гостей фестивалю, змагання з приготування борщу за окремими рецептами та безкоштовна дегустація[122];

–Фестиваль дерунів, м. Коростень [322] – головною подією фестивалю, який відвідують близько 50 тисяч українських та іноземних туристів [196], є кулінарний конкурс на найсмачніші деруни; крім того, відбуваються змагання з дерунярського триборства, що включає такі конкурси: «дерунярськийпауерліфтинг» – присідання з двома важкими глеками з дерунами; кидання деруна в миску зі сметаною з 5 метрів; кидання деруна в конкурента з 5 метрів. На першому фестивалі дерунів (у 2008 р.) коростенці випекли найбільший в Україні дерун вагою 118 кг, а на третьому – 140 кг, у Коростені також відкрито пам'ятник Деруну. У межах свята проводяться конкурси на найкращий плакат про деруни, найкращий рецептдерунів, найкращу пісню, вірш, анекдот, комічну історію про деруни. Крім основної програми, на фестивалі, як правило, проводять різноманітні вікторини, конкурси, дегустацію місцевих напоїв, виставки, виступи фольклорних ансамблів тощо [321];

–Фестиваль «З любов'ю до...сала», м. Луцьк – організовується для тих, хто любить і шанує українське сало. У різні роки на фестивалі можна було побачити багато цікавинок: макет Хмельницької атомної станції та шахові фігури, виготовлені з сала, «сало в шоколаді», футбольний м'яч із сала тощо. У межах заходу також відбуваються змагання саломанів-богатирів, проводяться конкурси на найшвидше поїдання 1 кг сала, організовуються виставки виробів із сала та самого сала тощо. Фестиваль є чотириразовим рекордсменом Книги рекордів України: найбільший у світі бутерброд з сала (76 метрів); перший у світі пам'ятник Салу і Свині; світовий рекорд на швидкість поїдання 1 кг сала (10 хвилин 55 секунд); найбільший у світі футбольний м'яч із сала (діаметр більше 6 метрів і вага понад 400 кг) [249];

–Фестиваль «Ужгородська палачінта», м. Ужгород – гастрономічний фестиваль з різноманітною культурною і розважальною програмою, яка об'єднує українські і закарпатські традиції із сучасними тенденціями. Під час святкування можна поласувати не тільки млинцями («палачінта», від угорськ. «palacsinta», на закарпатському діалекті означає «млинець»), які випікають на відкритому повітрі прямо на очах відвідувачів, а й бограчем, ковбасками і шашликами, вином місцевого виробництва. Крім можливості скуштувати смачненьке, організаторами передбачені народні гуляння, концерт, конкурси, а також традиційне спалення опудала зимової володарки «Мари» [248].

Аналіз гастрономічних фестивалів, які відбуваються по всьому світу, дає підстави виокремити серед них дві групи: 1) суто гастрономічні, їх переважна більшість, та 2) фестивалі іншої тематики, однак на яких представлені й страви національної кухні (тією чи іншою мірою пов'язані не лише з їжею і напоями, а й з культурними, екологічними, історичними, спортивними, розважальними та іншими темами, наприклад, Мистецький фестиваль «Солом'яна птаха» (м. Луцьк, Україна)).

Переважна більшість фестивалів мають культурно-розважальний характер, частина – напівпрофесійний, ще менше – професійний. Значна частина гастрономічних фестивалів також присвячена окремим продуктам або напоям. Масштаб фестивалів варіюється від локальних до міжнародних приблизно в однакових пропорціях. Різноманіття форм гастрономічних фестивалів свідчить про широкі можливості зі створення й розвитку подій такого типу.

Навіть побіжний огляд гастрономічних фестивальних проєктів дає підстави констатувати їхній культурологічний потенціал, завдяки якому кулінарія – стає не просто специфічним видом діяльності, пов'язаним із приготуванням їжі, а й засобом, за допомогою якого люди розширюють свої знання про світ і людину кулінарними уявленнями.

Сама кухня тісно пов'язана із соціокультурними процесами, вона відображає всю різноманітність і специфіку соціальних відносин, притаманних нашому часу. Особливо правильним дане твердження є по відношенню до таких форм взаємодії, в яких від початку переважає ідея комунікації, тобто виразна настанова на міжособистісне, міжнаціональне, міжкультурне спілкування та обмін інформацією. Саме до таких моделей культурної взаємодії можна віднести гастрономічний фестиваль, який з часом все активніше використовується в якості засобу ведення культурного діалогу.

Дійсно, ідея гастрономічних фестивалів повною мірою відповідає інтенції сучасної культури до глобалізації символічних зв'язків, «багатомовності» історичних, національних, авторських та інших елементів, до «всесвітнього» діалогу. При цьому найважливішою характеристикою гастрономічного фестивалю, як ми вже зазначали, є діалогізм, невимушена атмосфера, репрезентативність, видовищність. Виникнення проектів на кшталт фестивальних акцій пов'язане із пошуком таких форм комунікації, які сприяли б зближенню та взаємозбагаченню різних національних традицій, що в цілому пов'язане з тенденцією до формування єдиного культурно-символічного простору.

Збільшення інтересу до гастрономічних фестивалів у другій половині ХХ – на початку ХХІ ст. зумовлене загальною тенденцією проникнення фестивальних принципів у всі сфери сучасної культури. Із гуманітарних позицій гастрономічний фестиваль варто розглядати не тільки як спосіб специфічно-кулінарного самовираження шеф-кухарів, а і як засіб відтворення людиною уявлення про світ тощо. Отже, з кулінарного діалогу фестиваль перетворюється на універсальну форму діалогу всередині культури.

Поряд з універсальною якістю діалогізму, не менш важливим є залучення фестивалів для системи: а) соціальних взаємодій між індивідами, які належать до різних національних і культурних спільнот, соціальних

груп; б) взаємодій різних сфер та інститутів культури, насамперед кулінарії та соціуму. Отже, гастрономічний фестиваль варто розглядати як соціокультурне явище, у структурі якого виявляються механізми соціальної комунікації.

Гастрономічний фестиваль має достатній соціокультурний потенціал як форма здійснення глобальних міжкультурних зв'язків. У просторі гастрономічних фестивальних акцій складаються найбільш природні умови для взаємодії між представниками різних етнонаціональних спільнот і культур, обміну накопиченим кулінарним досвідом, створення принципово нового, що народжується в процесі спілкування.

У свою чергу, важливість кулінарного туризму полягає у здатності «розпредметити» ціннісно-смісловий простір культури окремих народів, і в такому ракурсі постає як один із засобів активізації крос-культурної комунікації, є проявом міжкультурних контактів і сприяє встановленню багатовекторних комунікаційних зв'язків. У результаті різноманітних культурних контактів завдяки кулінарному туризму відбувається обмін ментальними, духовними й матеріальними цінностями, досвідом на міжособистісному, етнічному, державному та загально-цивілізаційному рівнях [39, с. 112].

Отже, з'ясувавши зміст таких культурних атракцій, як гастрономічні тури і гастрономічний фестивальний рух, можна констатувати їхню істотну роль у розвитку культури. Відтак гастрономічні тури і гастрономічні фестивалі варто розглядати як форми гастрономічної рефлексії, що сприяють взаєморозумінню та співпраці між народами.

Для кращої репрезентації української культури через національні кулінарні традиції держава повинна насамперед усвідомити їхню цінність і корисність, а можливо, і безальтернативність, порівняно з іншими засобами просування культури, як це вже давно зрозуміли і активно практикують, наприклад, у Європі, позаяк сьогодні напрям пізнання країни через кухню є одним з найпопулярніших у світі.

3.3.Гастрономічна дипломатія як важливий напрям промоції країни та складник культурної політики

На початку 80-х рр. ХХ ст. ініціатор політики «чотирьох модернізацій» і побудови «соціалізму з китайською специфікою» Ден Сяопін запропонував ресторанну стратегію, з допомогою якої китайські емігранти хуацяо не просто матимуть змогу інтегруватися в інше (західне) суспільство, а й фактично «прив'язати» його до себе. Першим і найважливішим засобом популяризації культури Китаю діячем було визначено національну кухню: «Ми повинні прив'язати їх до себе мережею наших маленьких ресторанчиків, магазинчиків, закусочних тощо» [49].

Ресторанна стратегія китайського лідера спрацювала: чайнатауни з відсталих районів проживання китайських мігрантів перетворилися на фінансово-економічні центри. Крім того, етнічні китайці контролюють економіку деяких великих країн, а китайська діаспора є не лише найчисельнішою, а й наймогутнішою у світі, зокрема в США [49]. Так китайська кухня стала не просто символом культури і традицій держави, а й засобом пропаганди і китайської експансії. Аналогічну тактику обрали й діаспори інших країн, орієнтовані на свою етнічну батьківщину, зокрема корейська.

Отжезавдяки своїй культурній спадщині країна отримує додаткову світову популярність, а національні страви й продукти стають невід'ємною частиною іміджу країни, регіону чи конкретної місцевості.

Невипадково у другій половині ХХ – на початку ХХІ ст. чітко простежується тенденція до збільшення кількості гастрономічних турів та фестивальних проектів завдяки розширенню кола їх учасників, які належать до різних етнічних і національних спільнот у межах країни, що стає чи не основною тенденцією популяризації її культури. З одного боку, цей процес зумовлений внутрішньою динамікою розвитку самої кулінарії, а з іншого –

процесами глобалізації, одним з головних результатів якої варто вважати зростання ролі механізму міжкультурної комунікації і тих форм культурної взаємодії, що ґрунтуються на міжкультурній інтеракції. «Глобалізація посилила інтенсивність культурних обмінів, різко розширила коло тих, хто здійснює нескінченний процес переходу з одного культурного світу в інший» [272, с. 56].

Без сумніву, саме цим пояснюється факт зростання соціокультурного значення таких видів взаємодії у різних сферах культури, які створюють передумови для максимального розширення її комунікативного кола. Не стала винятком і кулінарія, яка дедалі активніше починає розумітися і сприйматися в контексті міжкультурних відносин як широких можливостей для формування не лише глобальних зв'язків між представниками різних національних культур, а і як засіб формування глобальної культури. Кулінарія стає чи не єдиною сферою, яка має достатній соціокультурний потенціал для розширення глобальних міжкультурних зв'язків, формування умов для природної, зрозумілої і невимушеної взаємодії представників різних етнонаціональних спільнот і культур, для обміну кулінарним досвідом незалежно від інтересів, соціального статусу і потреб учасників спілкування.

Подібна ідея синтезу інтеракції та діалогового мислення знайшла втілення в кулінарній (культурно-гастрономічна, гастрономічна) дипломатії як знарядді м'якого впливу сучасної зовнішньої політики, дипломатії та економіки. Вперше така ініціатива була здійснена Таїландом у 2002 р., коли тайським урядом було прийнято рішення збільшити кількість ресторанів національної кухні по всьому світу. Цей проект ґрунтувався на ідеї про те, що їжа може бути не тільки засобом популяризації місцевих страв, а й дипломатичним інструментом [299].

США у 2012 р. започаткували власну ініціативу – «кулінарну дипломатію для партнерства», під час якої більш ніж 80 американських кухарів були відряджені за кордон для пропагування та виховання

зарубіжної аудиторії на американській кухні [246]. Згодом цю концепцію підтримали чимало інших країн світу, усвідомивши значення «харчування як інструмента для кращого спілкування особистості та культури країни» [299]. Зміст цієї концепції спеціаліст із гастрономічної дипломатії швейцарська дослідниця А. Роверсі пояснює просто: «Достатньо обрати страву, поставити її в центр і спробувати побудувати міст між нею та іншими галузями (такими, як економіка, політика, культура, традиції, дослідження, дизайн тощо)» [299].

Незважаючи на визнання ролі кулінарної дипломатії як інструмента міжкультурних відносин, ця проблематика залишається маловивченою з наукового погляду. Найперше це стосується визначення ключових понять, взаємозв'язку кулінарної дипломатії із державною та, зокрема, культурною політикою шляхів утілення кулінарної дипломатії на рівні певної країни та на міжнародній арені. Так, американський фахівець у сфері міжнародних відносин С. Чеппл-Сокол використовує поняття «кулінарна дипломатія» і визначає її як «можливість використання харчових продуктів і страв в якості інструмента для створення міжкультурного порозуміння в надії на поліпшення взаємодії та співпраці» [294].

При цьому С. Чеппл-Сокол виокремлює два види кулінарної дипломатії – приватну та публічну. Якщо перша використовується за зачиненими дверима серед обмеженого кола державних осіб і дипломатів, то друга – як інструмент публічної дипломатії [294]. З погляду дослідника, кулінарну дипломатію треба розмежовувати з менш формальними зв'язками їжі та культури чи з іншими видами використання продуктів харчування в дипломатії. Оскільки кулінарна дипломатія – це не просто інструмент міжкультурних відносин чи об'єкт антропології, покликаної полегшити стосунки між людьми, а сфера, що послуговується теоретичними засадами міжкультурної комунікації, то її потрібно вважати концепцією, що міцно закріпилася в теорії дипломатії.

С. Чеппл-Сокол звертає також увагу на неприпустимість ототожнення кулінарної і харчової дипломатій. На його думку, харчова дипломатія передбачає використання продовольчої допомоги як засобу громадської інформаційно-пропагандистської діяльності, скерованої на подолання насамперед голоду. Харчова дипломатія є важливим і продуктивним інструментом, який використовують багато країн світу (причому не завжди з добрими намірами), однак вона перебуває за межами кулінарної дипломатії [294].

Принагідно варто відзначити, що політична влада їжі нічим не відрізняється від інших видів влади: вона може використовуватися як форма жорсткої влади через застосування ембарго чи надання продуктів харчування (у торгівлі чи у вигляді допомоги) або як м'яка сила (через культурне і соціальне значення продуктів харчування), у цьому й полягає відмінність між харчовою та кулінарною дипломатіями [312].

Колишній ізраїльський дипломат, а нині директор однієї із громадських дипломатичних організацій П. Роковер використовує термін «гастрономічна дипломатія» («gastrodiplomacy»), визначаючи його як стратегію м'якої дії, метою якої є краще визнання бренду [313]. Гастродипломатія – це форма публічної дипломатії, яка об'єднує культурну, кулінарну дипломатії і національний брендинг для того, щоб зробити іноземну культуру «відчутною на смак і дотик» [313].

Ефективна публічна дипломатія звертає увагу на місцеву культуру, а гастродипломатія – представляє цю культуру за допомогою більш знайомих «точок доступу», таких як відчуття смаку. П. Роковер пропонує розмежовувати кулінарну і гастрономічну дипломатії, вважаючи, що остання «поєднує форми культурної та кулінарної дипломатії з державним брендингом і є актом завоювання умів та сердець через шлунок, використовуючи кулінарні шедеври країни та національну впізнаваність бренду» [313, с. 236]. При цьому кулінарна дипломатія використовується лише як інструмент дипломатичного протоколу [313].

Попри ототожнення провідними дослідниками кулінарної і гастрономічної дипломатій, все ж видається доцільним розмежувати ці терміни за характером ознак, що складають їхній зміст. Відтак, кулінарну дипломатію варто розглядати як «цілеспрямоване використання продуктів харчування та національної кухні у формальних дипломатичних процедурах в якості інструменту посилення офіційної дипломатії під час здійснення дипломатичних функцій, зокрема, візитів глав держав, послів та інших високопоставлених осіб» [149, с. 56].

Гастрономічна дипломатія є ширшим поняттям, а тому передбачає популяризацію національної кухні не лише на міжурядовому, а й на міжнаціональному рівнях, що реалізується у формі гастрономічних турів, гастрономічних фестивалів та інших міжкультурних інтеракцій, котрі сприяють підвищенню обізнаності і розумінню національної кулінарної культури якомога більшою кількістю людей у світі. Загалом гастрономічна дипломатія – це один із важливих засобів впливу на думку і дії не лише офіційних представників (дипломатів), а й широких верств населення інших країн. Сьогодні вона стала потужним підходом у забезпеченні взаємодії із зарубіжними спільнотами та культурами через мистецтво кулінарного мистецтва і дефіцит публічної дипломатії. Гастродипломатія – це платформа для країн, які користуються у світі репутацією енергійних та унікальних кулінарних культур, одночасно сприяючи розвитку економіки через гастрономію і туризм.

Принагідно потрібно звернути увагу на поняття національного брендингу, про який згадує у своєму визначенні гастрономічної дипломатії П. Роковер. На відміну від публічної дипломатії, національний брендинг є «комерційною концепцією, оскільки він покладається на маркетинг і націоналізм для створення сильного образу й хорошої репутації країни» [294]. Ця концепція ґрунтується на самооцінці нації і на тому, як вона себе представляє у світі. Фактично йдеться про брендинг територій (або брендинг кулінарної нації), як його тлумачить один з провідних

світових фахівців у сфері брендингу С. Анхольт, який розробив концепцію конкурентної ідентичності, представивши її у вигляді шестикутника, кожен кут якого позначає елемент сучасного бренду території: туризм, експортні бренди, політика, бізнес та інвестиції, культура, люди [291]. Хоча в багатьох регіонах є той самий «товар» (територія, інфраструктура, освічені люди і майже ідентична система управління), вони повинні конкурувати між собою за інвестиції, туризм та політичну владу—таінколи навіть у глобальному масштабі.

Саме ця концепція – «нація як продукт» – робить національний брендинг настільки потужним засобом збереження та популяризації національних кулінарних традицій, і, відповідно, кулінарної дипломатії, адже його результатом є визнання країни у світі та розвиток гастрономічного (кулінарного) туризму. За даними Перуанського посольства, «у 2013 р. в Перу 40 % прибутку країни від різних видів туризму було отримало завдяки гастрономічному туризму, а це близько 700 мільйонів доларів» [295].

Національний брендинг відіграє важливу роль у розробці та реалізації ефективної кулінарної дипломатичної кампанії. Соціолог М. де Соуцей використовує термін «гастроціоналізм» для того, щоб підкреслити цей зв'язок: «Гастроціоналізм має на меті використання продуктів харчування, їх розподілу та споживання для демаркації та підтримання емоційної сили національної прихильності, а також використання націоналістичних настроїв для виробництва та продажу продуктів харчування» [294].

Саме нація, на думку С. Чеппл-Сокола, надає сили своїй кухні як інструментові національного бренду, тому коли іноземці споживають національні страви, вони визнають їх такими, що належать країні походження, тим самим зміцнюючи свої асоціації з цією країною [294]. Для того, щоб країна проявила себе, їй потрібна національна кухня, за допомогою якої можна утвердитися. Тому країни з відносно невідомими

кухнями активно працюють над створенням бренду, рекламуючи свою їжу у світі. Інгредієнти, технології приготування їжі та кулінарні філософії можуть рекламуватися шеф-кухарями і ресторанами і «продаватися» в якості доповнення в межах національних інформаційно-пропагандистських кампаній [294].

Це може бути ідеальним підходом для країн, які ще не створили свій впізнаваний образ у світі. П. Роковер зазначає, що «гастродипломатія допомагає недооціненим національним брендам, таким, як Тайвань, використовувати свої кулінарні навички для привернення міжнародної уваги» [313].

Використання їжі як бренду нації є одним із конкретних інструментів, який уряди можуть використовувати у своїй більш широкій стратегії культурної дипломатії. Попри те, що гастродипломатія є відносно новим явищем, вона здатна «брендувати» державу за допомогою кулінарного підходу, щоб стимулювати стійкий дух націоналізму серед громадян, одночасно посилюючи ідентичність, для отримання економічних вигод. Оскільки їжа може бути використана як знак національної ідентичності, це представництво в основному спрямоване на досягнення економічних цінностей через глобальне визнання.

Найвідомішими світовими гастрономічними брендами є Франція, Італія й Іспанія, в яких історично склалася й закріпилася на світовому рівні репутація гастрономічних центрів Європи.

Другі позиції займають бренди, які вже сформувалися, проте не здобули світової популярності: бренди таких країн, як США, Австралія, Нова Зеландія, Великобританія, Греція, Швейцарія, Бельгія, Австрія, Німеччина, Португалія, Японія, Китай, Індія, Сінгапур, Марокко, Перу, Аргентина і Мексика. Однак за останні десять років виникло безліч інших регіонів, що розвиваються, і які відводять гастрономічному бренду істотну роль: це такі країни, як Таїланд, В'єтнам, Азербайджан, Казахстан, Бразилія, Південна Корея та ін. Нині будь-який поціновував туристичних подорожей

знає не лише про італійську пасту, грецьку мусаку, український борщ, пармську шинку, які викликають не менше зацікавлення й асоціації, ніж муранське скло чи венеціанська мозаїка.

Класичними прикладами такої дипломатії стали державні програми в цій сфері Республіки Кореї, Японії, Тайваню, які вміло просувають свою націю як торговельну марку [8]. Для цього професійно розробляються спеціальні стратегії, створюються відповідні установи та виділяються значні кошти. Завдяки такій політиці громадяни інших держав пізнають вищезгадані країни за допомогою їхніх національних кухонь, а паралельно стимулюється зовнішня торгівля та туризм, покращується інвестиційний кліматощо.

Майже кожна держава прагне справити враження на гостей з інших країн власними кулінарними традиціями. За допомогою гастрономічної дипломатії держави мають змогу репрезентувати й просувати свою культуру як бренд, «торговельну марку». Саме з цією метою розробляються спеціальні стратегії, створюються інституції (установи) і виділяються кошти. Завдяки такій політиці громадяни інших держав дізнаються про національні особливості і традиції харчування народів і країн, паралельно стимулюються торгівля і туризм, інвестування у відповідні проекти тощо [263, с. 60].

Так, державна «Белтелерадіокомпанія» (Білорусь) тривалий час реалізує унікальний телевізійний проект «Кулінарна дипломатія», кожен випуск якого присвячений захоплюючим подорожам до Палестини, Таджикистану, Фінляндії, Еквадору, Кореї та інших екзотичних країн, а також справжнім гастрономічним відкриттям. На телевізійну кухню «Кулінарної дипломатії» запрошуються посли іноземних держав у Республіці Білорусь, їх подружжя, а також представники національних діаспор, які проживають в країні [120].

За допомогою гастрономічної дипломатії здійснює промоцію свого культурного і кулінарного багатства й Грузія, зокрема за допомогою

подання інформації на численних сайтах відповідного змісту, внесенням до плати за проживання в деяких костелах вартості традиційних обідів і вин [247]; Румунія ж під час Днів румунської культури за кордоном завжди влаштовує дегустацію вин і традиційних страв [247].

В Україні теорія і практика кулінарної (і гастрономічної) дипломатії розроблені недостатньо, що можна пояснити, з одного боку, новизною означеного феномена, а з іншого, попри набутий за кордоном позитивний досвід, – недооцінюванням його потенціалу як інструменту міжкультурних відносин, який здатен активно використовувати ресурси національних кухонь. Та все ж можна відзначити окремі заходи з використання кулінарної спадщини як елемента, котрий може посилити українські позиції на регіональній та світовій арені.

Так, у січні 2015 р. Україна стала третьою державою-учасницею (після Вірменії та Ізраїлю) проекту «Кулінарна дипломатія», організованого університетом Кадис Хас (Туреччина), Центром «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності» (Україна) за фінансової підтримки Чорноморського трасту регіонального співробітництва. Проектом анонсовано забезпечення діалогу між недержавними суб'єктами – представниками громадянського суспільства та бізнесу шляхом залучення їх до серії обідів та вечерь для забезпечення різноманітних зв'язків між державами [149, с. 58].

Українські кухарі спільно з командою турецьких колег приготували борщ, вареники, котлети по-київськи, узвар, покликані сприяти неформальному спілкуванню та дискусіям. Показово, що захід пройшов під гаслом «Кулінарна дипломатія – це серія смачних діалогів». Має рацію керівник Центру «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності» М. Саприкіна, стверджуючи: «Ця вечеря стала унікальною можливістю розказати про Україну, нашу культуру та цінності бізнесу у конфліктні часи. Ми намагалися продемонструвати українські цінності через нашу кухню: а це і толерантність, і європейські цінності, і відкритість до партнерства»

[149, с. 58]. Отже, розвиваючи кулінарну дипломатію, можна створювати атмосферу, за якої навіть важливі політичні чи економічні проблеми обговорюються толерантно та із взаєморозумінням. Така публічна дипломатія стає інноваційним інструментом для соціального та культурного обміну [149, с. 58].

Важливими є не лише громадські, а й приватні ініціативи у сфері гастрономічної дипломатії. Так, одним із засобів популяризації української культури через кухню є відкриття національних ресторанів за кордоном. І хоча сьогодні це ініціатива окремих осіб, її значення дуже чітко сформульоване у висловлюванні одного з ініціаторів створення такого закладу в Чикаго (США) – ресторану «Tryzub Ukrainian Kitchen» – М. Левицького: «Я хотів використати свій ресторан як спосіб ознайомити американців з нашою прекрасною країною та її народом; зробити його місцем, де українці зможуть продемонструвати своїм американським друзям наші смачні українські страви і нашу культуру» [119]. Суголосною є думка гендиректора ресторану М. Лугової: «Наш ресторан має велике майбутнє. Я в це щиро вірю. В першу чергу тому, що в нього дійсно вкладена душа, а, по-друге, він заснований на міцному українському корінні. Я відчуваю велике натхнення, коли бачу, як американці, які вперше до нас завітали, повертаються за якийсь час зі своїми друзями чи родичами, щоб ті також спробували українські страви і відкрили для себе трохи більше України» [119].

Істотним напрямом діяльності у сфері культурної, зокрема кулінарної дипломатії, є підготовка відповідних професіоналів, як це, наприклад, відбувається у вищому навчальному закладі Варшави «CollegiumCivitas» (Польща), в якому відкрита спеціальність «культурна дипломатія» у формі післядипломних студій. Завданням майбутніх фахівців визначено можливість формувати образ Польщі як сучасної європейської країни, відкритої для інших культур. Це, по суті, нова сфера дипломатії за назвою «creative diplomasy», яка охоплює культуру в широкому розумінні, тобто

промоцію мистецтва, кіно, спорту, моди і навіть кулінарних традицій та культури вина країни. У коледжі нещодавно відкрито аспірантуру зі знання вина, ЗМІ та ринку культури, розраховану, зокрема, на майбутніх дипломатів; на факультеті коучінгу і психології започатковано курс «коучінг і здорове харчування»; також діють курси, на яких вивчаються відомі німецькі вина [342]. Тобто кулінарна дипломатія набуває дедалі більшої популярності і стає важливим та затребуваним напрямом низки освітніх програм.

Прикладом ефективного застосування кулінарної дипломатії є досвід Королівства Швеції, Данії та Норвегії, які, попри те, що історично постійно боролися за вплив та контроль над Північною Європою, віднайшли спосіб пом'якшення сприйняття власної войовничої історії у новій нордичній кухні, яка передбачає діалог культур і традицій. У 1995 р. шведська провінція Скаане та данський острів Бонхольм започаткували створення Європейської мережі кулінарної спадщини, згідно з якою було вирішено поєднати сільськогосподарське виробництво та рибальство з туризмом, зробивши екологічно чисті місцеві продукти інструментом туристичної галузі [149, с. 58].

За 23 роки своєї діяльності Європейська мережа регіональної кулінарної спадщини об'єднала понад 1490 членів (підприємств та організацій) із 45 регіонів Європи. Особливістю цієї мережі є членство саме регіону, а не країни. Мережа ставить перед собою такі цілі, як: збільшення можливостей окремих підприємств; інтенсивний обмін знаннями між учасниками та підприємствами; рекламування регіональних продуктів харчування та регіонів-учасників [343].

Європейська мережа регіональної кулінарної спадщини бере участь у проектах, що стосуються харчування, освіти, туризму, довкілля та розвитку сільських районів. Одним з них є проект «MEDFEST: Як створити стабільні туристичні напрямки» (від англ. The Mediterranean – Середземномор'я), розпочатий у 2016 р. і розрахований на три роки. Його мета – вирішити

проблему диверсифікації традиційних туристичних напрямків «сонце і море» з новими та стабільними продуктами, що ґрунтуються на багатих та відомих кулінарних надбаннях Середземномор'я, зокрема захист кулінарної спадщини цього регіону для майбутніх поколінь. Для досягнення поставлених цілей передбачено визначення механізмів покращення стабільних туристичних напрямків, використовуючи кулінарну спадщину як ресурс; створення нових туристичних напрямків на основі кулінарної спадщини; розроблення загальної транснаціональної стратегії управління та планування кулінарного туризму Середземномор'я. Цей підхід є унікальним, оскільки ініціативи «MED» та кулінарна спадщина взагалі не пов'язані, і на сьогоднішній день є лише кілька загальних підходів, розроблених з метою інтеграції кулінарної спадщини Середземномор'я в стійку туристичну пропозицію.

Проект «MEDFEST» передбачає участь громадськості та зацікавлених сторін (виробники, туристичні організації, політики), які беруть на себе відповідальність за перебіг проекту та тривалість його результатів. Це є промовистим прикладом ставлення громадськості до проблеми не тільки збереження національних кулінарних традицій для майбутніх поколінь, а їх популяризації серед представників інших національностей [343].

Першою з українських регіонів до Європейської мережі кулінарної спадщини долучилася Рівненщина, згодом Львівщина [343]. Прикарпаття стане наступним, оскільки в регіоні розвивають «зелений туризм» і традиційна галицька кухня широко представлена оригінальними стравами з екологічно чистих продуктів: тут виготовляється чимало своєї продукції – бринза, будз, гусянка, чир, банош, кулеші, книглі тощо [94]. Кулінарна спадщина є тим елементом, який може посилити українські позиції на туристичних ринках, використовуючись в інформаційно-просвітницькій та інформаційно-пропагандистській цілях з метою підвищення позитивного іміджу нашої держави у світі.

Невипадково цьому питанню присвятив свою книгу Надзвичайний і Повноважний посол України, колишній Постійний представник держави в ЮНЕСКО, колишній посол в Швеції, Данії, Норвегії, Ізраїлі, автор численних публікацій з історії дипломатії О. Сліпченко під назвою «Дипломатична кухня. Художньо-документальне видання» [211], у якій ділиться спогадами про свій дипломатичний досвід, акцентуючи увагу на кулінарних традиціях різних країн. При цьому автор у назві використовує прийом перенесення одного значення слова «кухня» на інше, у самому виданні зосереджуючи увагу саме на такій частині дипломатичних стосунків, як частування представників різних країн під час ведення різноманітних перемовин. Тобто його розуміння «дипломатичної кухні» є буквальним і дещо звуженим. І це не дивно, адже кулінарна дипломатія порівняно недавня форма політичних відносин.

Водночас у межах гастрономічної дипломатії можна створювати атмосферу, за якої навіть важливі політичні чи економічні проблеми обговорюються толерантно та із взаєморозумінням. Крім того, гастрономічна дипломатія є одним із ключових елементів культурної політики держави, скерованої на адаптацію її тактичних і стратегічних напрямів до соціокультурних реалій сучасності, за допомогою яких можна досягнути стабільного розвитку, динамічності і надійності системи управління соціальними процесами. На переконання экс-держсекретаря США Хілларі Клінтон, «... презентація улюблених страв, застільних традицій і цінностей є могутньою зброєю дипломатії, якою часто нехтують...» [263, с. 61].

Отже, врахування в культурній політиці держави необхідності збереження та популяризації національної кухні є надзвичайно важливими завданням, адже країна, яка не поважає свою історію, культуру, традиції, не може розраховувати на визнання іншими країнами, втрачає здатність до консолідації і прямує до забуття. Тому обмін будь-якими ідеями, технологіями, знаннями і вміннями, зокрема у сфері кулінарії, стає

визначальним чинником культурно-цивілізаційного поступу людства на шляху до створення єдиного толерантного культурного простору, синтезованого досвіду різних культур і поколінь. Як відповідь на вимоги часу, починаючи з 2000-х рр., значення кулінарії для розвитку не лише національної, а й міжнародної (глобальної) культури, зокрема в аспекті її трактування як чинника взаєморозуміння та співпраці між народами, невпинно розширюється.

Гастрономічна промоція держави стає важливим напрямом культурної дипломатії та вимагає її врахування як складника культурної політики. В межах культурної політики найбільшу увагу доцільно звертати саме на гастрономічну дипломатію, яка повністю відтворює всі позитивні якості дипломатичних стосунків як м'якої сили не лише тільки для розв'язання конфліктів та пошуку взаєморозуміння між країнами, а й репрезентації їх культурних цінностей на міжнародній арені.

Для популяризації національних кулінарних традицій варто вжити певних заходів, зокрема: а) розробити реєстр етноресторанів, які відповідають міжнародним стандартам обслуговування та пропонують меню зі стравами національної кухні; б) запровадити майстер-класи національних кулінарних традицій для практиків і туристів; в) створити тематичний сайт із відображенням регіоналізації української кухні, особливостей її виникнення та становлення, з наданням фото- та відеорецептів аутентичних українських страв з покроковим описом; г) видати кулінарний путівник українськими регіонами, який би містив не лише рецепти українських страв, а й популяризував гастрономічні подорожі регіонами України, розкриваючи їхні можливості та регіональні особливості [193, с. 13].

У сфері культурної політики держави потрібно зробити такі важливі кроки: готувати фахівців з культурної, зокрема кулінарної, дипломатії для виконання функцій спеціального аташе по культурі у представництвах ЄС, як це відбувається, наприклад, у Польщі; відпрацювати і скоординувати

спільні дії держави і приватних меценатів-сподвижників, особливо на регіональному рівні, як це практикується в Італії, Франції, а на пострадянському просторі – у Грузії; більше уваги приділяти поінформованості: на офіційних сайтах регіонів розміщувати детальну інформацію про цікаві місцеві свята і події, а особливо – про незвичні страви, напої, продукти; відшукувати нові методи фінансування і нових партнерів, у тому числі приватних; поєднувати можливості власних культурних організацій і держав-партнерів, зокрема через інститути культури і дипломатичних працівників за кордоном, поєднувати заходи із представлення культури своєї країни з частуванням стравами і напоями національної кухні.

На жаль, практичні кроки у сфері кулінарної дипломатії в нашій країні ще далекі до реалізації, як і відповідні теоретичні напрацювання, що актуалізує перспективи їх подальшого дослідження.

Висновки до розділу 3

Кулінарне кіно представлене художніми і мультиплікаційними фільмами, в яких їжа є центральним «персонажем» або виконує роль бекграунду. У фільмах порушується питання про актуальні аспекти кулінарної тематики, зокрема ставиться під сумнів доцільність молекулярної кухні, співвідношення ціни і якості тощо.

Засобом популяризації національної кухні є проведення різноманітних телевізійних шоу, головна мета яких – створення блискучого видовища, цікавого телеглядачеві. Емоції, конфлікт і драма – основа кулінарних телешоу. Кулінарні теле-шоу сприяють збереженню ідентичності національної гастрономії.

Гастрономічні тури і гастрономічні фестивалі сьогодні – це популярні культурно-просвітницькі заходи, на яких ознайомлення з новими територіями, країнами відбувається шляхом залучення до місцевої кухні.

Кількість туристів, які прагнуть відчутти різноманітність світу через його унікальні кулінарні традиції, стрімко зростає. Фестивалі їжі збирають тисячі туристів, охочих спробувати гастрономічні витребеньки і пізнати секрети їхнього приготування.

Виникнення гастрономічної дипломатії пов'язане із всесвітньо-історичним контекстом взаємодії цивілізацій та культур. Подібна взаємодія актуалізувала ідею діалогового мислення і культурного синтезу, згідно з якою національна кухня стала одним із чинників взаєморозуміння та співпраці між народами. Сьогодні гастродипломатія – це мирне знаряддя м'якого впливу в дипломатії, зброя сучасної зовнішньої політики, дипломатії та економіки, а також інноваційний інструмент соціального та культурного обміну.

У сфері культурної політики державі потрібно зробити такі важливі кроки: готувати фахівців із культурної, зокрема кулінарної, дипломатії для виконання функцій спеціального аташе з культури у представництвах ЄС; відпрацювати і скоординувати спільні дії держави та приватних меценатів-сподвижників у цій сфері, особливо на регіональному рівні; більше уваги приділяти поінформованості: на офіційних сайтах регіонів розміщувати детальну інформацію про цікаві місцеві свята і події, а особливо – про незвичні страви, напої, продукти; відшукувати нові методи фінансування і нових партнерів, у тому числі приватних; поєднувати можливості власних культурних організацій і держав-партнерів, зокрема через інститути культури і дипломатичних працівників закордоном, поєднувати заходи із представлення культури своєї країни із частуванням стравами та напоями національної кухні.

ВИСНОВКИ

У **Висновках** узагальнено результати дослідження, які свідчать про комплексний характер з'ясування трансформацій національної кухні в умовах соціокультурних змін.

1. Обґрунтовано авторське розуміння національної кухні як сукупності страв, а також відповідного стилю їх приготування, характерним для якого є використання специфічних для певної країни продуктів та технологій їх перероблення. У широкому розумінні національна кухня оформлює харчові практики у схвалені культурою форми і коди, репрезентуючи відповідні національно-культурні традиції, тому її дослідження потрібно доповнити такими об'єктами, як їжа і спосіб харчування, котрі разом утворюють складнопідпорядковану ієрархічну соціально-культурну систему – гастрономічну культуру народу.

Гастрономічна культура – це сукупність цінностей і норм, які регулюють харчові практики спільності людей, маркер стійких культурних значень їжі, що поділяються носіями певного соціуму, а також транслиуються за його межі. Формами репрезентації гастрономічної культури є кулінарна культура (технологія приготування страв), культура прийняття їжі (межі соціально значущого і схваленого у сфері прийняття їжі), гастрономічна рефлексія як уявлення про їжу і кухню та її роль у житті людини й суспільства (трактати про їжу, літературні твори, присвячені харчуванню, а також куховарські книги та паремійна література) (М. Капкан). Гастрономічну рефлексію варто доповнити такими формами, як: кулінарне кіно і кулінарні телешоу, наукові розвідки у сфері гастрономії, гастрономічні фестивалі й тури, гастрономічна дипломатія.

2. Національна кухня на рівні харчових практик тісно пов'язана із соціокультурним контекстом. Вона відображає вкоренене й ціннісно закріплене співжиття членів спільноти та забезпечує в суспільстві: соціальну регуляцію (детермінація поведінки та інтерпретація фактів крізь призму їжі та харчування); інтеграцію на рівні культури повсякденності (об'єднання на основі національних кулінарних традицій); інкультурацію (оволодіння кулінарним досвідом нації); ідентифікацію (ототожнення з конкретно національною кулінарною традицією); трансляцію соціокультурного досвіду (передання харчових кодів); міжкультурну комунікацію (як засіб спілкування між представниками різних культур); виконує символічно-репрезентативну (за допомогою страв-символів презентує кулінарну культуру і значення страви чи продукту) та статусну функції (на основі харчових уподобань індивіда визначається його становище в соціальній ієрархії) тощо. Фактично національна кухня на рівні людини демонструє специфіку культурного розвитку нації.

3. Культурно-цивілізаційними чинниками формування національної кухні є: природно-географічні умови, становлення національних держав, пов'язане з інтеграційною визначеністю зовнішніх кордонів культури та диференціацією відмінностей у харчових практиках на рівні етносів; виокремлення й наповнення змістом понять «нація», «національне»; розвиток шляхів сполучення та активізація міграційних потоків, що поряд з дедалі зростаючою мобільністю населення призвело до появи нових інгредієнтів у кухнях різних народів; розвиток промисловості й сільського господарства (зміни на рівні вирощування і кулінарної переробки продуктів харчування); секуляризація суспільства, яка призвела не лише до послаблення домінування релігійних норм, а й до необхідності формування світської культури і відповідних традицій, зокрема на рівні повсякденності. Згодом до цих чинників додалися й інші,

які мали істотні соціокультурні наслідки: індустріалізація промисловості, розвиток науки і транспорту, технологічні інновації тощо.

4. Визначальними чинниками прискореної трансформації національної кухні стали процеси культурної уніфікації та інтеграції, індустріалізація, американізація та вестернізація сфери харчування, що зумовило появу «космополітичної» та «гібридної» їжі. Нові форми їжі позбавлені конкретного культурного сенсу, вони виникли поза певними національними цінностями й нормами, кулінарними традиціями. Втрата гастрономічної автентичності може стати одним із шляхів втрати національної ідентичності, позаяк так звана їжа «промислового» типу стає потужною зброєю глобалізації, найбільше загрожуючи кухням традиційних культур. Водночас завдяки такій їжі людина має змогу пізнати культури інших країн.

Професіоналізація кухні, що проявилася у виробленні нових стандартів приготування і подавання страв, а також прагненні до експериментів, розроблення нових технологій і концепцій, ознаменувала собою якісно новий етап становлення кухні як характерного стилю приготування страв та високої кухні – втілення кулінарної майстерності на рівні стандартів кулінарної естетики. На прикладах становлення і поступових культурно-цивілізаційних змін у цій важливій сфері можна відстежити трансформацію соціальної культури, зокрема в контексті поступової трансформації її утилітарних і соціально-регулятивних функцій (і на індивідуально-психологічному, і на колективно-груповому рівні).

5. Національна кухня, кулінарія, кулінарні традиції формуються протягом тривалого культурно-цивілізаційного періоду, а тому досить стійко втримують століттями сформований багатий матеріал, який є підставою для виокремлення аксіологічно-сміслових, міфологічних,

релігійних та експерієнціальних перспектив і преференцій національної культури.

Харчовий код культури може стати одним із базових, а їжа – набувати ціннісно-символічних конотацій, стаючи номінатором традиційних культурних цінностей та навіть джерелом метафоричної інтерпретації різних соціокультурних явищ. Інформативні коди їжі виникають у процесі комунікації, вони тісно пов'язані із соціальним, культурно-історичним і навіть міфологічним контекстом. Харчовий код репрезентується на речовому, або предметному, і вербальному, або мовному, рівнях, що тісно взаємопов'язані між собою. На речовому рівні харчовий код представлений традиційними продуктами харчування і стравами національної кухні, які набувають ознак маркерів національної ідентичності, засобами асоціативних характеристик певного народу; на вербальному – кулінаронімами. Так, «сало», «борщ», «вареники» формують пареміологічний фонд української культури, вони фактично стали прикметними ознаками сучасного українського кулінарного дискурсу.

Кулінарні символи виникають у певному історико-культурному контексті соціокультурної реальності, а тому як маркери соціокультурних процесів є головним засобом «утримання» і трансляції культурних змістів конкретної епохи. Особливу роль кулінарні символи відіграють у міжпоколіннєвій трансляції цінностей культури. Розуміння кулінарних символів сприяє уведенню людини до культурного простору, налагодженню діалогу між поколіннями та народами.

6. Кулінарне кіно та кулінарні телешоу як форма гастрономічної рефлексії не лише формують гастрономічну культуру, стаючи своєрідним індикатором її рівня, а й пристосовуються до запитів суспільства, експлікують норми і стереотипи сучасної культури, водночас даючи змогу відійти від уніфікованих стандартів глобалізації. Формами

гастрономічної рефлексії також є гастрономічні тури і гастрономічний фестивальний рух – ефективні засоби розширення взаємодії між представниками різних культур на основі харчових практик та практичний шлях вироблення принципів співпраці на міжнародному рівні. Гастрономічні тури і фестивалі набувають дедалі більшого значення в контексті промоції держави як культурно-просвітницькі інтеракції та нові форми пізнання і презентації національних традицій, зокрема кулінарних, відіграючи важливу роль у формуванні бренду країни. З їх допомогою гастрономічна дипломатія як різновид публічної дипломатії реалізує комплекс заходів з підтримки зовнішніх зв'язків країни, просування її інтересів, формування уявлення про культуру за допомогою національної гастрономічної культури, до якої входять такі явища, як кухня, їжа, традиції споживання.

Відтак гастрономічна промоція держави стає важливим напрямом культурної дипломатії, що потребує її врахування у культурній політиці.

7. Для ефективної репрезентації культури країни за допомогою національної кухні держава повинна насамперед усвідомити її цінність і корисність та зробити такі практичні кроки: 1) готувати фахівців з культурної, зокрема кулінарної, дипломатії для виконання функцій спеціального аташе з культури у представництвах ЄС; 2) відпрацювати і скоординувати спільні дії держави та приватних меценатів-сподвижників, особливо на регіональному рівні; 3) більше уваги приділяти поінформованості: на офіційних сайтах регіонів розміщувати детальну інформацію про цікаві місцеві свята і події, а особливо – про традиційні страви, напої, продукти; 4) формувати громадську думку про гастрономічні тури і фестивалі як дієву форму не лише збереження національних кулінарних традицій, а й залучення країни, регіону в світові глобалізаційні процеси; 5) відшукувати нові методи фінансування і нових партнерів, у т. ч. приватних, для забезпечення репрезентації традицій

національної кухні; 6) враховувати можливості власних культурних організацій, а також держав-партнерів, зокрема через інститути культури і дипломатичних працівників за кордоном; 7) поєднувати заходи із презентації культури країни із частуванням стравами і напоями національної кухні.

Дисертація не вичерпує всіх аспектів вивчення національної кухні та її трансформацій. Концептуалізація культурологічних знань у цьому напрямі потребує детального аналізу соціокультурних чинників формування національної кухні, зокрема української.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Александрова-Игнатъева П. П. Практические основы кулинарного искусства. Москва : Эксмо, 2014. 528 с.
2. Ален В. Так їв Заратустра // Їжа і філософія: їжте, пийте і будьте щасливі / [упоряд. Ф. Олгоф]. Київ : Темпора, 2011. С. 305–309.
3. Антюхина А. В. Еда как форма культурной идентификации // Концепт. 2015. Т. 8. С. 246–250.
4. Арсеенко А. Г. Глобализация как она есть на пороге XXI века // Социология : теория, методы, маркетинг. 2010. № 4. С. 114–137.
5. Артюх Л. З історії народної кухні. Великий піст. Молочні страви // Неопалима купина. 1995. № 1–2. С. 3–5.
6. Артюх Л. З історії народної кухні. Картопля. Борщ // Неопалима купина. 1995. № 5–6. С. 18–21.
7. Артюх Л. З історії народної кухні. Мандрили. Шулики. Сластиони. Пундики // Неопалима купина. 1993. № 2. С. 23–27.
8. Артюх Л. Українська народна кулінарія. Київ : Наук. думка, 1977. 160 с.
9. Ахиезер А.С. Философские основы социокультурной теории и методологии // Вопросы философии. 2000. №9. С. 29–45.
10. Бабичев В. В. Как домашняя хозяйка может оздоровить питание своей семьи. Москва : Мосполиграф, 1927. 80 с.
11. Бакіна М. Кулінарна література в процесах формування смаків. URL: irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?...2...9... (дата звернення: 02.11.2016).
12. Барт Р. К психосоциологии современного питания / пер. с фр. С. Зенкина // Барт Р. Система Моды. Статьи по семиотике культуры. Москва : Изд-во им. Сабашниковых, 2003. С. 366–378.

13. Батирева І. Етнографічні дослідження на східному Поділлі в другій половині XIX – на початку XX ст. URL: irbis-nbuv.gov.ua/.../cgiirbis_64.exe?... (дата звернення: 12.02.2016).

14. Бердяев Н. А. О рабстве и свободе человека. Опыт персоналистической метафизики / сост. и послесл. П. В. Алексеева. Москва : Республика, 1995. 375с.

15. Биография основателя KFC. URL: <http://bogoblog.ru/hristianskie-biografii-osnovatel-seti-kfc> (дата обращения: 20.08.2016).

16. Биография, история жизни Рэя Крока. URL: http://www.mega-stars.ru/business/rae_kroc.php (дата обращения: 20.08.2016).

17. Бистрономия – высокая кухня в формате кафе. URL: <https://krasnapolyana.reservin.ru/ru/articles/bistronomiya-vysokaya-kuhnya-v-formate-kafe-kr> (дата обращения: 16.08.2016).

18. Бовгиря А. Шерер Жан-Бенуа // Энциклопедия истории Украины : в 10 т. / редкол. : В. А. Смолий (председатель) и др. ; Институт истории Украины НАН Украины. Київ : Наук. мысль, 2013. Т. 10 : Т–Я. 784 с.

19. Большаков В. П. Культурные практики в процессах становления культуры. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kulturnye-praktiki-v-protsessah-stanovleniya-kultury> (дата обращения: 16.01.2017).

20. Боноски Ф. Две культуры : Культура США : пер. с англ. Москва : Прогресс, 1978. 434 с.

21. Боплан Г. Л. де. Опис України / пер. з фр., приміт. та передм. Я. І. Кравця. Львів : Каменяр, 1990. 301 с.

22. Борисенко М. Побут міських мешканців України в 30-х роках XX ст. // Етнічна історія народів Європи. 2008. Вип. 24. С. 12–18.

23. Брийя-Саварен Ж. А. Физиология вкуса, или трансцендентальная гастрономия. URL: <http://gallica.bnf.fr/ark:/12148/btv1b8626674b/f9.image>
Режим доступа : <http://bibliotekar.ru/rusKultZastoliya/46.htm> (дата обращения: 10.02.2016).

24. Бродель Ф. Материальная цивилизация, экономика и капитализм, XV–XVIII вв. Т. 1 : Структуры повседневности: возможное и невозможное / пер. с фр. Л. Е. Куббеля. Москва : Прогресс, 1986. 624 с.
25. Бурдьё П. Практический смысл / пер. с фр. А. Т. Бикбова, К. Д. Вознесенской, С. Н. Зенкина, Н. А. Шматко. Москва : Ин-т эксперимент. социологии; Санкт-Петербург : Алетейя, 2001. 563 с.
26. Бурдьё П. Различение: социальная критика суждения / пер. с фр. О. И. Кирчик ; науч. ред. Н. А. Шматко, В. В. Радаев // Экономическая социология. 2005. Т. 6. № 3. С. 25–48.
27. Буркова П. П. Реализация текста кулинарного рецепта в масс-медийном дискурсе. URL: https://superinf.ru/view_helpstud.php?id=4469 (дата обращения: 16.04.2016).
28. Бурлачук В. Ф. Трапеза як предмет соціологічного дослідження // Соціологія : теорія, методи, маркетинг. 2010. № 4. С. 179–186.
29. Бьянкини А. Французская гастрономическая культура вошла в список всемирного наследия ЮНЕСКО. URL: <http://www.ambafrance-by.org/spip.php?article2223> (дата обращения: 16.02.2017).
30. Вебер М. Критические исследования в области логики наук о культуре. // Вебер М. Избранные произведения. Москва, 1990. С. 416–494.
31. Вебер М. О некоторых категориях понимающей социологии // Вебер М. Избранные произведения. Москва, 1990. С. 495–546.
32. Веблен Т. Теория праздного класса : пер. с англ. Москва : Прогресс, 1984. 367 с.
33. Вербенець О., Манько В. Обряди і страви Святого Вечора. – [2-е вид., випр. і доп.]. Львів : Свічадо, 2013. 200 с.
34. Веселов Ю. В., Цзинь Цзюнкай Процессы глобализации питания: взаимное влияние культур Запада и Востока // Здоровье и образование в XXI веке. 2016. Вып.18. № 9. С. 135–141.

35. Веселов Ю. В. Современная социальная система питания // Журн. социологии и социальной антропологии. 2015. Том XVIII. № 1 (78). С. 68–82.
36. Виннер А. Китайские пельмени. URL: <http://www.pelemeni.ru/chinese.html> (дата обращения: 16.09.2016).
37. Винничук Ю. П. Таємниці львівської кави. [4-е вид.] Львів : ЛА «ПРАМІДА», 2008. 220 с.
38. Витаньи И. Общество, культура и социология. Москва : Прогресс, 1984. 288 с.
39. Вишневська Г. Г. Потенціал кулінарних турів у контексті спеціалізованого туризму // Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури. 2013. Вип. 31. С. 112–118.
40. Вишневська Г. Г., Цегельник А. О. Гастрономічні свята та фестивалі як туристична атракція // Географія та туризм : наук. зб. / відп. ред. Я. Б. Олійник. Київ : Альтерпрес, 2012. Вип. 18. С. 55–62.
41. Відомі пивні фестивалі Німеччини, Чехії. URL: http://drink.co.ua/news/vidomi_pivni_festivali_nimechchini_chekhiji/2016-06-15-678 (дата звернення: 16.12.2016).
42. Віміна А. Реляція походження та звичаї козаків // Київ. старовина. 1999. № 5. С. 64–69.
43. Вовк Хв. Студії з української етнографії та антропології. Прага : Український громадський видавничий фонд, [1928]. 354 с.
44. Войтович В. М. Українська міфологія. Вид. 2-е, стереотип. Київ : Либідь, 2005. 664 с.
45. Волков Ю. Г., Мостовая И. В. Социология : учеб. для вузов / под ред. В. И. Добренкова. Москва : Гардарики, 1998. 428 с.
46. Волкова А. В. Науково-етнографічне дослідження особливостей технології страв української національної кухні // Траектория науки : электр. науч. журн. 2015. С. 4.1.

47. Воробьева Т. Ю. Ритуал и трапеза в египетском искусстве // Дом Бурганова. Пространство культуры. 2009. №1. С. 71–86.

48. Вульф Э. Что такое гастрономический туризм. URL: <http://www.worldoftravel.org/what-is-food-tourism> (дата обращения: 15.01.2017).

49. Галецкий В. Ф. Демографические проблемы глобализации // Народонаселение. 2000. № 3. С. 76–87.

50. Гастрономическая диетическая кухня от великого шеф-повара Мишеля Герара. URL: <http://www.lholiday.ru/club-gourmet/france-dieta-gourmet.shtml> (дата обращения: 25.02.2016).

51. Гастрономия // Энциклопедия Брокгауза и Эфрона. URL: <http://www.endic.ru/brokgause/Gastronomija-89691.html> (дата обращения: 20.02.2016).

52. Гастрономія // Словопедія. Словник іншомовних слів Мельничука. URL: <http://slovopectia.org.ua/42/53395/279711.html> (дата звернення: 20.02.2016).

53. Гачев Г. Д. Ментальности народов мира. Москва : Эксмо, 2008. 544 с.

54. Гейне Г. Флорентийские ночи. URL: <https://www.classic-book.ru/lib/sb/book/340/page/17> (дата обращения: 16.09.2016).

55. Генделев М. Книга о вкусной и нездоровой пище, или еда русских в Израиле: Ученые записки «Общества чистых тарелок» / [предисл. А. Макаревича] ; оформл. В. Калныньша. Москва : Время, 2006. 461 с.

56. Генисаретский О. И. Опыт методологического конструирования общественных систем // Моделирование социальных процессов / ред. : Э. П. Андреев, Ю. Н. Гаврилец. Москва : Наука, 1970. С. 48–63.

57. Гнатюк В. Народна пожива і спосіб її приправи у східній Галичині // Матеріали до українсько-руської етнології : [в 22 т.] / НТШ у Львові, Етногр. коміс. ; за ред. Хв. Вовка. Львів : З друк. НТШ, Т. 1. 1899. С. 96–110.

58. Головницкая Н. П. Лингвокультурные концепты «пища» и «das Essen» в сопоставительном освещении (семантика русских и немецких глоттонических номинаций) // Известия Волгоград. гос. пед. ун-та. 2007. № 2 (20). С. 14–18.

59. Голубович І. Народна пожива у Снятинському повіті (с. Карлів, Покуття) // Матеріали до українсько-руської етнології : [в 22 т.] / НТШ у Львові, Етногр. коміс. ; за ред. Хв. Вовка. Львів : З друк. НТШ, Т. XVIII, 1918. С. 48–70.

60. Гофф ле Ж., Трюон Н. История тела в средние века / пер. с фр. Е. Лебедевой. Москва : Текст, 2008. 189 с.

61. Григорьев С. И., Гусякова Л. Г. Культуроцентричность университетского образования (стратегические направления модернизации социального образования в системе «школа-вуз» современной России) : монография. Барнаул, 2004. 146 с.

62. Григорьев С. И., Растов Ю. Е. Основы современной социологии : учеб. пособие. Барнаул : Изд-во Алтайс. гос. ун-та, 2001. 252 с.

63. Грубич К. В. Комунікаційні технології телепрезентації української кухні : автореф. дис. на здоб. наук. ступеня канд. наук із соціальних комунікацій : 27.00.06 / КНУКіМ. Київ, 2017. 17 с.

64. Грузева Т. С. Харчування різних груп населення України в сучасних умовах стратифікації суспільства. URL: http://www.medved.kiev.ua/art_nutr.art_2004/n04_4_6.html (дата звернення: 10.06.2016).

65. Гуморальная теория (humoral theory). URL: http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_psychology/196/%D0%93%D1%83%D0%BC%D0%BE%D1%80%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B0%D1%8F (дата обращения: 10.06.2016).

66. Давыдова Е. Гастрономическая деградация. URL: http://politikhall.Com/index.php?page=filing&a_id=378 (дата обращения: 15.04.2016).

67. Даньковська Р. Етнографічне дослідження українських обрядових печив // Науковий збірник науково-дослідної кафедри історії української культури. Харків, 1926. Ч. 1. С. 14–25.

68. Дедова М. А., Тихонова Д. А. Гастрономические фестивали: виды, отличительные особенности и значение для брендинга туристской дестинации // Гастрономические бренды дестинаций: подходы и применение / под науч. ред. : В. Э. Гордин, Ю. Г. Трабская. Санкт-Петербург : Левша-Санкт-Петербург, 2014. С. 120–142.

69. Дикарев М. Малорусское слово «паляница» и греческое // Киевская старина. 1899. Кн. 10. С. 31–49.

70. Дмитренко А. Символіка меду в родинній обрядовості українців // Етнічна історія народів Європи. 2001. Вип. 8. С. 26–30.

71. Дмитрук І. Ф. Гуцульщина в етнографічних дослідженнях кінця ХІХ початку ХХІ ст. : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. істор. наук : 07.00.05. Івано-Франківськ, 2009. 24 с.

72. Добровольская М. В. Человек и его пища. Пищевые специализации и проблемы антропосоциогенеза. Москва : Науч. мир, 2005. 345 с.

73. Добровольская М. В. Эволюция питания рода Ното // Вестн. Московского университета. Серия XXIII : Антропология. 2009. № 4. С. 56–64.

74. Доманська О. А. До питання про методологію дослідження соціокультурних процесів на прикладі аналізу деяких аспектів поняття «національний культурний простір» // Мистецтвознавство України : наук. зб. Київ : Фенікс, 2015. Вип. 15. С. 25–32.

75. Доманська О. А. Культура і цінність у контексті аналізу поняття «національний культурний простір» / Вісн. Прикарпат. ун-ту. Мистецтвознавство. Івано-Франківськ, 2014. Вип. 28–29. Ч. 2. С. 162–167.

76. Доманська О. А. Міжнародне культурне співробітництво України з діаспорою // Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури. Київ, 2014. Вип. 33. С. 102–110.

77. Доманська О. А. Україна і міжнародне культурне співробітництво // Вісн. Нац. академії керівних кадрів культури і мистецтв. 2014. № 3. С. 28–33.
78. Доманська О. А. Формування національного культурного простору як духовний фундамент української державності // Вісн. Нац. академії керівних кадрів культури і мистецтв. 2016. № 1. С. 13–17.
79. Доцяк В.С. Українська кухня: Технологія приготування страв : підруч. для учнів проф.-техн. училищ з інтегрованим навчанням. Київ : Вища шк., 1995. 550 с.
80. Драчева Е. Л., Христов Т. Т. Гастрономический туризм: современные тенденции и перспективы // Российские регионы: взгляд в будущее. 2015. № 3. С. 36–50.
81. Дуглас М. Чистота и опасность: Анализ представлений об осквернении и табу / пер. Р. Громовой. Москва : КАНОН-пресс-Ц, Кучково поле, 2000. 288 с.
82. Енциклопедія української кухні / [за ред. Л. М. Безусенко]. Донецьк, 2005. 456 с.
83. Ермакова Л. Р. Глуттонические прагматонимы и национальный характер: дис. на соиск. науч. степени канд. филол. наук : 10.02.19. Белгород, 2011. 236 с.
84. Етимологічний словник української мови : В 7 т. / АН УРСР. Ін-т мовознавства ім. О. О. Потебні ; редкол. О. С. Мельничук (гол. ред.) та ін. Київ : Наук. думка, 1989. Т. 3 : Кора–М / уклад. : Р. В. Болдирев та ін. 552 с.
85. Ефимов А., Зорин И. Великий шелковый путь и его роль в развитии кулинарии // Питание и общество. 2013. № 1. С. 12–13.
86. Жовнірова М. В., Дьяченко Р. В. Їжа і харчування як елемент традиційно-побутової культури українців // Матеріали Всеукр. наук.-теорет. конф. «Українська культура ХХІ ст.: стан, проблеми, тенденції», 22 грудня 2010. Київ : Вид. центр КНУКіМ, 2010. С. 36–38.

87. Загидуллина М. В. Рацион : в 3 т. Челябинск: Энциклопедия, 2008. Т. I : Национальная идея. 191 с. ; Т. II : Пища телесная как духовная. 192 с. ; Т. III : Служение. 192 с.

88. Заклинський Б. Народна пожива в Косівському повіті // Матеріали до українсько-руської етнології : [в 22 т.] / НТШ у Львові, Етногр. коміс. ; за ред. Хв. Вовка. Львів : З друк. НТШ, т. ХУІІІ, 1918. С. 41–48.

89. Звезды мишлен. URL: <http://michelinfood.ru/zvezdyi-mishlen.html> (дата обращения: 21.08.2016).

90. Зеленецкий М. Н., Соколов Э. В. Культурная среда // Сборник научных трудов / Ленингр. гос. ин-т культуры им. Н. К. Крупской. Ленинград : [б. и.], 1980. Т. 48 : Социально-культурные предпосылки формирования личности. С. 9–11.

91. Зіммель Г. Соціологія трапези // Соціологія: теорія, методи, маркетинг: наук.-теорет. часопис. 2010. № 4. С. 187–192.

92. Иванченко В. Кухонный переворот : женщины в высокой гастрономии. URL: www.vladblog.info/post_1350897045.html (дата обращения: 21.08.2016).

93. История Danone. URL: <http://www.danone.ru/o-kompanii/istorija-danone.html> (дата обращения: 21.08.2016).

94. Івано-Франківщина приєднається до Європейської мережі кулінарної спадщини. URL: https://zik.ua/news/2010/05/18/ivanofrankivshchyna_pryiednaietsya_do_yevropeyskoi_merezhi_kulinarnoi_228985 (дата звернення: 16.01.2017).

95. Ігерс Д., Парасеколі Ф. Кому потрібний критик? Норма смаку і вплив торгових марок // Їжа і філософія : їжте, пийте і будьте щасливі / [упоряд. Ф. Олгоф]. Київ : Темпора, 2011. С. 101–114.

96. Історія походження пасти. URL: <http://pastapaolo.com.ua/istoriya-pastyi/> (дата звернення: 11.09.2016).

97. Календарь событий. Гастрономические праздники. URL: <http://www.calend.ru/holidays/eat/> (дата обращения: 10.02.2017).

98. Капатти А., Монтанари М. Итальянская кухня. История одной культуры / [пер. с итал. В. Бабицкой, А. Красильщик, К. Тименчик]. Москва : Новое лит. обозрение, 2006. 480 с.

99. Капкан М. В. Феномен гастрономической культуры: специфика форм репрезентации (на примере России XIX–XX веков) : дис. на соиск. науч. степени канд. культурологии : 24.00.01. Екатеринбург, 2010. 173 с.

100. Капкан М. В. Феномен гастрономической культуры: специфика форм репрезентации (на примере России XIX–XX веков) : автореф. дис. на соиск. науч. степени канд. культурологии : 24.00.01. Екатеринбург, 2010. 25 с.

101. Карсекина В. В., Скрипка Л. М. Страви української кухні : навч. посібник для учнів проф.-техн. училищ. Київ : Вища шк., 1993. 238 с.

102. Кассирер Э. Философия символических форм : в 2-х т. Москва ; Санкт-Петербург : Универс. книга, 2002. Т. 1 : Язык. 272 с.

103. Квадратные бургеры, или История успеха Wendy's. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/1673318> (дата обращения: 15.04.2016).

104. Кириленко С. А. Культурная унификация в сфере питания как отражение функционализации телесного опыта // *Studia culturae* : альманах. 2002. Вып. 3. С. 111–125.

105. Кириленко С. А. Наслаждение вкусом // *Studia culturae*. 2001. Вып. 1. С. 93–106.

106. Кириленко С. Особенности символизации пищи в современном обществе. URL: http://redyar.samara.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=422&Itemid=382 (дата обращения: 10.10.2016).

107. Кичко А. Император поваров Жорж Огюст Эскофье. URL: http://oede.by/publication/basni_o_ede/imperator_povarov__zhorzh_ogyust_jesk_ofe/ (дата обращения: 01.09.2016).

108. Клиновецька З. Українська кухня. Перелік страв та напоїв. Стародавні рецепти української кухні. Страви й напитки на Україні. Київ-Львів, 1913. 159 с.

109. Козлов А. И. Пища людей. Фрязино : Век-2, 2005. 272 с.
110. Комарніцький І. О. Кулінарний туризм в Україні: стан і перспективи регіонального розвитку в контексті Євро-2012 // Географія та туризм. 2011. Вип. 14. С. 100–115.
111. Кон И. С. Психология предрассудка. О социально-психологических корнях этнических предубеждений // Кон И. С. Социологическая психология. Москва : Моск. психолого-социальный инт-т; Воронеж : Изд-во НПО «МОДЭК», 1999. С. 270–303.
112. Коненко П. Народна пожива у Скалатському повіті // Матеріали до українсько-руської етнології : [в 22 т.] / НТШ у Львові, Етногр. коміс. ; за ред. Хв. Вовка. Львів : З друк. НТШ, т. XVIII, 1918. С. 70–85.
113. Контроль подлинности происхождения (Франция). URL: [https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%BE%D0%BD%D1%82%D1%80%D0%BE%D0%BB%D1%8C_%D0%BF%D0%BE%D0%B4%D0%BB%D0%B8%D0%BD%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B8_%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B8%D1%81%D1%85%D0%BE%D0%B6%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D1%8F_\(%D0%A4%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%86%D0%B8%D1%8F\)](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%BE%D0%BD%D1%82%D1%80%D0%BE%D0%BB%D1%8C_%D0%BF%D0%BE%D0%B4%D0%BB%D0%B8%D0%BD%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B8_%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B8%D1%81%D1%85%D0%BE%D0%B6%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D1%8F_(%D0%A4%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%86%D0%B8%D1%8F)) (дата обращения: 16.12.2016).
114. Коротич В. А. Жили-были-ели-пили / худож. оформл. : Б. Ф. Бублик, В. А. Мурлыкин. Харьков : Фолио, 2005. 317 с.
115. Кравець О. М. Сімейний побут і звичаї українського народу : іст.-етногр. нарис. Київ : Наук. думка, 1966. 136 с.
116. Кравченко С. А. Социальная и культурная динамика еды: приобретения и уязвимости // Социологические исследования. 2015. № 1. С. 85–94.
117. Кребер А. Л., Клакхон К. Культура. Критический анализ понятий и определений // Культурология. 2000. № 1. С. 105–183.
118. Кувеньова О. Ф. Громадський побут українського селянства. Київ : Наук. думка, 1966. 135 с.

119. Кулинарная дипломатия – ресторан «Tryzub Ukrainian Kitchen». URL: <http://ukraine-goodnews.com/kulinarna-diplomatiya-restoran-tryzub-ukrainian-kitchen.html> (дата обращения: 01.03.2017).
120. Кулинарная дипломатия. URL: <https://www.tvr.by/televidenie/belarus-1/proekti-belarus-1/kulinarnaya-diplomatiya-novyj-sezon> (дата обращения: 01.03.2017).
121. Кулинарный арт. Блюда, вдохновленные живописью. URL: www.art-eda.info/kulinarnyj-art-blyuda-vдохновlennye-zhivopisyu.html (дата обращения: 12.09.2016).
122. Кулінарні традиції України в гастрономічному туризмі. URL: http://www.library.onaft.edu.ua/kylinarnue_tradicui/ (дата звернення: 12.09.2016).
123. Курица по-французски. Три рецепта легендарного повара Поля Бокюза. URL: <http://www.vokrugsveta.ru/article/223601/> (дата обращения: 15.09.2015).
124. Кушкова А. В центре стола: зенит и закат салата «оливье» // Новое лит. обозрение. 2005. № 76. С. 291.
125. Лакан Ж. Функция и поле речи и языка в психоанализе. Москва : Гносис, 1995. 192 с.
126. Лапин Н. И. Тяжкие годы России (перелом истории, кризис, ценности, перспективы). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tyazhkie-godiny-rossii-perelom-istorii-krizis-tsennosti-perspektivy> (дата обращения: 01.11.2016).
127. Лассота Э. Путевые записки Эриха Лассоты, отправленного римским императором Рудольфом II к запорожцам в 1594 г. / пер. и примеч. Ф. Бруна. Санкт-Петербург, 1873. 96 с.
128. Леви-Строс К. Мифологии: в 4-х т. Т. 1 : Сырое и приготовленное / пер. с фр. А. З. Акопяна и З. А. Сокулер. Москва : FreeFly, 2006. 399 с.

129. Леви-Строс К. Мифологика : в 4-х т. Т. 3 : Происхождение застольных обычаев : пер. с фр. Москва : ИД «Флюид», 2007. 398 с.

130. Леви-Строс К. Структурная антропология. Москва : Изд-во «Эксмо-Пресс», 2001. 512 с.

131. Левченко М. Несколько данных о жилище и пище южноруссов // Записки Юго-западного Отдела Императорского русского географического общества. Киев, 1875–1876. Т. II. С. 135–151.

132. Либкин С. 30 легендарных блюд высокой кухни. URL: <http://savva-libkin.com/2017-09-04/30-legendary-gourmet-dishes> (дата обращения: 10.09.2016).

133. Либкин С. Краткая история высокой кухни. URL: <http://savva-libkin.com/2016-12-27/a-brief-history-of-haute-cuisine> (дата обращения: 11.09.2016).

134. Литвин-Кондратюк С. Д. Харчова активність особистості: традиційні й інноваційні стратегії // Філософія, соціологія, психологія : [зб. наук. пр.]. Івано-Франківськ : Вид-во «Плай» Прикарпат. ун-ту, 2000. Вип. 5. Ч.1. С. 160–165.

135. Лич Э. Культура и коммуникация: Логика взаимосвязи символов. К использованию структурного анализа в социальной антропологии / пер. с англ. И. Ж. Кожановской. Москва : Восточная литер., 2001. 143 с.

136. Лінтон Ш. Довершений голод: міркування про харчові розлади по той бік краси // Їжа і філософія: їжте, пийте і будьте щасливі / [упоряд. Ф. Олгоф]. Київ : Темпора, 2011. С. 71–87.

137. Ліпець Ю. В. Розвиток і традиції харчування в українській культурі // Матеріали Всеукр. наук.-теорет. конф. «Українська культура ХХІ ст.: стан, проблеми, тенденції», 22 грудня 2010. Київ : Вид. центр КНУКіМ, 2010. С. 51–55.

138. Лосев А. Ф. Проблема символа в реалистичное искусство. 2-е изд., испр. Москва : Искусство, 1995. 320 с.

139. Лотман Ю. М. Память в культурологическом освещении // Лотман Ю.М. Избранные статьи : в 3 т. Т. 1 : Статьи по семиотике и топологии культуры. Таллинн : «Александра», 1992. С. 200–202.

140. Лотман Ю. М. Символ в системе культуры // Учен. зап. Тарт. гос. ун-та. 1987. Вып. 754. С. 10–21. (Тр. по знаковым системам; [Т.] 21: Символ в системе культуры).

141. Лотман Ю. М., Успенский Б. А. О семиотическом механизме культуры // Учен. зап. Тарт. гос. ун-та. 1971. Вып. V. С. 146–166. (Тр. по знаковым системам; [Т.] 21: Символ в системе культуры).

142. Лотман Ю.М. Семиосфера. Культура и взрыв. Внутри мыслящих миров. Статьи. Исследования. Заметки (1968–1992). Санкт-Петербург : Искусство, 2000. 704 с.

143. Луман Н. Введение в системную теорию / под ред. Дирка Веккера ; пер. с нем. К. Тимофеева. Москва : Изд-во «Логос». 2007. 360 с.

144. Макарова М. Кулинарные рецепты семьи Аль-Капоне. Москва : Гелиос, 2007. 304 с.

145. Маланчук В. А. Побут українців у дослідженнях Володимира Гнатюка // Народна творчість та етнографія. 1973. № 2. С. 28–34.

146. Малевич С. Современная кухня. Искусство и наука приготовления. Революция на низком старте. URL: <http://www.kitchenindustries.club/%D1%81%D0%BE%D0%B2%D1%80%D0%B5%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D0%B0%D1%8F-%D0%BA%D1%83%D1%85%D0%BD%D1%8F-%D0%B8%D1%81%D0%BA%D1%83%D1%81%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE-%D0%B8-%D0%BD%D0%B0%D1%83%D0%BA%D0%B0-%D0%BF-3/> (дата обращения: 16.09.2016).

147. Мамардашвили М. К., Пятигорский А. М. Символ и сознание. метафизические рассуждения о сознании, символическом и языке / под общей ред. Ю. П.Сенокосова. Москва : Школа «Языки русской культуры», 1997. 224 с.

148. Маркевич Н. Обычаи, поверья, кухня и напитки малороссиян / извлечено из нынешнего народного быта и составлено Николаем Маркевичем. Издал И. Давиденко. Киев : В Тип. И. и А. Давиденко, 1860. [6], 174 с.
149. Матлай Л. Кулінарна дипломатія як різновид публічної дипломатії: нові підходи та концепції // *Humanitarian vision*. 2015. Vol. 1, Num. 2. С. 55–60.
150. Мезенова Е. В защиту традиционной кухни // *Питание и общество*. 2013. № 2. С. 23–27.
151. Мелех Г. Б. Сучасний стан дослідження фахової мови кулінарії // *Наук. вісн. Чернів. ун-ту. Германська філологія*. 2014. Вип. 692–693. С. 91–94.
152. Милорадович В. Житье-бытье Лубенского крестьянина // *Киевская старина*. 1902. Т. LXXVII. Июнь. С. 392–434.
153. Мифы народов Востока : учеб. пособие / В. Н. Парфенов [и др.]. Саратов : Лицей, 2005. 383 с.
154. Мищенко Д. Ф. Современные тенденции в эволюции пищевых практик народов Западной Африки. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-tendentsii-v-evolyutsii-pischevyh-praktik-narodov-zaradnoy-afriki> (дата обращения: 15.02.2016).
155. Монтанари М. Голод и изобилие. История питания в Европе. Санкт-Петербург : Александрия, 2009. 279 с.
156. Морщакова О. С. Культура соціогуманітарного пізнання ситуації постмодерну // *Психологія і суспільство*. 2010. № 2. С. 133–139.
157. Мусіхіна Л. Магія українців устами очевидця. Київ : ТОВ «Гамазин», 2012. 400 с.
158. Набруско І. Імперативний характер гастрономічних практик в рамках соціального простору сучасної людини // *Вісн. Київс. нац. ун-ту імені Тараса Шевченка. Соціологія*. 2016. Вип. 1. С. 10–14.

159. Набруско І. Ю. Сучасні гастрономічні практики як дзеркало українського суспільства // *Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства* : зб. наук. пр. Харків, 2012. Вип. 18. С. 315–321.

160. Народний топ. Країна, де хотілось би народитися. URL: http://ratinggroup.ua/research/ukraine/narodnyy_top_strana_gde_hotelos_by_roditnya.html (дата звернення: 21.09.2016).

161. Наулко В. І. Культура і побут населення України / В. І. Наулко, Л. Ф. Артюх, В. Ф. Горленко та ін. Київ : Либідь, 1993. 255 с.

162. Необычные кулинарные книги: «Модернистская кухня». URL: <http://www.art-eda.info/neobychnye-kulinarnye-knigi-modernistskaya-kuxnya.html> (дата обращения: 12.09.2016).

163. Ніколенко В. В. «Fastfood» та його зв'язок із деякими аспектами суспільного життя // *Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства* : [зб. наук. праць]. – Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2014. Вип. 20. С. 99–104.

164. Ніколенко В. В. Гастрономічні детермінанти суспільного життя: соціологічний вимір : дис. на здобуття наук. ступеня д-ра соціол. наук : 22.00.01. Харків, 2015. 441 с.

165. Носкова А. В. Питание: методологические подходы к исследованию и повседневные практики // *Вестник МГИМО*. 2014. №. 6 (39). С. 209–218.

166. Октоберфест в Мюнхені. URL: <http://travelyourway.com.ua/ua/meropriyatiya/oktoberfest-v-germanii/> (дата звернення: 01.02.2017).

167. Олянич А. В. Гастрономический дискурс // *Энциклопедия «Дискурсология»*. URL: cyberleninka.ru/article/n/gastronomicheskiy-diskurs.pdf (дата обращения: 30.04.2016).

168. Олянич А. В. Потребности-дискурс-коммуникация : монография. Волгоград : Парадигма, 2004. 507 с.

169. Олянич А. В. Презентационная теория дискурса : монография. Волгоград : Изд-во ВГСХА «Нива», 2006. 220 с.

170. Павел Алеппский (архидиакон). Путешествие антиохийского патриарха Макария в Россию в половине XVII века. Описанное его сыном архидиаконом Павлом Алеппским (По рукописи Московского Главного Архива Министерства Иностранных Дел) / пер. с араб. Г. Муркоса : в 2 вып. Вып. 2. От Днестра до Москвы. Москва : Унив. тип., 1897. 202 с.

171. Пазенок В. С. Соціальна культура і соціальна творчість. Київ : Знання, 1990. 48 с.

172. Панченко В. Г. Українське національне харчування: минуле і майбутнє. Уроки здоров'я : [зб. статей] / Ін-т суспільних досліджень. Дніпропетровськ : Герда, 2009. 234 с.

173. Парсонс Т. Функциональная теория изменений // Американская социологическая мысль: Тексты / под ред. В. И. Добренькова. Москва, 1994. С. 464–480.

174. Пелевин В. О. Generation "П" : роман. Москва : Эксмо, 2004. 352 с.

175. Перси Спенсер. URL: http://www.peoples.ru/technics/designer/percy_spencer/ (дата обращения: 14.09.2016).

176. Пигров К. С. «Быть» значит «есть» // Философские пиры Петербурга: сборник. Санкт-Петербург, 2005. С. 6–14.

177. Плюта О. П. «Гастрономічна культура» і «національна кухня» як поняття гуманітарних досліджень їжі // Молодий вчений. 2017. Вип. 7 (47). С. 159–162.

178. Плюта О. П. Внутрішньокультурні чинники формування національної кухні // III Міжнар. наук.-практ. конф. «Інформація та культура в забезпеченні сталого розвитку людства», 15 листопада 2017 р. / Маріупольс. держ. ун-т. Маріуполь, 2017. С. 73–75.

179. Плюта О. П. До питання вивчення національної кухні як складової соціальної культури // Міжнар. наук.-практ. конф. «Гуманітарні

студії НАКККіМ–2017», 23 листопада 2017р. / НАКККіМ. Київ, 2017. С. 214–216.

180. Плюта О. П. Їжа як культурологічне явище: до постановки проблеми // Шоста Міжнар. наук.-творча конф. «Трансформаційні процеси в мистецькій освіті та культурі України ХХІ ст.», 25–26 квітня 2017 р., м. Київ / НАКККіМ. Київ, 2017. С. 261–263.

181. Плюта О. П. Кулінарна дипломатія як актуальний напрям сучасної культурної політики // Культура і сучасність: Альманах / НАКККіМ. 2017. № 2. С. 154–159.

182. Плюта О. П. Кухня як репрезентант гастрономічної культури сучасного суспільства // Питання культурології. 2017. Вип. 32. С. 128–147.

183. Плюта О. П. Національна кухня як комплекс культурно-побутових традицій українців // Культура і сучасність: альманах / НАКККіМ. 2017. № 2. С. 147–151.

184. Плюта О. П. Соціальна культура у контексті методології дослідження української кухні // Вісник НАКККіМ. 2017. Вип. 2. С. 65–69.

185. Плюта О. П. Українська кухня в сучасному суспільстві // Культура України. 2017. Вип. 2. С. 283–292.

186. Плюта О. П. Українська кухня як складова соціальної культури суспільства // Всеукр. наук.-теорет. конф. «Українське суспільство: основні виміри, 25 травня 2017 р., м. Київ / НАКККіМ. Київ, 2017. С. 93–94.

187. Плюта О. П. Українська кухня як феномен побутової культури: до історіографії питання // Актуальні питання культурології: Альманах наук. т-ва «Афіна» к-ри культурології / Рівн. держ. гуман. ун-т. 2016. Вип. 16. С. 59–64.

188. Плюта О. П. Українська кухня: передумови виникнення і трансформації // Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку. 2017. Вип. 25. С. 77–87.

189. Повість минулих літ. URL: <http://izbornyk.org.ua/litop/lit01.htm> (дата звернення: 20.01.2016).

190. Понятие культуры. URL: <http://social-culture.ru/index.php?request=full&id=699> (дата обращения: 25.03.2016).

191. Поплавський М. М. Українська кухня від Михайла Поплавського. Київ : Майстер- принт, 2011. 180 с.

192. Похлѣбкин В. В. Национальные кухни наших народов: основные кулинарные направления, их история и особенности : рецептура. Москва : Пищевая промышленность, 1978. 302 с.

193. Прасул Ю. Географічні передумови гастрономічного туризму в Україні // Міжнар. конф. «Зимові наукові читання», м. Київ, 22 лютого 2016 р. Київ, 2016. Ч. 2. С. 10–14.

194. Пьянкова К. В. Лексика, обозначающая категориальные признаки пищи, в русской языковой традиции: этнолингвистический аспект : автореф. дис. на соиск. науч. степени канд. фил. наук : 10.02.01. Екатеринбург, 2008. 23 с.

195. 5 июля в 1937 году Hormel Foods Corporation начала выпуск консервированного мяса под маркой SPAM, чем оказала большое влияние на развитие интернета 50 лет спустя. URL: <https://lpost.ru/day/2013/07/05/19889/> (дата обращения: 21.08.2016).

196. 50 тысяч туристов посетили фестиваль дерунов на Житомирщине. URL: <http://www.doroga.ua/Pages/News.aspx?NewInfoID=10513> (дата обращения: 28.12.2016).

197. Расулова А. М. Потенціал ресторанного бізнесу у розвитку гастрономічного туризму України // Економіка та держава. 2015. № 5. С. 78–83.

198. Рафикова К. В. Пища как объект символического потребления: виртуальные практики // Известия Академии управления: теория, стратегии, инновации. 2013. № 1 (14). С. 47–53.

199. Ревель Ж.-Ф. Кухня и культура: Литературная история гастрономических вкусов от Античности до наших дней / пер. с фр. А. Луцанова. Екатеринбург : У-Фактория, 2004. 336 с.

200. Революция новой кухни. URL: <https://krasnyu-sulin.ru/revolyuciya-novoj-kuxni/> (дата обращения: 10.09.2016).
201. Ритцер Д. Макдональдизация общества 5 / пер. с англ. А. Лазарева. Москва : Изд. и консалт. группа «Праксис», 2011. 592 с.
202. Русавська В. А. Гостинність в українській традиційній культурі : навч. посібник. Київ : Вид-во «Ліра-К», 2016. 280 с.
203. Русавська В. А. Гостинність у контексті соціально-культурних трансформацій ХІХ ст. // Культура України. 2014. Вип. 45. С. 98–107.
204. Русавська В. А. Культурно-історичний контекст становлення закладів гостинності // Питання культурології. 2014. Вип. 30. С. 113–120.
205. Русавська В.А. Символіка української гостинності // Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку : Наукові записки Рівн. держ. гуманіт. ун-ту. 2013. Том II. Вип. 19. С. 152–158.
206. Рысенков Л. Национальные кухни в современной системе питания населения // Ресторанная жизнь. 2003. № 8. С. 93–97.
207. Сварник І. Україна очима іноземця. Ульріх фон Вердум. Щоденник подорожі, яку я здійснив у роки 1670, 1671, 1672 ... через королівство польське ...// Жовтень. 1983. № 9 (467) С. 84–100.
208. Северинок В. М. Тематичний словник популярних українських прислів'їв та приказок з коментарями. вид. 3-є, доп. і переробл. Тернопіль : «Навчальна книга – Богдан», 2014. 176 с.
209. Семенова М. Мы – славяне. Популярная энциклопедия. Санкт-Петербург : Изд. дом Азбука-классика, 2007. 560 с.
210. Скуратівський В. Т. Русалії. Київ : Довіра, 1996. 734 с.
211. Слипченко А. С. Дипломатическая кухня. Художественно-документальное издание. Киев : Ген. дирекция по обслуживанию иностр. представительств, 2015. 493 с.
212. Словник української мови : в 11 тт. / [ред. колег. І. К. Білодід (голова) та ін.]. Київ: Наук. думка, 1970–1980. Т. 2 : Г–Ж. 1971. 550 с.

213. Словник української мови: в 11 т. / [редколег. І. К. Білодід (голова) та ін.]. Київ : Наук. думка, 1973. Т. 4 : І–М / [ред. А. А. Бурячок, Г. М. Гнатюк, П. П. Доценко]. 840 с.

214. Смирнова Л. Coca Cola: история успеха легендарного бренда. URL: <https://zwebra.com.ua/coca-cola-istoriya-uspexa-legendarnogo-brenda.html> (дата обращения: 30.08.2016).

215. Современное состояние: глобализация культуры. URL: <http://www.vuzlib.su/beta3/html/1/20568/20607/> (дата обращения: 30.08.2016).

216. Сорокин П. А. Социокультурная динамика // Человек. Цивилизация. Общество / общ. ред., сост. и предисл. А. Ю. Союмонов ; пер. с англ. С. А. Сидоренко. Москва : Политиздат, 1992. С. 332–393.

217. Сорокин П. А. Человек. Цивилизация. Общество / общ. ред., сост. и предисл. А. Ю. Союмонов ; пер. с англ. С. А. Сидоренко. Москва : Политиздат, 1992. 543 с.

218. Сохань И. В. Гастрономическая культура глобализирующегося общества: проблемы и перспективы // Дефиниции культуры : сб. трудов участников Всерос. семинара молодых ученых / Томс. гос. ун-т ; Рос. нос. научный фонд ; отв. ред. И. В. Чернова. Томск, 2011. Вып. IX. С. 110–123.

219. Сохань И. В. Особенности русской гастрономической культуры // Вестн. Томс. гос. университета. 2011. № 347. С. 61–68.

220. Сохань И. В. Пища. Еда. Застолье. URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_15184148_88549172.pdf (дата обращения: 30.09.2016).

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

222. Сохань И. В. Фаст-фуд как актуальная гастрономическая практика потребления. URL: http://ecsocman.hse.ru/data/2013/02/11/1251419346/Sokhan_2011_5.pdf (дата обращения: 17.08.2016).

223. Страви на Свят-вечір / упоряд., автор вступ. сл. Н. Ю. Мельничук. Львів : Каменяр, 1992. 16 с.

224. Страви української кухні / упоряд. Л. М. Патрікац. Київ : Рад. Україна, 1990. 104 с.

225. Страви української кухні : збірник розкладок і технологія приготування страв української кухні для підприємств громадського харчування / за ред. міністра торгівлі Української РСР В. П. Запорожця. Київ : Держ. вид-во технологічної літер. України, 1951. 208 с.

226. Сумцов Н. Ф. Культурные переживания. [Исследование о южно-русском фольклоре с привлечением фольклорного материала всех славянских, а также арийских народов]. Киев : Изд. редакции журн. «Киевская старина», 1890. 406 с.

227. Сумцов Н. Ф. Хлеб в обрядах и песнях. Харків : Тип. М. Ф. Зильберберга, 1885. 140 с.

228. Супруненко В. П. Народини: Витоки нації, символи, вірування, звичаї та побут українців. Запоріжжя : Берегиня, 1993. 136 с.

229. Сюткин П., Сюткина О. Мари-Антуан Карем в русской кулинарии. URL: <http://vkusitsvet.ru/tovarisch-est/istorii-ob-istorii/mari-antuan-karem-v-russkoj-kulinarii/> (дата обращения: 10.04.2016).

230. Тадевосян Э. В. Словарь-справочник по социологии и политологии. Москва : Знание, 1996. 296 с.

231. Тафоя М. Дипломатія страв: культурне порозуміння через смак // Їжа і філософія: їжте, пийте і будьте щасливі / [упоряд. Ф. Олгоф]. Київ : Темпора, 2011. С. 277–291.

232. Тенбрук Ф. Репрезентативная культура. URL: https://sociologica.hse.ru/data/2013/12/22/1338705351/SocOboz_12_3_05_Tenbrusk.pdf (дата обращения: 11.05.2016).

233. Терещенко А. В. Быт русского народа : в 5-ти ч. Ч. 1 / вступ. ст. А. Ф. Чистяков ; худож. : Г. Л. Шацкий, В. Н. Забайров. Москва : Русская книга, 1997. 288 с.

234. Толковый словарь Ожегова. URL: <http://slovarozhegova.ru/word.php?wordid=12637> (дата обращения: 25.04.2016).

235. Толок Г. А. Гастрономічна культура та її соціально-культурне призначення. URL: <https://journal-knukim.com.ua/index.php/camw/article/download/179/447> (дата звернення: 28.04.2016).

236. Толстой Н. И., Толстая С. М. Славянская этнолингвистика: вопросы теории. Москва : Ин-т славяноведения РАН, 2013. 240 с.

237. ТОП-5 поваров, которых нужно знать в лицо. URL: <http://smak.ua/events/world/3174783-top-5-povarov-kotoryh-nuzhno-znat-v-lico> (дата обращения: 17.08.2016).

238. Тургенев И. С. Вешние воды // Тургенев И.С. Полное собрание сочинений и писем : в 30-ти т. Москва : Наука, 1981. Т. 8. С. 255–384.

239. Уайт Л. Д. Символ: исток и основа поведения человека // Работы Л. А. Уайта по культурологии: (сборник переводов). Москва : ИНИОН, 1996. С. 86–89.

240. Уайтхед А. Н. Символизм, его смысл и воздействие. Томск : Водолей, 1999. 63 с.

241. Украинское народное творчество. Серия VI. Гончарные изделия. Вып. 1-й. Типы украинской гончарной посуды. Полтава : Изд-е кустарного склада полтавского губерн. земства, 1913. 26 с.

242. Українська кухня / М. Г. Георгієвський, М. Є. Мельник, О. А. Шадура, О. І. Шемякінський. 3-є вид., доп. Київ : Мистецтво, 1970. 305 с.

243. Українська стародавня кухня : довідник / упоряд. Т. Л. Шпаковської. Київ : Спалах ЛТД, 1993. 238 с.

244. Українські назви з куховарства й харчування : словник з поясненням : Близько 3.500 назв / Союз українок Америки ; упоряд. Н. Чапленко. Нью-Йорк : [б. в.], 1980. 115 с.

245. Ундринцова М. В. Глюттонический дискурс: лингвокультурологические и переводческие аспекты // Вестн. Москов. ун-та, 2012. № 2. С. 86–91.

246. Уроки та челленджі культурної дипломатії. URL: <https://global-ukraine.com/2016/02/uroky-ta-chellendzhi-kulturnoyi-dyplomatiyi/> (дата звернення: 20.02.2017).

247. Успішна культурна політика – бути чи не бути державі. URL: <http://tyzhden.ua/Culture/137220> (дата звернення: 21.02.2017).

248. Фестиваль «Ужгородська палачінта» 2018, Ужгород. URL: https://ua.igotoworld.com/ua/eventPage/1995_festival-uzhgorodskaya-palachinta-2018-uzhgorod.htm (дата звернення: 21.12.2016).

249. Фестиваль любителів сала «З любов'ю до... сала». URL: <http://visitlutsk.com/institution/ua/estival-lyubiteliv-sala-z-lyubov-yu-do-sala/> (дата звернення: 21.12.2016).

250. Флиер А. Я. Культура как социально-регулятивная программа: этап становления. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kultura-kak-sotsialno-regulyativnaya-programma-etap-stanovleniya> (дата обращения: 15.05.2016).

251. Флиер А. Я. Природа культуры и закономерности ее развития // Культурологический журн. 2013. № 3 (13). С. 1–12.

252. Франко О. Ф. Практична кухня. Львів: Каменяр, 1990. 238 с.

253. Французька кухня. URL: <http://ydyachuk.blogspot.com/2012/10/> (дата звернення: 14.09.2016).

254. Французская кухня / ред. А. Барагамян. 2010. URL: https://books.google.com.ua/books?id=BGATBAAAQBAJ&pg=PA5&lpg=PA5&dq=%D1%83+2003+%D1%80.+%D1%88%D0%B5%D1%84-%D0%BA%D1%83%D1%85%D0%B0%D1%80+%D0%91%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%B0%D1%80+%D0%9B%D1%83%D0%B0%D0%B7%D0%BE&source=bl&ots=F_A8CfcTL&sig=5DYffmfC3wPEmIfHcQVlnBpxAhg&hl=uk&sa=X&ved=0ahUKEwivKWsx8jXAhVIMZoKHSbNBjIQ6AEIQjAE#v=onepage&q=%D1%83%202003%20%D1%80.%20%D1%88%D0%B5%D1%84-%D0%BA%D1%83%D1%85%D0%B0%D1%80%20%D0%91%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%B0%D1%80%20%D0%9B%D1%83%D0%B0%D0%B7%D0%BE&f=false (дата обращения: 14.09.2016).

255. Фурман А. В. Психокультура української ментальності. Тернопіль: Економічна думка, 2002. 132 с.
256. Фурман А. В., Морщакова О. С. Соціальна культура // Психологія і суспільство. 2015. № 1. С. 26–36.
257. Химич В. В. Эстетическая активность образов еды и питья в произведениях Михаила Булгакова // Известия Уральс. гос. ун-та. 2006. № 47. С. 204–224.
258. Хлебные поверья, традиции, обычаи. URL: http://www.hleborek.com/articles/hlebniye_poverja_tradicii_obiychai.html (дата обращения: 21.10.2016).
259. Хлебопечение в мире. URL: <http://www.1hleb.ru/about/articles/baking.php#%D0%A2%D0%B8%D0%B1%D0%B5%D1%82> (дата обращения: 21.12.2016).
260. Хліб як символ українського народу. Обряди, звичаї та цікаві рецепти хліба. URL: <http://www.rivne1.tv/Info/?id=79868> (дата звернення: 21.12.2016).
261. Хмелевская М. Экономная кухарка. 2-е изд. испр. и доп. Полтава : Л. Фринеберг, 1903. 356 с.
262. Хобсбаум Э. Нации и национализм после 1780 г. / пер. с англ. А. А. Васильева. Санкт-Петербург : Адетейл, 1998. 305 с.
263. Ціватий В. Гастрономічна (кулінарна)дипломатія як дієва складова дипломатії «м'якої сили» XXI століття // Зовнішні справи. 2015. № 8. С. 60–62.
264. Черевко О. І. Гуманітарна парадигма харчової культури / О. І. Черевко, Л. М. Янчева, С. О. Руденко // Новий колегіум. 2016. № 1. С. 8–16.
265. 14 вкусных фильмов о кухне и шефах. URL: <https://posteat.ua/kolonka-gurmana/14-filmov-o-kuxne-i-shefax/> (дата обращения: 10.11.2016).
266. Чибирак С. Етнографічна діяльність Степана Носа. URL: www.irbis-nbuv.gov.ua/.../cgiirbis_64.exe?... (дата звернення: 10.02.2016).

267. Что такое Го&Мийо / Gault&Millau? URL: http://piplapp.com/2013/12/25/%D0%B3%D0%BE-%D0%BC%D0%B8%D0%B9%D0%BE-gault-millau/#.WiEkDIV1_IX (дата обращения: 14.09.2016).

268. Чубинский П. П. Труды этнографическо-статистической экспедиции в Западно-Русский край. Материалы и исследования, собранные д.чл. П.П. Чубинским : в 7-ми тт. Санкт-Петербург : Тип. В. Безобразова и комп., Т. 7, вып. 2 : [Малоруссы Юго-Западного края] / изд. под наблюдением П. А. Гильтебрандта. 1877. С. [4], 343–608.

269. Шафонский О. Черниговского наместничества топографическое описание, с кратким географическим и историческим описанием Малой России. Киев : [б. и.], 1851. 697 с.

270. Шварцмантель Дж. Идеология и политика. Харьков : Гуманитарный центр, 2009. 312 с.

271. Шевалье П. Історія війни козаків проти Польщі / пер. з фр. Ю. Назаренко. Київ : Томіріс, 1993. 224 с.

272. Шендрик А. И. Глобализация в системе культурологических координат // Знание. Понимание. Умение. 2002. № 1. С. 56–68.

273. Шерер Ж.-Б. Літопис Малоросії, або Історія козаків-запорозжців та козаків України, або Малоросії / пер. з фр. В. В. Коптілов. Київ : Укр. письменник, 1994. 311 с.

274. Шпенглер О. Закат Европы : [пер. с нем.]. Москва : Искусство, 1993. 298,[5] с.

275. Шюц А. Структура повседневного мышления // Социолог. исследования. 1988. № 2. С. 129–137.

276. Эйзенштадт Ш. Революция и преобразование общества. Сравнительное изучение цивилизаций. Москва : Аспект Пресс, 1999. 241 с.

277. Элиас Н. О процессе цивилизации. Социогенетические и психогенетические исследования : в 2-х т. Москва ; Санкт-Петербург :

Универ. книга, 2001. Т. 1. Изменения в поведении высшего слоя мирян в странах Запада. 332 с.

278. Элиас Н. О процессе цивилизации. Социогенетические и психогенетические исследования : в 2-х т. Москва ; Санкт-Петербург : Университет. книга, 2001. Т. 2 : Изменения в обществе: Проект теории цивилизации. 382 с.

279. Энциклопедический лексикон : [в 17 т.]. Санкт-Петербург : В типографии А. Плюшара, 1836. Т. 5 : Бар-Бин. 572 стб.

280. ЮНЕСКО визнало суші та грецький салат культурною спадщиною людства. URL: http://ipress.ua/news/yunesko_vyznav_sushi_ta_gretskyy_salat_kulturnoyu_spadshchynoyu_lyudstva_34959.html (дата звернення: 20.02.2017).

281. Юрина Е. А. Лексико-фразеологическое поле кулинарных образов в русском и итальянском языках // Язык и культура. 2008. № 3. С. 83–93.

282. Яворський О. Народна пожива лемків // Матеріали до українсько-руської етнології : [в 22 т.] / НТШ у Львові, Етногр. коміс. ; за ред. Хв. Вовка. Львів : З друк. НТШ, т. XVIII, 1918. С. 6–12.

283. Як засядем браття коло чари: Українські народні пісні та переписи національних страв і напоїв / упоряд. О.А. Поріцька. Київ : Муз. Україна, 1993. 270 с.

284. Яковлев О. Культурологічні виміри синергетики регіональних ідентичностей в сучасній Україні // Аркадія : культурологічний та мистецтвознавчий журн. 2012. № 4 (35). С. 41–43.

285. Яковлев О. Семіотика як методологія дослідження культурного простору України // Вісн. Нац. академії керівник кадрів культури і мистецтв. 2015. № 2. С.75–79.

286. Яковлев О. Синергетична модель культурного розвитку України в добу глобалізації // Українська культура : минуле, сучасне, шляхи розвитку: зб. наук. пр. Рівне, 2014. Вип. 20. Т. 1. С. 192–195.

287. Яковлев О. Синергія культурних ідентичностей регіонів України // Музичне мистецтво і культура. 2014. № 20. С. 376–384.
288. Яковлев О., Шульгіна В. Етнонаціональні виміри культурологічних досліджень в умовах сучасних процесів глобалізації // Матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф. «Діалог культур: Україна Греція», 21 вересня 2015 р. Київ : НАКККиМ, 2012. С. 446–452.
289. Яценко С. А. Традиційна народна їжа як предмет етнографічного дослідження // Вісн. Житомир. держ. ун-ту імені Івана Франка. 2006. Вип. 28. С. 233–236.
290. Ящинська В. Кухарська книжка. Розумне харчування. 2-е вид. Київ : Сяйво, 1929. 236 с.
291. Anholt S. Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities, and Regions. New York : Palgrave MacMillan, 2007. 134 p.
292. Bordo S. Anorexia Nervosa: Psychopathology as the crystallization of culture // Food and culture: A reader / ed. by C. Counihan and P. Van Esterik. New York; London : Routledge, 2008. P. 162–186.
293. Brillat-Savarin J. A. Physiologie du goût, ou méditations de gastronomie transcendante. Paris : Chez A. Sautelet et Cie Libraires, 1826. Т. 1. 390 p. Т. 2. 442 p.
294. Chapple-Sokol S. Culinary Diplomacy: Breaking Bread to Win Hearts and Minds / Sam Chapple-Sokol // The Hague Journal of Diplomacy. 2013. Vol. 8. Issue 2. P. 161–183.
295. Culinary Diplomacy. URL: <http://ucfoodobserver.com/2015/04/27/cultural-diplomacy/> (date recourse: 25.03.2017).
296. 10 fantastic food festivals in Emilia Romagna, Italy. URL: <https://www.wanderlust.co.uk/content/10-fantastic-food-festivals-in-emilia-romagna-italy/> (date recourse: 10.02.2017).
297. Escoffier A. Le Guide Culinaire. Aide-mémoire de cuisine pratique / avec la collaboration De M.M. Philéas GILBERT et Émile FETU. Paris, 1903. 792 p.

298. Fernández-Armesto F. *Near a Thousand Tables: A History of Food*. New York : Free Press, 2002. 158 p.
299. Food diplomacy and sustainability. URL: <http://nutriilpianeta-expo2015.org/en/diplomazia-alimentare-e-sostenibilita/> (date recourse: 05.03.2017).
300. Goody J. *Cooking, Cuisine and Class: A Study in Comparative Sociology*. Cambridge [Cambridgeshire]. New York : Cambridge University Press, 1982. 253 p.
301. Hannerz U. *Notes on the Global Ecumene // Public Culture*. 1989. Vol/ 1. № 2. P. 66–69.
302. Harris P. *The Meaning of Food / P. Harris, D. Lyon, S. McLaughlin*. Guilford, CT : The Globe Pequot Press, 2005. 163 p.
303. Harvey D. *The Condition of Postmodernity*. Cambridge (MA)–Oxford (UK), 1991. 379 p.
304. Jacques Pépin: *Fast Food My Way*. URL: <https://www.kqed.org/w/morefastfoodmyway/> (date recourse: 09.09.2016).
305. Kohl J. G. *Die Ukraine. Kleinrussland*. Dresden und Leipzig, 1841. 330 p.
306. Kohl J. G. *Reisen im Inneren von Russland und Polen. Die Bukowina, Galizien. Krakau und Mähren*. Dresden und Leipzig. 1841. 518 p.
307. Kohl J. G. *Reisen in Südrussland*. Dresden und Lepzig, 1841. 270 p.
308. *L'Atelier De Joel Robuchon. Ресторан для истинных гурманов*. URL: <https://paspартu.travel/france/paris/l-atelier-de-joel-robuchon> (date recourse: 09.09.2016).
309. Long L. M. *Culinary Tourism: A Folkloristic Perspective on Eating and Otherness // Southern Folklore*. 1998. № 55. p. 181–204.
310. *Master Chef Canada's Alvin Leung: Untalented people need not apply*. URL: <https://www.thestar.com/entertainment/television/2015/01/31/masterchef-canadas-alvin-leung-untalented-people-need-not-apply.html> (date recourse: 15.12.2016).

311. Master Chef. URL: <http://www.bbc.co.uk/programmes/b006t1k5> (date recourse: 15.12.2016).

312. Reynolds C. Diplomatic gastronomy: The convivial nature of the power of prestige, cultural diplomacy and soft power. URL: http://www.culturaldiplomacy.org/academy/content/pdf/participant-papers/2012-02-unccd/Diplomatic_gastronomy_-_Christian_Rynolds.pdf (date recourse: 05.03.2017).

313. Rockower P. S. Recipes for Gastrodiplomacy // Place Branding and Public Diplomacy. 2012. Vol. 8. P. 235–346.

314. Scherer J.-B. Annales de la Petite-Russie ou Histoire des Cosaques-Saporogues & des Cosaques de l'Ukraine, ou de la Petite-Russie, depuis leur origine jusqu'à nos jours : suivie d'un abrégé de l'histoire des Hettmans des Cosaques, & des pièces justificatives. URL: <http://lib.ugent.be/europeana/900000039717> (date recourse: 05.05.2016).

315. The Great Atlantic and Pacific Tea Company. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/The_Great_Atlantic_and_Pacific_Tea_Company (date recourse: 10.09.2016).

316. The Stuttgart Beer Festival. URL: <https://www.oktoberfesttours.travel/tour/stuttgart-beer-festival/> (date recourse: 06.02.2017).

317. Wolf E. Culinary tourism: A tasty economic proposition/ URL: <http://www.culinarytourism.org> (date recourse: 10.12.2017).

318. Wolf E. Culinary Tourism: The Hidden Harvest. Dubuque : Kendall/Hunt Publishing Company, 2006. 59 p.

Інтернет-ресурси

319. Асоціація сприяння розвитку гастрономічного та винного туризму : [Website]. URL: <http://agvt.nuft.edu.ua> (date recourse: 19.01.2017).

320. Кафе «Пан Чебурек» : [Website]. URL: <http://batkivskahata.com/kafe-pan-cheburek/> (date recourse: 25.10.2016).

321. Коростень : [Website]. URL: <http://www.korosten.in.ua/sotsialniy-rozvitok/kultura/> (date recourse: 08.02.2017).
322. Міжнародний Коростенський фестиваль дерунов : [Website]. URL: <http://derunfest.in.ua/> (date recourse: 08.02.2017).
323. Програма «Все буде смачно» : [Website]. URL: <http://smachno.stb.ua/ua> (date recourse: 07.12.2016).
324. Програма «Кулінарна академія Олексія Суханова» : [Website]. URL: academy.kanalukraina.tv/ua/ (date recourse: 07.12.2016).
325. Програма «Шеф-кухар країни» : [Website]. URL: Офіційний сайт [//shefkuhar.com/](http://shefkuhar.com/) (date recourse: 07.12.2016).
326. Програма «Готовим вместе» : [Website]. URL: http://inter.ua/uk/programs/entertaining/gotovim_vmeste (date recourse: 07.12.2016).
327. Ресторан «Диканька» : [Website]. URL: www.dykanka.com.ua (date recourse: 30.10.2016).
328. Ресторан «Дубки» : [Website]. URL: dubki.kiev.ua (date recourse: 30.10.2016).
329. Ресторан «Духмяна піч» : [Website]. URL: pich.com.ua (date recourse: 30.10.2016).
330. Ресторан «Рідна хата» : [Website]. URL: ridna-hata.com.ua (date recourse: 30.10.2016).
331. Ресторан «У сестер» : [Website]. URL: usester.com.ua (date recourse: 30.10.2016).
332. Ресторан «Хатинка» : [Website]. URL: hatinka.com.ua (date recourse: 30.10.2016).
333. Ресторан «Шинок» : [Website]. URL: www.shynok.kiev.ua/ (date recourse: 30.10.2016).
334. Світфест : [Website]. URL: <http://festyvali.com.ua>(date recourse: 08.02.2017).
335. Телевізійне шоу «Майстер-Шеф» : [Website]. URL: <https://masterchef.stb.ua/ua/> (date recourse: 07.12.2016).

336. Телеканал «1+1» : [Website]. URL: <https://1plus1.ua> (date recourse: 07.12.2016).
337. Телеканал «СТБ» : [Website]. URL: www.stb.ua/ua (date recourse: 07.12.2016).
338. Телеканал «Україна» : [Website]. URL: kanalukraina.tv/ua (date recourse: 07.12.2016).
339. Algarve : [Website]. URL: www.algarve.eu.com (date recourse: 10.12.2016).
340. Carnifest. Carnivals and festivals around the world : [Website]. URL: <http://www.carnifest.com> (date recourse: 08.02.2017).
341. Chinchilla Melon Festival : [Website]. URL: <http://www.melonfest.com.au/> (date recourse: 08.02.2017).
342. Collegium Civitas : [Website]. URL: <https://www.civitas.edu.pl/> (date recourse: 15.03.2017).
343. European Network of Regional Culinary Heritage : [Website]. URL: <https://www.culinary-heritage.com> (date recourse: 10.12.2016).
344. Fiera internazionale tartufo Bianco D'Alba : [Website]. URL: <http://www.fieradeltartufo.org> (date recourse: 08.02.2017).
345. Food Festivals Europe [Website]. URL: <http://www.foodfestivalseurope.com> (date recourse: 08.02.2017).
346. ICTA International Culinary Tourism Association : [Website]. URL: <http://mikehohnen.com/icta-international-culinary-tourism-association/> (date recourse: 10.12.2016).
347. International Culinary Institute : [Website]. URL: www.ici.edu.hk/ (date recourse: 10.12.2016).
348. Maine Lobster Festival. [Website]. URL: <http://www.mainelobsterfestival.com> (дата звернення: 08.02.2017).
349. Netflix : [Website]. URL: <https://www.netflix.com/title/80007945> (date recourse: 10.12.2016).

350. O grove : [Website]. URL: <http://www.turismogrove.com> (дата звернення: 10.02.2017).
351. Oktoberfest : [Website]. URL: <https://www.oktoberfest.de/en/Lugano> (дата звернення: 08.02.2017).
352. Spanish Association of wine and culinary tourism : [Website]. URL: <https://spainfoodandwinetourism.com/> (дата звернення: 10.12.2016).
353. Swiss mediaterranean style : [Website]. URL: <http://www.luganoturismo.ch/en> (дата звернення: 06.03.2017).
354. Tasting Spain Association : [Website]. URL: <https://www.atasteofspain.com/about-us/> (дата звернення: 10.12.2016).
355. The Culinary Institute of America : [Website]. URL: <https://www.ciachef.edu/> (дата звернення: 06.03.2017).
356. University of Gastronomic Sciences : [Website]. URL: <https://www.unisg.it/en> (дата звернення: 06.03.2017).
357. World Food Travel Association : [Website]. URL: <https://www.worldfoodtravel.org/> (дата звернення: 10.12.2016).

ДОДАТОК

СПИСОК ПУБЛІКАЦІЙ ЗДОБУВАЧА ЗА ТЕМОЮ
ДИСЕРТАЦІЇНаукові праці, в яких опубліковані основні наукові результати
дисертації*Статті у наукових фахових виданнях України*

1. Плюта О. П. Соціальна культура у контексті методології дослідження української кухні // Вісник НАКККіМ. 2017. Вип. 2. С. 65–69.
2. Національна кухня як комплекс культурно-побутових традицій українців // Культура і сучасність : альманах. 2017. № 2. С. 147–151.
3. Плюта О. П. Українська кухня: передумови виникнення і трансформації // Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку. 2017. Вип. 25. С. 77–87.
4. Плюта О. П. Українська кухня в сучасному суспільстві // Культура України. 2017. Вип. 2. С. 283–292.
5. Плюта О. П. Кухня як репрезентант гастрономічної культури сучасного суспільства // Питання культурології. 2017. Вип. 32. С. 128–147.
6. Плюта О. П. Кулінарна дипломатія як актуальний напрям сучасної культурної політики // Культура і сучасність : альманах. 2017. № 2. С. 154–159.

Статті у виданнях, внесених до міжнародних наукометричних баз

7. Плюта О. П. Українська кухня як феномен побутової культури: до історіографії питання // Актуальні питання культурології : альманах наук. т-ва «Афіна» к-ри культурології. 2016. Вип. 16. С. 59–64.
8. Плюта О. П. «Гастрономічна культура» і «національна кухня» як поняття гуманітарних досліджень їжі // Молодий вчений. 2017. Вип. 7(47). С. 159–162.

Опубліковані праці апробаційного характеру

9. Плюта О. П. Їжа як культурологічне явище: до постановки проблеми // Шоста Міжнар. наук.-творча конф. «Трансформаційні процеси в мистецькій освіті та культурі України ХХІ ст.», 25–26 квітня 2017 р., м. Київ. Київ, 2017. С. 261–263.

10. Плюта О. П. Українська кухня як складова соціальної культури суспільства // Всеук. наук.-теорет. конф. «Українське суспільство: основні виміри, 25 травня 2017 р., м. Київ. Київ, 2017. С. 93–94.

11. Плюта О. П. Внутрішньокультурні чинники формування національної кухні // III Міжнар. наук.-практ. конф. «Інформація та культура в забезпеченні сталого розвитку людства», 15 листопада 2017 р., м. Маріуполь. Маріуполь, 2017. С. 73–75.

12. Плюта О. П. До питання вивчення національної кухні як складової соціальної культури // Міжнар. наук.-практ. конф. «Гуманітарні студії НАКККіМ-2017», 23 листопада 2017 р., м. Київ. Київ, 2017. С. 214–216.

Відомості про апробацію результатів дисертації

1. Шоста Міжнар. наук.-творча конф. «Трансформаційні процеси в мистецькій освіті та культурі України ХХІ ст.» (Київ, 2017). Форма участі – очна, виступ з доповіддю.

2. Всеук. наук.-теорет. конф. «Українське суспільство: основні виміри» (Київ, 2017). Форма участі – очна, виступ з доповіддю.

3. III Міжнар. наук.-практ. конф. «Інформація та культура в забезпеченні сталого розвитку людства» (Київ, 2017). Форма участі – очна, виступ з доповіддю.

4. Міжнар. наук.-практ. конф. «Гуманітарні студії НАКККіМ-2017» (Київ, 2017). Форма участі – очна, виступ з доповіддю.