

УДК 316.728+392.81

**О. П. Плюта**, аспірант, Київський національний університет культури і мистецтв, м. Київ

### УКРАЇНСЬКА КУХНЯ В СУЧАСНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

Здійснено культурологічний аналіз сучасного стану української кухні. Розкрито взаємозв'язок соціальної культури та процесу вибору їжі, звернено увагу на виникнення внаслідок процесів глобалізації так званої «наднаціональної», уніфікованої їжі, вказано її переваги й недоліки. Відзначено істотний вплив на зміну змісту їжі нових типів раціональності: рефлексивності, макдональдизації; наведено принципи останньої (ефективність, калькульованість, передбачуваність і контроль). Розкрито сутність фаст-фуду, як символічної для глобалізованого світу їжі, та процесів американізації й вестернізації харчування. Охарактеризовано істотні зміни в культурі харчування, пов'язані із крайньою символізацією їжі. Сформульовано висновок, що глобалізація з її новими моделями просторової організації соціокультурної реальності зумовила затребуваність одних форм гастрономічної культури й деактуалізувала інші.

**Ключові слова:** культура, кухня, гастрономія, харчові практики, споживання, їжа.

**Е. П. Плюта**, аспирант, Киевский национальный университет культуры и искусств, г. Киев

### УКРАИНСКАЯ КУХНЯ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

Осуществлен культурологический анализ современного состояния украинской кухни. Раскрыта взаимосвязь социальной культуры и процесса выбора пищи, обращено внимание на возникновение вследствие процессов глобализации так называемой «наднациональной», унифицированной пищи, указаны ее преимущества и недостатки. Отмечено существенное влияние на изменение содержания пищи новых типов рациональности: рефлексивности, макдональдизации; приведены принципы последней (эффективность, калькулированность, предсказуемость и контроль). Раскрыта сущность фаст-фуда, как символической для глобализирующегося мира пищи, и процессов американизации и вестернизации питания. Охарактеризованы существенные изменения в культуре питания, связанные с крайней символизацией пищи. Сформулирован вывод, что глобализация с ее новыми моделями пространственной организации социокультурной реальности обусловила востребованность одних форм гастрономической культуры и деактуализировала другие.

**Ключевые слова:** культура, кухня, гастрономия, пищевые практики, потребление, еда.

**Е. Р. Pliuta**, postgraduate student, Kyiv National University Culture and Arts, Kyiv

### UKRAINIAN CUISINE IN THE MODERN SOCIETY

The article focuses on the culturological analysis of the modern state of the Ukrainian cuisine. Attention is drawn to the influence of social culture on the choice

of food, the emergence of so-called “supranational”, unified food as a result of globalization processes, its advantages and disadvantages are indicated. The author describes the significant influence on the change in the nature and content of food of new types of rationality: reflexivity, macdonaldization; the principles of the latter (efficiency, calculation, predictability and control). The essence of fast food is revealed, as symbolic for the globalizing world of food, and the processes of Americanization and Westernization of nutrition. Significant changes in the food culture associated with the extreme symbolization of food are characterized. It is concluded that globalization with its new models of spatial organization of sociocultural reality has made some forms of gastronomic culture popular and deactualized by others.

**Key words:** *culture, cuisine, gastronomy, food practices, consumption, food.*

**Постановка проблеми.** Здійснюваний людиною вибір їжі в сучасному суспільстві змінюється під впливом процесів глобалізації та пов'язаним із цим поширенням однорідності культурного простору, тобто вибір їжі визначається актуальним нинішнім станом соціальної культури. За допомогою пропонованого образу їжі (в рекламі, ЗМІ) забезпечується певна прогнозованість ідентичності людини, її ціннісно-поведінкової орієнтації, що свідчить про соціальний контроль і маніпулювання за допомогою їжі. Саме з необхідністю збереження національної ідентичності, що здійснюється завдяки підтримці традиційної кухні та традиційних форм харчування, пов'язують зокрема активізацію наукового інтересу до проблем харчування в глобалізованому світі. Це вказує на те, що природний, культурний зміст їжі нині доповнено ще й цивілізаційним, спонукає замислитися над тим, що традиційна культура їжі споконвіку була запорукою мультикультурної різноманітності світу й тілесного досвіду його пізнання, який нині може зникнути.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Вивчення харчування людини — тема надзвичайно велика й різноаспектна — об'єднує медичні, психологічні, морфологічні, фізіологічні, біохімічні дослідження та етнографічні спостереження, фольклор, аналіз широкого спектра археологічних джерел і письмових свідчень. Окреме коло проблем пов'язане з вивченням господарської діяльності, торгівлі та економічного укладу. Ґрунтовно вивчено два аспекти харчування: споживання (у межах фізіології й дієтології) та виробництво (у межах економіки, бізнесу і технічних наук). Але їжа — це ще й культура, найважливіший чинник соціального та культурного життя людини, носій ідеалів і цінностей, компонент етнічної, релігійної, соціальної ідентичності. У цьому аспекті їжа, особливості харчування досліджені недостатньо.

Становлення теоретико-методологічного напрямку у вивченні їжі як культурного феномену припадає на 1960–1970-ті рр. і пов'язане з дослідницькою діяльністю структуралістів. У працях К. Леві-Строса (2006), Р. Барта (2003) та М. Дугласа (2000) їжа розглядається як специфічний культурний код. Культурно-сакральний підхід характерний для праць британського соціального антрополога Е. Ліча (2001).

Чи не є єдиним дослідженням в Україні, дотичним до проблематики кухні, є докторська дисертація В. В. Ніколенка «Гастрономічні детермінанти суспільного життя: соціологічний вимір» (2015), у якій обґрунтовано, з одного боку, зв'язок між гастрономічним виміром суспільного життя, а з іншого — соціальними процесами та відносинами як у ретроспективному контексті, так і сучасному. Однак об'єктом цієї праці є гастрономія як суспільний феномен, а не безпосередньо українська кухня як явище культури.

Таким чином, **мета статті** — здійснити культурологічний аналіз української кухні як евристичного концепту, що надає змогу простежити інформативну деталізацію сучасного суспільного життя.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Головною ознакою глобалізації, що ґрунтується на культурній відкритості країн і народів, у харчових практиках стало виникнення так званої «наднаціональної», або уніфікованої, форми їжі, під якою розуміються збільшувані потоки продуктів харчування, що долають кордони країн і континентів та поширені за межею їх початкового місця виникнення (піца, суші, гамбургер, курячі ніжки тощо). Уся ця «наднаціональна» їжа здобуває дедалі більшу кількість споживачів, оскільки посилено впливає на смакові рецептори завдяки збільшенню в ній солі, цукру, жирів, усіляких добавок, що стимулюють апетит. «Наднаціональна» їжа не лише впливає на культурно-локальні смаки, які є своєрідним маркером класу, соціальної чи етнічної групи (Бурдьє, 2001), а й формує, власне, наднаціональний смак.

Така їжа має безсумнівні переваги: невелика ціна і, так би мовити, «толерантність» (тобто терпимість до «чужої» їжі); затребуваність відповідно до сформованих смаків; висока калорійність; залученість споживача до відомих брендів. Однак, крім цих переваг, є й недоліки: наприклад, «кока-колонізація»<sup>1</sup>, яка витісняє традиційну та сезонну їжу, зокрема соління, які мають самостійну культурну та харчову цінність; проблема відповідності до медичних стандартів загалом і фізіологічної сприйнятливості організмів конкретних етносів; складність диференціації їжі за наднаціональним і національним принципами; виникнення так званої «гібридної» їжі (включає поєднання двох і більше елементів харчування, які належать до різних культур світу, наприклад, «японські суші» або «швейцарський сир», вироблені в Україні).

«Наднаціональна» їжа, по суті, є ознакою «третьої культури», яка неоднозначно впливає на ціннісні орієнтації людей. З одного боку, завдяки їй багато людей мають можливість пізнати й інтерпретувати культурно іншу, «чужу», їжу. З іншого, вона може спровокувати ті чи інші культурно зумовлені соціальні колізії. Йдеться про те, що «наднаціональна» (або, точніше, «гібридна» їжа) може містити значну кількість інгредієнтів з різних куточків світу, які є цілком функціональними в межах традиційних харчових практик певної країни, але не відповідають практикам харчування або куль-

<sup>1</sup> Словосполучення, що використовується для характеристики нераціонального способу життя багатьох сучасних людей: низька фізична активність у поєднанні з прийомом великої кількості їжі з високим умістом жирів і рафінованих вуглеводів.

турі в інших країнах (наприклад, «гібридна» їжа, зазвичай, не суперечить принципам роздільного харчування, дієті вірян певних конфесій тощо). Тобто для багатьох соціокультурних груп така їжа призводить до цілком реальних труднощів, зокрема харчових розладів: булімії, анорексії, переїдання, що загалом вказують на проблеми відносин людини та її їжі, які є цивілізаційними.

На зміну змісту їжі суттєво вплинули такі нові типи раціональності, як рефлексивність, макдональдизація тощо. Так, на переконання американського соціолога, прихильника теорії раціональності Дж. Рітцера, завдяки макдональдизації, процесу, «під час якого принципи роботи ресторану швидкого обслуговування починають визначати дедалі більшу кількість сфер американського суспільства, як і решти світу», виникло й утвердилося принципово нове швидке харчування, реалізоване компаніями «МакДональдс», «Бургер Кінг», «Піца Хат», «Курчата з Кентуккі» та ін. Аналіз причин інтенсивного поширення принципів роботи ресторанів швидкого обслуговування свідчить, що сукупність принципів є достатньо адекватною для сучасних мікросоціальних практик людей.

Практично в усьому світі швидке харчування (або фаст-фуд) набуває національно-локальних форм. В Україні це, наприклад, крім «Макдональдс», мережі національних ресторанів швидкого харчування «Швидко», «Пузата хата», «Здоровенькі були», де подаються млинці, салати та ін. і можна за 5–10 хвилин перекусити. Але всі вони ґрунтуються на загальних принципах макдональдизованої раціональності: ефективність, калькульованість, передбачуваність і контроль (Рітцер). Так, ефективність, згідно з Дж. Рітцером, полягає у створенні сприятливих умов для споживання швидкої їжі, абсолютно необхідних нині, зважаючи на сучасний динамізм життя як окремої людини, так і суспільства. Водночас калькульованість акцентує на кількісних параметрах пропонованих товарів і послуг, що стосується розміру порцій та їх вартості, а також тимчасових витрат. При цьому кількість стала еквівалентом якості: швидко доставка, по суті, означає якісна доставка. Аналогічно, більше — значить краще. Звідси слогани: з'їж (випий, купи) щось «подвійне», «потрійне» і таким чином зеконом. Передбачуваність має на увазі, що страви будуть однаковими, незалежно від часу й місця, коли і де вони пропонуються. Контроль здійснюється за допомогою технологій, у яких відсутній (зведений до мінімуму), власне, людський чинник. Крім того, контролюється час, що витрачається на обслуговування клієнтів: обмежене меню, невеликий вибір, незручні жорсткі сидіння — усе це змушує відвідувачів швидко їсти та йти. Отже, для сучасної людини в системі швидкого харчування є багато переваг. Водночас його сутнісний елемент, уважає Дж. Рітцер, — це особлива ірраціональна раціональність, яка проявляється в новій формі відчуження — роботизації людських відносин (Рітцер). Дегуманізується сам процес живлення їжі: традиційно трапеза передбачала соціальну взаємодію людей, яку нині зведено до мінімуму, оскільки і відвідувачі, і працівники «МакДональдс», по суті, стають роботами великого конвеєра.

Такий уніфікований формат харчування, як фаст-фуд, виник спочатку як гастрономічна практика американської культури, але з часом ознаменував «перемогу» над природним умістом їжі в багатьох країнах світу, виявився символічною для глобалізованого світу їжею: у фаст-фуді культурний зміст вилучено, а його цивілізаційний формат є для сучасної людини, вимушеної жити в полікультурній та поліетнічній реальності, способом уникнути жахаючої зустрічі з іншим, «чужим» на тілесному рівні, способом примирення з невідомим. Фаст-фуд як продукт харчової індустрії, у якій культура трапези замінена так званим перекусом, не можна оцінювати ні позитивно, ні негативно, але необхідно визнати факт: саме фаст-фуд сьогодні став новою культурою їжі, що інтегрувала базові коди тієї технократичної, урбаністичної, техноморфної реальності, у якій багато традиційних для людини проблем сягнули свого апогею.

Пов'язані з поширенням фаст-фуду процеси американізації й вестернізації<sup>1</sup> харчування загрожують кухням традиційним культур, і це є проблемою для тих, чия ідентичність тісно пов'язана зі споживачами саме національної їжі, тобто для представників невеликих культур з автентичною традиційністю. А. І. Козлов у дослідженні «Їжа людей» зазначає, що традиційна їжа під час зустрічі з їжею індустріалізованою зазнає поразки. Незважаючи на те, що межі між їжею своєю й «чужою» у традиційної людини надзвичайно надійні, при їх контакті, зазвичай, здатність «чужої» знищити своє набагато вища, ніж у культури, що еволюціонує й активно взаємодіє з іншими. Індустріалізована їжа для людини, котра звикла залежати від природних циклів виробництва харчування, може довго зберігатися, не псуватися; може мати додаткову цінність, наприклад, упаковку, що використовується потім для інших цілей. Утрата гастрономічної автентичності призводить до швидкої втрати власної національної ідентичності — у цьому аспекті індустріалізована їжа є потужною зброєю глобалізації: «Активне (у багатьох випадках навіть насильницьке) впровадження нових продуктів, елементів кухні й культури харчування загалом можна розцінювати як один з етапів асиміляції одного народу іншим» (Козлов).

Небезпека зникнення національних систем харчування під тиском американізованого та вестернізованого харчування є серйозною проблемою, такою, як і трансформація домашньої кухні, коли сімейна харчова політика моделюється рекламою продуктів харчування та економічними стратегіями, застосованими харчовою індустрією, і більш за все представленими у величезних супермаркетах економ-класу, популярних ЗМІ тощо. Крім того, виникла принципово нова техніка, орієнтована на різноманітність кулінарних смаків — мікрохвильові печі, скороварки, мультиварки, шашличниці, копильні, кавоварки, міксери і ще безліч предметів. Невипадково серед причин трансформації культури їжі називають активну технізацію життя і

<sup>1</sup> Американізація має на увазі швидку їжу, фаст-фуд — матеріальний субстрат цінностей американської культури і їх тілесне засвоєння за допомогою споживання такої їжі; вестернізація харчування означає процес засвоєння традиційною кухнею так званих цивілізованих форм їжі.

зростаючу опосередкованість звичних практик турботи-про-себе технічними засобами, «які, втручаючись у простір самоставлення людини, активно впливають на конструювання її ідентичності» (Сохань).

Мережі швидкого харчування типу МакДональдс — це не єдиний аспект глобалізації харчування. Їх тіснять конкуренти, котрі пропонують екзотичне меню, італійську, мексиканську, китайську, японську кухні, а також стиль фьюжн<sup>1</sup>. Невипадково одна з яскравих постмодерністських метафор культури, що відображає фрагментованість культурного успадкування, — це образ шведського столу. «Всеїдність» сучасної культури в прямому сенсі виражається в інтересі до різних традицій харчування, їх вільному відборі та злитті. Це відображається й у рекламі харчових продуктів, що експлуатує географічні та історичні образи, завдяки яким споживач відкриває для себе різноманітність світової культури і спадщини минулого.

Істотні зміни в культурі харчування пов'язані також із символізацією їжі. Інформативні коди їжі виникають у процесі комунікації й тісно переплетені із соціальним і культурно-історичним контекстом. Так, архаїчні харчові табу мало пов'язані з уявленнями про поживну цінність: продукти з високим семіотичним статусом (ритуальна їжа) не розглядаються як спосіб тамування голоду або, навпаки, вживаються надмірно. У постіндустріальному суспільстві продукти й сам процес харчування набувають нових значень, а їх символізація — своїх особливостей і форм. Це пов'язано з багатьма соціокультурними чинниками, серед яких, зокрема, — становлення суспільства споживання, віртуалізація й візуалізація культури. Ці різноманітні чинники зумовлюють суперечливі тенденції у сфері споживання їжі. Серед них, на думку сучасної дослідниці С. О. Кириленко, домінують раціоналізація й уніфікація харчування, що проявляється у валеологічному підході до їжі, орієнтації на критерії науки про харчування й функціоналізацію тілесного досвіду, формувани новим габітусом людини.

Однак сучасна практика споживання свідчить про наявність й інших тенденцій, пов'язаних з його символічністю, що відображає перехід від споживання речей до споживання знаків. Теоретичним підґрунтям вивчення цих процесів є концепція, запропонована Ж. Бодрійяром. Згідно з його ідеями, у суспільстві споживання формується новий тип «функціональних» об'єктів, які стають складовою знакової системи цього суспільства, долаючи свою первинну (утилітарну) функцію заради набуття вторинної (символічної). У сфері харчування можна окреслити й проблему виникнення «функціональної» їжі, яка, маючи високий семіотичний статус, стає знаком тих чи інших відносин. При цьому однією з найважливіших форм символізації їжі стає реклама. Показово, що серед предметів особистого споживання, які найчастіше фігурують у рекламі, перше місце посідають продукти харчування.

<sup>1</sup> Від англ. fusion — змішання, сплав, злиття; напрям у кулінарії, у якому пропорційно змішуються технології і продукти географічно віддалених національних кухонь.

Сьогодні спостерігаються надзвичайна різноманітність і мобільність символічних значень, які експлуатуються у сфері виробництва, просування та споживання продуктів харчування, яке набуває часом хаотичних, колажних форм. Рекламуються елементи соціальної пам'яті, що зберігається в надрах культурної свідомості, актуалізуючи архаїчні значення їжі. Так, символічний взаємозв'язок їжі та сексуальності часто репрезентується в сучасній рекламі. Водночас виникають нові міфологізовані уявлення, до яких зокрема належить міф про «здорову їжу», який конструюється засобами масової інформації та рекламою. Їжа, маркована як «здорова», є невід'ємною складовою й індикатором певних життєвих стилів: субкультури фітнесу та здорового способу життя. Універсальна їжа МакДональда також не є «культурно нейтральною», а пов'язана з такими ціннісними домінантами сучасного суспільства, як мобільність, універсалізм, молодість.

Напівфабрикати, невибаглива домашня кухня мають низький семіотичний статус, виконуючи насамперед функцію тамування голоду. Однак у процесі виходу з цього повсякденного простору у віртуальний світ масової культури та індустрії дозволя головною стає символічна функція їжі. Престижність, знаковість того чи іншого продукту пов'язані передусім зі способом його споживання — диференційованим (ресторан з індивідуальним вибором споживача) або уніфікованим (фаст-фуд). Так, у модних і дорогих барах-ресторанах їжа — не головна принада. Важливу роль відіграє особлива атмосфера, що свідчить про функцію рекреації та ідентифікації: їжа й різні способи її споживання є невід'ємною складовою індустрії дозволя. Людина в таких ресторанах отримує задоволення не стільки від самого фізіологічного процесу споживання їжі, скільки від її символічного контексту. Образи та символи, які замінюють реальні харчові продукти, відсилають до інших віртуальних образів, поєднуючись, хоча і в хаотичний, але самодостатній, гіперреальний світ успіху й щастя.

**Висновки.** Підсумовуючи вищевикладене, можна стверджувати, що процеси американізації та вестернізації харчування, лідируюча роль фаст-фуду є не просто очевидними, а й немінучими в сучасному суспільстві. Глобалізація з її новими моделями просторової організації соціокультурної реальності спричинила затребуваність одних форм гастрономічної культури і деактуалізувала інші.

Унаслідок індустріалізації сфери харчування кулінарна культура сучасного міста не може представляти будь-яку одну культурну традицію. Незважаючи на можливість існування кулінарної символіки, місто зазвичай презентує своєрідний кулінарний «мікс» з різних національних кухонь і стилів харчування. Особливий статус мають публічні місця споживання їжі, які, функціонуючи в найрізноманітніших варіантах, надають додаткового значення самому процесу споживання їжі, що стає способом утвердження себе в очах іншого. Більше того, масова свідомість за допомогою ЗМІ й реклами зацікавлюється метафізичною стороною їжі та харчування, а часом й екзистенціальним змістом, фіксує взаємозв'язок їжі та її вплив на внутрішній світ людини, її душевний стан.

Це дослідження, попри його очевидне значення для теорії культури (культурологічні дослідження гастрономічної проблематики, з одного боку, надають нові знання про сферу харчування, а з іншого, — змушують дещо по-іншому розглянути співвідношення традиційного та інноваційного в культурогенезі, процеси самоідентифікації, що є важливим для прояснення загальних питань теорії та історії культури), не висчерпує всіх аспектів дослідження: подальшого вивчення потребують питання їжі як фрагменту національної картини світу, культурної уніфікації у сфері харчування, структури, функцій та форм репрезентації гастрономічної культури українців.

#### Список посилань

- Барт, Р. (2003). К психосоциологии современного питания. С. Зенкина (Пер. с фр.). *Система Моды. Статьи по семиотике культуры.* (с. 366–378). Москва: Издательство имени Сабашниковых.
- Бодрийяр, Ж. *Общество потребления.* Взято из: [http://royallib.com/book/bodriyyar\\_gan/obshchestvo\\_potrebleniya.html](http://royallib.com/book/bodriyyar_gan/obshchestvo_potrebleniya.html)
- Бурдые, П. (2001). *Практический смысл.* А. Т. Бикбов, К. Д. Вознесенская, С. Н. Зенкин, Н. А. Шматко (Пер. с фр.). Москва, Санкт-Петербург: Институт экспериментальной социологии; Алетейя.
- Дуглас, М. (2000). *Чистота и опасность: Анализ представлений об осквернении и табу.* Р. Громова (Пер.). Москва: КАНОН-пресс-Ц, Кучково поле.
- Кириленко, С. А. (2002). Культурная унификация в сфере питания как отражение функционализации телесного опыта. *Альманах «Studia culturae», Studia culturae, 3,* 111–125.
- Козлов, А. И. *Пища людей. Серия: Наука для всех.* Взято из <http://padabum.com/d.php?id=100732>
- Леви-Стросс, К. (2006). *Мифологики: Сырое и приготовленное.* А. З. Акопян и З. А. Сокулер (Пер. с фр.). Москва: FreeFly.
- Лич, Э. (2001). *Культура и коммуникация: Логика взаимосвязи символов. К использованию структурного анализа в социальной антропологии.* И. Ж. Кожановская (Пер. с англ.). Москва: Восточная литература.
- Ніколенко, В. В. (2015). *Гастрономічні детермінанти суспільного життя: соціологічний вимір.* (Дис. на здобуття наук. ступеня д-ра соціол. наук: 22.00.01). Харків.
- Ритцер, Д. *Макдональдизация общества.* А. Лазарев (Пер. с англ.). Взято из [http://socioline.ru/files/5/316/ritcer\\_dzhordzh\\_-\\_makdonaldizaciya\\_obshchestva\\_5\\_2011.pdf](http://socioline.ru/files/5/316/ritcer_dzhordzh_-_makdonaldizaciya_obshchestva_5_2011.pdf)
- Сохань, И. В. *Гастрономическая культура глобализирующегося общества — проблемы и перспективы.* Взято из [https://www.hse.ru/data/2012/02/29/.../Сохань\\_статья.pdf](https://www.hse.ru/data/2012/02/29/.../Сохань_статья.pdf)

#### References

- Barthes, R. (2003). To the psychosociology of modern nutrition. S. Zenkina (Transl. from French). *Fashion System. Articles on semiotics of culture.* (pp. 366–378). Moscow: Publishing house named after Sabashnikovs. [In Russian].
- Baudrillard, J. *Consumer Society.* Retrieved from: [http://royallib.com/book/bodriyyar\\_](http://royallib.com/book/bodriyyar_)

- gan/obshchestvo\_potrebleniya.html [In Russian].
- Bourdieu, P. (2001). *Practical meaning*. A. T. Bikbov, K. D. Voznesenskaya, S. N. Zenkin, N. A. Shmatko (Transl. from French). Moscow, St. Petersburg: Institute of Experimental Sociology; Aletheia. [In Russian].
- Douglas, M. (2000). *Clean and Dangerous: Analysis of ideas of desecration and taboo*. R. Gromov (Transl.). Moscow: KANON-press-C, Kuchkovo pole. [In Russian].
- Kirilenko, S. A. (2002). Cultural unification in the field of nutrition as a reflection of the functionalization of bodily experience. *Almanac «Studia culturae», Studia culturae*, 3, 111–125. [In Russian].
- Kozlov, A. I. *The food of people*. Series: Science for all. Retrieved from <http://padabum.com/d.php?id=100732> [In Russian].
- Levi-Strauss, K. (2006). *Mythology: Raw and cooked*. A. Z. Akopyan and Z. A. Sokuler (Transl. from French). Moscow: FreeFly. [In Russian].
- Leach, E. (2001). *Culture and communication: The logic of the relationship of symbols. To the use of structural analysis in social anthropology*. I. Zh. Kozhanovskaya (Transl. from English). Moscow: Eastern Literature. [In Russian].
- Nikolenko, V. V. (2015). *Gastronomic determinants of social life: sociological dimension* (Doctor's thesis: 22.00.01). Kharkiv. [In Ukrainian].
- Ritzer, D. *MacDonaldization of Society*. A. Lazarev (Transl. from English). Retrieved from [http://socioline.ru/files/5/316/ritcer\\_dzhordzh\\_-\\_makdonaldizaciya\\_obshchestva\\_5\\_2011.pdf](http://socioline.ru/files/5/316/ritcer_dzhordzh_-_makdonaldizaciya_obshchestva_5_2011.pdf). [In Russian].
- Sokhan, I. V. *The gastronomic culture of a globalizing society — problems and perspectives*. Retrieved from [https://www.hse.ru/data/2012/02/29/.../Sohan\\_State.pdf](https://www.hse.ru/data/2012/02/29/.../Sohan_State.pdf). [In Russian].

UDC 316.728 + 392.81

**O. P. Pliuta**, postgraduate student, Kyiv National University Culture and Arts, Kyiv

plyuta-olena@ukr.net

## **UKRAINIAN CUISINE IN THE MODERN SOCIETY**

**The aim of this paper** is to give the culturological analysis of the Ukrainian cuisine as a heuristic concept that gives an opportunity to see an informative detail of the contemporary social life.

**Research methodology.** The work is based on the methodology of complex analysis, which involves applying to the methods of various liberal sciences (cultural studies, philosophy, history) with a view to deeper penetration into the essence of the phenomenon under investigation and to obtain the fullest knowledge of it.

**Results.** The author pays attention to the influence of social culture on the choice of food, the emergence of the processes of globalization of the so-called “supranational”, unified food, its advantages and disadvantages are indicated. The author describes the significant influence on the change in the nature and content of food of new types of rationality: reflexivity, macdonaldization;

the principles of the latter (efficiency, costing, predictability and control). The essence of fast food, as symbolic for the globalized world of food, and the processes of Americanization and Westernization of food, are revealed. Significant changes in the nutrition culture are associated with the extreme symbolization of food. It is concluded that globalization with its new models of spatial organization of socio-cultural reality has made some form of demand for the gastronomic culture and deactivates others.

**Novelty.** This work is one of the first attempts of Ukrainian liberal sciences to explore cuisine as a heuristic concept that enables you to see the informative detail of the contemporary social life.

**The practical significance.** The results obtained can be used in further cultural studies of the Ukrainian cuisine, as well as in teaching courses on the theory and history of culture.

**Key words:** *culture, cuisine, gastronomy, food practices, consumption, food.*

Надійшла до редколегії 03.04.2017 р.