Контрольная работа по дисциплине «Введение в специальность»

**«Общество и кухня»**

**Содержание**

Введение

1. Особенности символизации пищи в современном обществе

### 2. Народная кухня и современность

3. Мода на кухню

Заключение

Список литературы

**Введение**

Тема контрольной работы – «Общество и кухня».

**Общество** — многозначное понятие, используемое для определения, как социальных систем различного уровня, так и объединений людей, имеющих общность происхождения, положения, интересов и целей. В самом широком смысле общество означает обособившуюся от природы часть материального мира, совокупность исторически сложившихся форм совместной деятельности людей — социум. В более узком смысле общество есть сложная социальная система, основным элементом которой являются люди с их связями, взаимодействием и отношениями.

**Кухня** - (от лат. culina — кухня), искусство приготовления из сырых растительных и животных продуктов разнообразной пищи.

Данные понятия объединены между собой по нескольким аспектам. Во – первых, пища является для каждого члена общества одной из важнейших физиологических потребностей, наряду с такими потребностями как сон и многие другие (теория потребностей Маслоу), во – вторых, такие понятия как «общество» и «кухня» связаны между собой культурным аспектом, а именно устоявшимися на протяжении довольно длительного времени обычаями и традициями в социальной среде.

Основная цель работы - определить и рассмотреть именно культурную связь между такими понятиями как «общество» и «кухня».

Главные задачи:

* Получить исторические сведения о развитии искусства кулинарии (кухни)
* Описать особенности пищи в современном обществе

В первой части работы описывается значение кухни и ее роль для общества на различных стадиях его развития – начиная с древнейших времен и до современного этапа. Эта часть работы основана на анализе исследований знаменитого ученого Леви – Строса, который посвятил данной теме многие свои труды.

Во второй части работы рассматривается культурное своеобразие кухонь различных народов, производится описание каждой из них и сравнение между собой.

И в заключение работы рассматривается вопрос о моде на кухню. Здесь подробно выявляются основные критерии популярности одной какой-то кухни в сравнении с другими.

**1. Особенности символизации пищи в современном обществе**

«Когда я ем, я глух и нем», – эта старая поговорка, верно отражая нормы потребления пищи как физиологического процесса, совершенно не соответствует огромной символической роли пищи в культуре, ее способности быть средством коммуникации. Cложность исследования символического значения пищи, как и других предметных реалий культуры, связана с тем, что она не создана специально для передачи сообщений. Специфика знаковых свойств бытовых предметов определяется их промежуточным положением между миром утилитарным и миром символическим. От соотношения этих свойств зависит семиотический статус вещи, исследованный А.К. Байбуриным на широком этнографическом материале. Высокий семиотический статус, т.е. способность передавать значения, вещь приобретает, становясь частью определённой знаковой системы. Такими формами символизации вещи являются, например, ритуал и этикет, дизайн и мода, музей и искусство. В разных типах культуры доминирующее значение приобретают различные знаковые системы, изменяющие семиотический статус вещных объектов. Так, в традиционной культуре – это ритуал, а в современном обществе – показное потребление и реклама.

Пища также приобретает знаковые функции при вхождении в определенную знаковую систему. Информативные коды пищи возникают в процессе коммуникации, тесно связаны с социальным и культурно-историческим контекстом. Истоки символического значения пищи, как известно, лежат в глубокой архаике, в недрах мифологического сознания, тщательно исследованного К. Леви-Стросом. Семиотический статус традиционной пищи чрезвычайно высок. Любая трапеза имеет бытовую обрядность, восходящую к архаическим ритуалам, к жертвоприношению. При этом, первичность утилитарного в пище еще более неочевидна. Так, архаические пищевые табу мало связаны с представлением о питательной ценности. Продукты, обладающие высоким семиотическим статусом (ритуальная пища), не рассматриваются как способ утоления голода либо, наоборот, употребляются чрезмерно, превышая всякий порог насыщения.

В культуре модерна происходит процесс десакрализации пищи, который, однако, не означает ее десимволизации. Пища приобретает статусную функцию, которую, прежде всего, выражает идея вкуса. Рождение вкуса в буржуазном обществе, согласно концепции П. Бурдье, порождается символическим противостоянием классов.

В постиндустриальном обществе продукты и сам процесс питания приобретают новые значения, их символизация получает свои особенности и формы. Это связано с рядом социокультурных факторов: процессом глобализации; формированием новой структуры неравенства горизонтального типа; становлением общества потребления, виртуализацией и визуализацией культуры. Эти разнообразные факторы вызывают достаточно противоречивые тенденции в сфере потребления пищи. Среди них, по мнению С.А. Кириленко, доминируют рационализация и унификация питания, что проявляется в валеологическом подходе к пище, ориентации на критерии науки о питании и отражает функционализацию телесного опыта и формирование нового габитуса человека.

Однако современная практика потребления свидетельствует о наличии и иных тенденций, связанных с его символическим характером, отражающем переход от потребления вещей к потреблению знаков. Теоретическим основанием изучения этих процессов является концепция, предложенная Ж. Бодрийяром. Согласно его идеям, в обществе потребления появляется новый тип «функциональных» объектов, которые становятся частью знаковой системы этого общества, преодолевая свою первичную (утилитарную) функцию ради вторичной (символической). В сфере питания мы также можем очертить проблему появления «функциональной» пищи, которая, обладая высоким семиотическим статусом, становится знаком тех или иных отношений. При этом, одной из важнейших форм символизации пищи становится реклама. Показательно, что среди товаров личного потребления, чаще всего встречающихся в рекламе, первое место занимают продукты питания.

Основные способы символизации пищи в рекламе связаны с использованием принципов построения рекламного образа посредством репрезентации идей, героев и ситуаций. На основе их анализа можно выделить типы символических значений «функциональной» пищи: пища-новинка и серийная пища, здоровая пища, мобильная пища, молодежная пища и «пища досуга», «пища-путешествие».

Сегодня наблюдается чрезвычайное разнообразие и мобильность символических значений, эксплуатируемых в сфере производства, продвижения и потребления продуктов питания, которое принимает порой хаотичные, коллажные формы. Реклама пищи обращается к элементам социальной памяти, сохраняющимся в недрах культурного сознания, актуализируя архаические значения пищи. Так, символическая взаимосвязь пищи и сексуальности достаточно часто репрезентируется в современной рекламе. Вместе с тем, появляются новые мифологизированные представления, к которым, в частности, относится миф о «здоровой пище», которой конструируется средствами массовой информации и, в том числе, рекламой. Благодаря им, утилитарные, на первый взгляд, характеристики полезной, диетической пищи обретают знаковые функции. Пища, маркированная как «здоровая», является неотъемлемой частью и индикатором определенных жизненных стилей: субкультуры фитнеса и здорового образа жизни. Универсальная пища Макдональдса также не является «культурно-нейтральной», а связана с такими ценностными доминантами современного общества как мобильность, универсализм, молодость.

Особенности языка рекламы порождают визуализацию и виртуализацию потребления пищи. Рекламный образ, марка, упаковка – все это вытесняет реальную пищу из пространства потребления, заменяя ее невещественными, виртуальными конструктами. Так происходит становление «пищи-симулякра», с помощью рекламы превращающейся в знак. Пищевые продукты персонализируются, приобретая все больше дополнительных неутилитарных отличий, ориентированных на новизну и формирующих целые продуктовые серии и коллекции. Развивается «питание глазами» – на первый план выходят цвет, форма, внешний вид продукта, имитируя неограниченную свободу выбора.

Полуфабрикаты, непритязательная домашняя кухня имеет низкий семиотический статус, выполняя, прежде всего, функцию утоления голода. Однако в процессе выхода из этого рутинного, повседневного пространства в виртуальное пространство массовой культуры и индустрии досуга на первый план выступает символическая функция пищи. Престижность, знаковость того или иного продукта связывается в первую очередь со способом его потребления – дифференцированного (ресторан с индивидуальным выбором потребителя) или унифицированного (фаст-фуд). Любопытно, что в модных парижских барах-ресторанах еда занимает далеко не главное место. Большую роль здесь играет особая атмосфера, в особенности, музыкальное оформление, которое даже выпускается на дисках и приносит немалую прибыль своим создателям. Здесь очевидна функция рекреации и идентификации: пища и различные способы ее потребления является неотъемлемой частью индустрии досуга.

В связи с этим, сомнительно, что в скором времени верх возьмут лишь утилитарные функции пищи, а утопия «пищи будущего», синтезированной из жизненно необходимых элементов, «в виде капсул, проглатывание которых предполагает удовлетворение потребностей помимо возможности испытывать удовольствие/неудовольствие» станет повседневной реальностью. Если бы людям была безразлична форма удовлетворения потребностей в питании, не было бы того разнообразия пищи, культурных и социальных различий в пищевых пристрастиях, которое мы наблюдаем и по сей день. Скорее всего, трансформация этих различий будет связана с изменением их факторов.

Потеря главенствующей роли вкуса в маркировке социального неравенства современного общества, безусловно, имеет место, но связан этот процесс скорее с формированием структуры неравенства нового горизонтального типа. Критерием дифференциации общества здесь становятся не столько экономический статус, сколько разнообразие стилей жизни. В мозаичном постидустриальном обществе на первый план выходит свободный выбор тех или иных продуктов и образцов питания, неограниченный этнической или территориальной принадлежностью.

Неоднозначным также представляется утверждение, что в связи с глобализацией верх возьмут процессы универсализации пищи. Сети быстрого питания типа Макдональдс представляют собой не единственный аспект глобализации питания. Их теснят конкуренты, предлагающие экзотическое меню, итальянскую, мексиканскую, китайскую, японская и карибскую кухни, а также стиль фьюжн. Не случайно, одна из ярких постмодернистских метафор культуры, отражающая нонселективный характер культурного наследования, – это образ шведского стола. «Всеядность» современной культуры в прямом смысле выражается в интересе к различным традициям питания, их свободном отборе и слиянии. Это отражается и в рекламе пищевых продуктов, эксплуатирующей географические и исторические образы, благодаря которым потребитель открывает для себя разнообразие мировой культуры и наследия прошлого.

При этом, пища как знак уже не отсылает к конкретным событиям и традициям, но служит обозначением абстрактных, плохо систематизированных явлений и отношений. Информационным каналом в «пищевой» коммуникации современного общества являются способы потребления пищи, обстановка и окружение, в котором осуществляется обмен теми или иными значениями. Мы получаем удовольствие не столько от самого физиологического процесса еды, сколько от его символического контекста. Образы и символы, заменяющие собой реальные пищевые продукты, отсылают к другим виртуальным образам, соединяясь хотя и в хаотичный, но самодостаточный, гиперреальный мир успеха и счастья.

### 2. Народная кухня и современность

От поколения к поколению передавали люди опыт приготовления пищи. Они бережно хранили все традиции, связанные с едой, понимая, что пища - основа жизни, здоровья и благополучия.

Ещё в Древней Греции возник культ Акслепия, мифического врача - целителя, получившего в Риме имя Эскулап. Его дочь Гигея считалась покровительницей науки о здоровье, а верной помощницей поварского дела, получившего название "кулинария" (от лат. Culina - кухня).

Кухня каждого народа, традиции и обычаи, связанные с едой, - одна из важнейших частей его материальной культуры. Народная кухня самобытна и отражает историю народа, его национальные вкусы, характер.

Основные черты народной кухни складывались под влиянием природных условий и особенностей хозяйственного уклада. Так, в рационе народов Севера преобладали оленина и мясо морских животных; у народов Средней Азии - блюда из риса и баранины; у молдаван - из кукурузы и т.д.

Народная кухня формировалась в соответствии с условиями жизни и уровнем развития кулинарной техники. У народов, которые вели в прошлом кочевой образ жизни, до сих пор преобладают блюда, приготовленные в подвесных котлах, у народов Кавказа - жаренные на вертелах, в русской кухне - блюда, приготовленные в русской печи (мясо, жаренное крупным куском, тушёные блюда, блюда, запеченные на сковородах, и т.д.).

В народной кухне нашли отражение религиозные воззрения народа: мусульмане не едят свинины; многие буддисты - вегетарианцы, а некоторые не едят говядины; иудаисты делят пищу на кошерную и трефную (дозволенную и недозволенную); все блюда православных христиан делятся на постные и скоромные.

Народная кухня развивается под влиянием культурного обмена с другими народами. Это естественный и закономерный процесс. Всякие попытки очистить народную кухню от иноземного влияния бессмысленны.

Основные черты русской народной кухни сформировались во времена, когда на берегах Днепра возникли крупные культурные и политические центры восточных славян. Русская кухня складывалась на основе хозяйственного уклада древних славянских народов - землепашцев и скотоводов. В хозяйстве большую роль играли также охота, рыболовство и бортничество (собирание дикого мёда). Поэтому в основе её лежит гармоничное сочетание продуктов животного и растительного происхождения. Русская печь, которая появилась у древних славянских племён около 3 тыс. лет назад, во многом определила характерные черты национальной кухни: особую роль заправочных супов, которые готовились в горшках; обилие и разнообразие мучных и выпеченных изделий, тушеных и запеченных блюд; жарку мяса и птицы крупными кусками и целыми тушками. Для русской кухни характерно использование разнообразных продуктов, ассортимент их с каждым годом увеличивается (новые виды овощей, океанические рыбы, нерыбное сырьё водного происхождения и т.д.).

### Еще в первобытном обществе наметилось разделение труда среди членов семьи, рода и племени. Чаще всего добыванием пищи занимались мужчины, а ее приготовлением - женщины. Так было и в русских крестьянских семьях. Приготавливали пищу в жилых помещениях. Для этого отводилось место у русской печи (упечье, кут). Уже в Древней Руси в княжеских дворах, домах богатых людей и в монастырях появились повара-профессионалы. Тогда же появились поварни в жилых строениях, а затем во дворах и огородах. Слово "кухня" было заимствовано из немецкого языка лишь в эпоху Петра I.

В Московском Кремле уже в XV-XVI вв. существовала целая система продовольственного обеспечения: Хлебный дворец с многочисленными пекарнями; Кормовой дворец, в ведении которого находились поварни; Сытный дворец, ведавший приготовлением напитков. Во дворцах работали многочисленные высококвалифицированные повара, приспешники (помощники поваров), ученики поваров.

Развитие профессиональной кулинарии связано с появлением предприятий внедомашнего питания. Возникли они еще в Древней Руси. Вначале это были корчмы (от славянского корня "корм"), в которых путники могли найти приют и пищу.

Национальная кухня – своеобразное отражение экосистемы, в которой формировался этнос. Влияние экологических условий выражается не только в степени доступности пищевых ресурсов или уровне интенсивности обмена веществ у обитателей того или иного региона планеты. Специфика конкретных биотопов влияет и на возникновение «национальных традиций питания». Потребности организма в питательных веществах (нутриентах) в сочетании со специфическими ресурсами природной среды обитания ведут к формированию привычек и традиций, которые закрепляются на столетия.

Итальянец, приглашая к совместной трапезе, предложит разделить с ним «углеводы» – слово "pasta" означает для него не только спагетти или мучные блюда, но и «пищу» вообще. Приглашение нашего земляка отражает экологическую специфику бедной минеральными веществами Среднерусской возвышенности. Русский человек зовет гостей на «углеводы с микроэлементами»: «хлеб да соль». В Гренландии пища традиционно обозначается тем же словом, что и мясо, "neri". Эскимосские (инуитские) термины, имеющие отношение к еде, являются производными: «принимать пищу» - "nerivoq". Приглашение к еде звучит как "nerisassat", что обычно сокращается до "neri...". Пир понимается как праздник с большим количеством мяса, "nerersuarneq" (Larsen, Oldenburg, 2000).

Формировавшиеся в древности обычаи питания, которые сегодня зачастую выглядят «нелепыми» и даже «вредными», были жизненно необходимы для наших предков. Огромное количество пряностей в блюдах восточной кухни – консервант, помогавший сохранить продукты в жару, и вместе с тем – стимулятор активности органов пищеварения, необходимый в условиях жаркого климата. Сохранению продуктов и, возможно, снижению холодовой чувствительности служило чрезвычайно высокое содержание поваренной соли в традиционной диете японцев. Сегодня мы знаем, что чрезмерно острые блюда грозят гастритами и язвой желудка и могут приводить к раковым поражениям полости рта и пищевода, а излишне соленая пища способствует развитию артериальной гипертонии. Но в течение веков болезни, которые отсроченно развивались вследствие несбалансированности рационов, оставались менее грозной опасностью по сравнению с возможной быстрой гибелью от недоедания.

Многие особенности питания коренных жителей Арктики, высокогорья, тропиков или пустынь кажутся большинству из нас «странными», «экзотическими». Но различия наших диет не только естественны, но и неизбежны.

Питание – важнейший элемент адаптации любого существа. Нет оснований полагать, что потребности в поступлении вещества и энергии с пищей принципиально различаются у жителя Нью-Йорка, Перми или Куала-Лумпура, скотовода засушливой саванны Восточной Африки, морского зверобоя Чукотки, индейца-кечуа Перуанских Анд, или что они были совершенно иными у палеолитического охотника на мамонтов из Поднепровья. Но вместе с тем ясно, что для каждого из них были и остаются предпочтительными разные стратегии как сохранения энергии, так и ее пополнения (питания).

Эти стратегии основываются на долговременных адаптациях к среде обитания – как биологическим путем (он приводит к формированию адаптивных типов), так и в результате культурно-хозяйственных изменений в обществах (образование различных систем жизнеобеспечения).

В результате длительной биологической приспособительной реакции популяций человека формируется адаптивный тип – совокупность людей, обладающих специфическими морфологическими и физиологическими особенностями организма. Адаптивный тип представляет собой внешнее выражение биологической нормы реакции, конвергентно возникающей в сходных условиях обитания. Антропологи выделяют адаптивные типы умеренного климата, континентальный, арктический, высокогорный, аридный (пустынный), тропический (Алексеева, 1998).

Формирование адаптивного типа включает образование специфических анатомо-физиологических механизмов, обеспечивающих, помимо прочего, сходную адаптацию к обусловленному средой составу пищевых продуктов. Такое конвергентное сходство могут приобретать особенности питания народов, не связанных между собой генетическим родством, но живущих в регионах, близких по климатическим условиям и наличным ресурсам. Удивительно схожи, например, тип питания и состав пищи коренных жителей высокогорья Памира, Анд, Кавказа и Тибета. Значительным сходством характеризуется питание аборигенов высоких широт Евразии, Северной Америки и крайней оконечности Америки Южной – вымерших ныне огнеземельцев.

Но даже у представителей одного адаптивного типа пищевой режим и разнообразие используемых пищевых продуктов могут сильно различаться. Например, в рацион охотников-собирателей Центральной Австралии, представителей аридного (пустынного) адаптивного типа, входило около 360 видов животных и растительных организмов. С другой стороны, диета жителей засушливой саванны Восточной Африки, скотоводов племени туркана, очень однообразна: одно только молоко домашних животных обеспечивает им от 40 до 60% общего поступления калорий.

Различия такого рода – следствие формирования у представителей одного адаптивного типа разных систем жизнеобеспечения: экологически обусловленных форм социального поведения, обеспечивающих коллективу существование за счет ресурсов конкретной среды обитания.

Система жизнеобеспечения представляет собой взаимосвязанный комплекс особенностей производственной деятельности, демографической структуры и расселения, трудовой кооперации, традиций потребления и распределения «благ комфорта». Элементы этого комплекса взаимосвязаны. Например, недостаток ресурсов среды может приводить к закрепленному обычаями избавлению от «лишних ртов» (от отселения членов определенной возрастно-половой или социальной группы до прямой элиминации, умерщвления части новорожденных или стариков); к расширению рациона путем введения новых видов пищи (экстремальный пример – каннибализм); к более жесткому распределению ресурсов в пределах группы.

Эффективность функционирующих в пределах сходных климато-географических регионов систем жизнеобеспечения может различаться на несколько порядков. Культурные и технологические приемы эксплуатации человеком трофических цепей обеспечивают повышение количества и качества пищи. Так, в тропических популяциях при переходе от мобильной охоты и собирательства к интенсивному орошаемому земледелию в сочетании с молочным животноводством, энергетическая эффективность систем традиционного жизнеобеспечения может повыситься в 630 раз, а плотность населения при этом возрасти в 480 раз.

Таким образом, можно заключить, что благодаря культуре человек, вернее, сообщества людей, могут использовать наличные ресурсы среды обитания гораздо более эффективно, а главное, несравнимо более гибко, чем животные.

Чрезвычайно важный момент заключается в том, что человек способен изменить добываемый им природный продукт. В основе питания человека лежат те же анатомо-физиологические процессы, что и у других млекопитающих, но люди уникальны своей способностью перерабатывать исходное пищевое сырье (Розин, 1995). Наиболее примитивная кулинарная обработка продуктов направлена на то, чтобы сделать питательные вещества более доступными и легко усваиваемыми, а также удалить возможные токсические вещества или понизить их содержание. Более развитая кулинарная практика стремится придать продуктам некоторые особые свойства. Характерно, например, стремление придать продуктам растительного происхождения черты, характерные для мясной пищи: ее вкус, жирность, чувство сытности, текстуру, внешние отличия.

Но в человеческих обществах пища приобретает еще и символическое значение, становясь одним из водоразделов между «природным» и «культурным», «человеческим» и «божественным», «своим» и «чужим». В некоторых ситуациях отказ чужака от «правильной» пищи может восприниматься как знак его «нечеловеческой» сущности. Кухня и пища – знак, позволяющий отличить «своих» от «чужих», еще один барьер, противопоставляющий две извечные сущности: «они» и «мы».

Коллеги рассказывали мне о случае, который произошел в 1980-х годах в перуанских Андах.

Немец-антрополог, исследовавший стоянки древних индейцев в высокогорных районах, был застигнут непогодой. Уже под дождем он спустился в ближайшее индейское селение и попросил разрешения переночевать в одной из хижин. Хозяева посматривали на него искоса, о чем-то в сторонке перешептывались, но ученый отнес это на счет известной замкнутости горцев, тем более что в приюте ему не отказали. Собственно, человеку, имеющему неплохое снаряжение для экспедиционной работы в горах, ничего особенного и не требовалось – была бы «сухая» ночевка. Запас продуктов у него был достаточным, и когда хозяева довольно неприветливо предложили ему воды, он отказался: в скотоводческих селениях вода вполне может оказаться небезопасной в гигиеническом отношении, уж лучше воспользоваться витаминизированным соком из своей бутылки. Вежливо отверг и предложенную затем пищу (тоже еще неизвестно, как ее готовили), разогрел на своей портативной газовой плитке походный концентрат, перекусил, и забрался в свой спальный мешок. Этой же ночью антрополог был убит.

По неведению бедняга совершил несколько поступков, которые совершенно ясно показали всем понимающим людям, что он – опасный колдун, а может быть, даже оборотень, который может принести несчастье целому селению. Прежде всего, он во время дождя спустился с гор в селение, а все андские индейцы знают, что это один из верных признаков колдуна. Но главное – он подтвердил, что не является человеком, поскольку отказался от нормальной, «человеческой» воды и пищи. Он ел и пил что-то иное, не такое, что едят «все люди», что-то «нечеловеческое»…

Человек, в отличие от животного, не относится к пище просто как к веществу, необходимому для поддержания жизнедеятельности. Пищевые запреты и непищевое использование потенциальных продуктов – феномены чисто человеческие. Для нас, людей, чрезвычайно важно символическое значение пищи. Вспомним о глубинном смысле библейского выражения «преломить с кем-либо хлеб». Совместная трапеза воспринимается человеком совсем не так, как поедание добычи членами волчьей стаи или львиного прайда после удачной охоты. Одна из особенностей питания человека заключается в том, что люди едят не только для того, чтобы утолить голод, то есть восполнить потребности организма в энергии и необходимых веществах: существуют различные виды ритуальной пищи (праздничной, поминальной, символической).

Недаром во многих обществах независимо возникала специфическая форма родства – родство по кормлению, или родство по еде (Бутинов, 1992). Пища в этом случае воспринимается как мера всех вещей: община, родство, престиж осмысливаются и выражаются через пищу. Члены общины вместе живут на территории, которая их кормит; их пища растет на этой земле; следовательно, в самой земле есть некая субстанция, которая из земли переходит в пищу, из пищи – в тела людей и создает родство между ними.

Родство по пище зачастую считается более важным, чем родство по зачатию. Это отражается в поверьях не только «экзотических» народов, но и европейцев. В античной Европе различали два понятия: генитор и патер. Генитор – тот, кто зачал ребенка, «биологический предок». Патер – тот, кто ребенка кормит, растит и воспитывает. Отец – именно патер (само это слово происходит от корня, означающего «кормить», «воспитывать»). Родителем мог быть один человек, отцом – другой (причем патер считался более значимым, важным).

Чрезвычайно важно отношение человека к пище и кухне, как символам культуры, антиподам «природного».

Согласно воззрениям южноамериканских индейцев, именно приготовление пищи свидетельствует о переходе от «природного» к «культурному». Благодаря кухне и посредством нее обретают определенность как условия человеческого существования, так и все его атрибуты, даже те, которые могли бы на первый взгляд показаться бесспорно природными по своему происхождению. «В отличие от оленя, [индеец] тараумара не ест травы, но он помещает между травой и своим аппетитом сложный культурный цикл, требующий использования домашних животных и ухода за ними… Тем более тараумара не койот, довольствующийся вырванным из еще трепещущего животного куском мяса, который он съедает сырым. Между мясом и голодом тараумара помещает целую культурную систему приготовления пищи» (Леви-Стросс, 1999).

Подобным образом культурные традиции поддерживают ряд пищевых запретов – ограничений, которые накладываются на употребление в пищу потенциально съедобных продуктов. Например, тундровые ненцы не едят грибов, объясняя это тем, что грибы – пища северного оленя, а не человека. Действительно, олени с удовольствием едят грибы, но неужели только из-за этого люди искусственно сужают свою пищевую базу, «отсекая» существенный источник белка и калорий? А может быть, такие «странные» обычаи имеют какую-то биологическую основу?

пища кухня кулинария общество

**3. Мода на кухню**

Сегодня стало очень модным говорить о моде на кухню. Можно часто встретиться с таким понятием как «модное место», «модное заведение», «модный ресторан» и т.п. Разброс мнений о ресторанной моде крайне велик: от полного неприятия: «ресторанной моды не существует» - до такого, например, как «Макдоналдс - модный фастфуд». Не меньше споров о том, чем отличается модный ресторан от известного или известный ресторан от популярного.

С научной точки зрения, мода — это социально-психологическое явление, которое проявляется в регулировании поведения людей. Как же она влияет на поведение человека? Каков психологический механизм воздействия моды? Понять это можно с помощью анализа структурных элементов моды.

В моде следует различать объекты, стандарты, значения (знаки моды) и модное поведение. Под модными объектами понимают вещи, идеи, слова, произведения искусства, формы или размеры вещей и объектов и т.д. Короче, модные объекты — это любые объекты, которые оказываются в моде, например, это может быть коктейль «Кровавая Мэри» или сигара «Гавана», мини-юбка или джинсы, видеомагнитофон или автомобиль, песня или кинофильм.

В свою очередь, объекты являются элементами того или иного модного стандарта, средством его реализации. Например, нам хорошо знаком, по западным фильмам, модный стандарт богатого человека. Кто-либо из персонажей, желая подчеркнуть состоятельность героя фильма, например, говорил: «Он пьет «Бифитер», курит «Гавану» и ездит на «Кадиллаке». Посмотрите фильмы о Джеймсе Бонде. Все они в той или иной степени выполняли функцию образца, предлагали определенный модный стандарт. Но, конечно, мы понимаем, что в каждой культуре в различное время существуют свои модные стандарты. Сегодня в России хорошо известен стандарт «нового русского».

Итак, модный стандарт проявляется в использовании модных объектов в повседневной жизни. Он задает образцы и правила поведения. Под модными значениями (знаками моды) понимают изменение смысла, изначального предназначения того или иного объекта или стандарта, то есть, например, мобильный телефон в руках человека уже служит не только средством связи, но и является знаком его (человека) современности и состоятельности, признаком модности. Или, например, гость заказывает в ресторане суши. Это может быть не только выражением его вкусовых предпочтений. Знакомство с суши — знак моды, знак современности.

Модные ценности — это какие-либо важные интересы и нормы, которым следует человек в повседневной жизни, которые он считает не только обязательными, но и увлекательными, захватывающими. Например, вы считаете, что «здоровый образ жизни» является самостоятельной ценностью. Если идея разделяется не одним человеком, но и другими членами социальной группы, общества и становится популярной, то ее можно рассматривать как отдельную, модную в данном сообществе ценность. Примером модной ценности может быть: отказ от курения, отказ от приема алкоголя, занятие шейпингом или бодибилдингом, общение с новыми и интересными людьми, употребление вкусной оригинальной пищи, прослушивание музыки и т.д.

Итак, модная ценность — это получивший широкое распространение конкретный устойчивый интерес (увлечение), обладающий признаками престижности, современности. Модное поведение — это поведение, ориентированное на стандарты, объекты и ценности моды. То есть такое поведение, когда человек пытается подражать образцам моды, владеть модными объектами и стремится следовать личностно значимым ценностям, которые воспринимаются окружающими как престижные и современные. Например, следование такой ценности, как «здоровый образ жизни», может проявляться в посещении витаминных баров, в контроле потребляемых калорий, отказе от блюд с повышенным содержанием холестерина, употреблении в пищу блюд растительного происхождения, отказе от алкоголя и курения, посещении фитнеса, активном отдыхе и т.п. (Более детально с вопросами теории моды можно ознакомиться в книге А.Б. Гофмана «Мода и люди».)

Что же такое модный ресторан? Модный ресторан — это заведение, бывать в котором, пользоваться услугами которого престижно и современно. Посещение такого ресторана, упоминание об этом в разговоре — «знак моды», свидетельство изысканного вкуса, высокого стиля жизни и положения в обществе. Это ресторан, который у всех на слуху. Но не как место, где можно недорого перекусить в обед, а как место, где высокая, изысканная кухня, как место, где можно встретить известных, публичных людей, место, соответствующее высокому жизненному стандарту конкретного гостя и его окружения. То есть, исходя из рассмотренной выше структуры моды, ресторан может быть как объектом моды и входить в качестве элемента в конкретный модный стандарт, так и модным значением (знаком моды).

Каким же образом ресторан становится модным, как идет процесс приращивания, приобретения заведением модных качеств? Изначально в основе деятельности по формированию у ресторана модного статуса лежит глубокое знание психологии предполагаемых гостей и знание имеющих в настоящее время хождение модных стандартов. Большинство потребителей, направляясь в ресторан, как минимум рассчитывают получить удовольствие от еды и атмосферы. А на что рассчитывают инвесторы и менеджеры, вкладывающие деньги в ресторанную индустрию? Они надеются на то, что реализованная ими при открытии ресторана совокупность идей приведет их бизнес к успеху. С чем мы имеем здесь дело? От чего зависит успех? С одной стороны — с ожиданиями гостей, с их представлением о ресторанной услуге. С другой стороны — с реконструкцией этих ожиданий и последующей их реализацией в конкретном ресторанном проекте. Чего же хотят гости? Вещи совершенно простые и известные всем: вкусной еды и психологически комфортной атмосферы. Здесь-то и начинаются разночтения. Что такое вкусная еда? Ответов великое множество, экспериментов тоже, есть удачные. Хотя в принципе понятно, о чем речь. А атмосфера? Здесь сосредоточены различия большинства ресторанных проектов. Но прежде чем перейти к их анализу, давайте договоримся — кухня имеет большое значение. Она должна быть на высоте, это необходимое условие, иначе не о чем разговаривать.

Каким образом «атмосфера ресторана» воздействует на гостя? Рассмотрим это на примере тематического ресторана. Тематический ресторан стремится создать некий психологический контекст, в котором гости чувствуют не просто комфорт, а чувствуют сопричастность происходящему. Это передается с помощью интерьера, униформы официантов, типа обслуживания, музыкального сопровождения, ну и, конечно, кухни. Чем тщательнее прописаны детали такого «театра», тем больше гость ощущает себя действующим лицом, тем больше удовольствие от атмосферы. Однако со временем впечатления ослабевают, все становится знакомым, приторным, и гость может уйти в другой тематический ресторан за новыми впечатлениями. Или владельцам надо что-то менять в ресторане. В тематическом ресторане, наряду с реализацией основной потребности в еде, гость реализует такие потребности, как потребность в романтических впечатлениях, иногда — в переживании ностальгии по прошлому. Этот пласт личности человека очень динамичен и подвержен переменам, поэтому и тематические рестораны очень неустойчивые образования, требующие инноваций.

Чем точнее инвестором угаданы ценности целевой группы гостей, тем устойчивей их «привязанность» к заведению. Актуальность потребностей, удовлетворяемых гостями с помощью «атмосферы заведения», неоднородна, поэтому успех предприятия и его долголетие значительно будут зависеть от их силы и значимости для гостей. Проиллюстрируем это на примере. Одной из осязаемых потребностей политических и бизнес элит современной России является сегодня осознание своих культурно-исторических корней. Существует реальная потребность в этнокультурной идентичности, цель которой — преодоление разорванности психологического времени в сознании людей. Ведь сначала искоренялась «буржуазная культура», а затем было зачеркнуто все, что было предложено «пролетарской культурой», как ошибочное. Но не может существовать нации без прошлого. Мы хотим знать, откуда мы вышли, что у нас было хорошего, чем можно гордиться. Это же касается и культуры питания. Ведь помимо широко растиражированной крестьянской, разночинной и купеческой культуры питания существовала еще и салонная эстетика высших слоев общества. С ними российскому истеблишменту идентифицировать себя более приемлемо, чем с кутящими купцами, не говоря уже о «Москве кабацкой». Именно с этим связан успех некоторых московских ресторанов, уловивших такую потребность и давших возможность гостям почувствовать посредством реализованных концепций связь эпох через мостик в психологическом времени и, тем самым, создавших необходимую атмосферу. В сочетании с Высокой национальной кухней эти рестораны смогли стать настоящими центрами гастрономической культуры. Привлечение элит — очень важный момент для заведения, так как именно элиты создают модные стандарты и являются в некотором роде образцами для подражания.

Имеет ли значение для ускорения процесса получения рестораном модного статуса имя владельца или шеф-повара? Да, безусловно. Особенно на первых порах, когда заведение никому не известно и необходимо как-то выделиться из общей группы ресторанов. В этот период имя известного повара или ресторатора может привлечь гостей к новому проекту. Однако удержать гостей может только «признание», причем зафиксированное как устно: «Здесь стоит бывать, это для нас», так и «объективно», в средствах массовой информации: на телевидении, радио, в газетных и журнальных рецензиях. Предположим, что известный ресторатор открыл не совсем удачный ресторан. В этом случае, несмотря на широкую известность, заведение может и не стать модным. Но люди придут, потому что всем интересно знать, что открывает лидер. Новизна и ореол модного имени владельца — важная характеристика модного объекта, однако более прочный и долговременный успех требует создания более прочного ореола традиции и собственной «легенды», связанной с именем самого ресторана. Это, однако, элемент другой стратегии ведения бизнеса, требующей отдельного обсуждения.

**Заключение**

Пища приобретает знаковые функции при вхождении в определенную знаковую систему. Информативные коды пищи возникают в процессе коммуникации, тесно связаны с социальным и культурно-историческим контекстом. Истоки символического значения пищи, как известно, лежат в глубокой архаике, в недрах мифологического сознания, тщательно исследованного К. Леви-Стросом.

При этом, пища как знак уже не отсылает к конкретным событиям и традициям, но служит обозначением абстрактных, плохо систематизированных явлений и отношений. Информационным каналом в «пищевой» коммуникации современного общества являются способы потребления пищи, обстановка и окружение, в котором осуществляется обмен теми или иными значениями. Мы получаем удовольствие не столько от самого физиологического процесса еды, сколько от его символического контекста. Образы и символы, заменяющие собой реальные пищевые продукты, отсылают к другим виртуальным образам, соединяясь хотя и в хаотичный, но самодостаточный, гиперреальный мир успеха и счастья.

Народная кухня формировалась в соответствии с условиями жизни и уровнем развития кулинарной техники. У народов, которые вели в прошлом кочевой образ жизни, до сих пор преобладают блюда, приготовленные в подвесных котлах, у народов Кавказа - жаренные на вертелах, в русской кухне - блюда, приготовленные в русской печи (мясо, жаренное крупным куском, тушёные блюда, блюда, запеченные на сковородах, и т.д.).

В народной кухне нашли отражение религиозные воззрения народа: мусульмане не едят свинины; многие буддисты - вегетарианцы, а некоторые не едят говядины; иудаисты делят пищу на кошерную и трефную (дозволенную и недозволенную); все блюда православных христиан делятся на постные и скоромные.

Человек, в отличие от животного, не относится к пище просто как к веществу, необходимому для поддержания жизнедеятельности. Пищевые запреты и непищевое использование потенциальных продуктов – феномены чисто человеческие. Для нас, людей, чрезвычайно важно символическое значение пищи.

**Список литературы**

1. http://www.ionia.ru/print/?article=4575
2. http://www.ssu.samara.ru/en/index.php?option=com\_content&task=view&id=422&Itemid=230
3. http://vkus.narod.ru/knn/pred.htm
4. http://gurme.narod.ru/