

ТРАНСФОРМАЦИИ ПРАКТИК ПИТАНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ: ДЕТЕРМИНАНТЫ

Н.Н. Зарубина

Московский государственный институт международных отношений (университет) МИД России. Россия, 119454, Москва, пр. Вернадского, 76.

Автор анализирует трансформации практик питания в России и выявляет их институциональные и дискурсивные детерминанты. Практики питания выходят за рамки удовлетворения биологической потребности человека в пище. Они включают в себя комплекс привычных действий, структурированных правилами, которые определяются не физиологией и экономикой как системой производства пищи, а социальными институтами, культурными ценностями, традициями и господствующими дискурсами. Динамика практик питания воспроизводит присущие России особенности осуществления модернизационных преобразований, которые состоят в инверсионном характере перехода полярно противоположных типов институциональной организации и ценностных ориентаций. В период экономических реформ 90-х гг. XX в. произошёл резкий институциональный переход от советской распределительной системы обеспечения продуктами питания к рыночной системе. Он оказался шоковым для большинства населения и повлёк за собой неоднозначные изменения практик питания. С одной стороны, исчез ли дефицит и очереди, с другой – усилилось неравенство, обусловленное социально-экономическим расслоением. Кроме того, рынок продовольствия оказался практически полностью во власти ориентированных на прибыль производителей и ритейлеров, что породило проблемы качества и безопасности питания. Эти проблемы привели к актуализации и взаимопроникновению медикалистского и экологического дискурсов, отражающих массовую озабоченность людей сферой еды. Развитие рынка продовольствия привело также к маркетизации и спектаклизации практик питания. Это выражается в продвижении продуктов через системы символов, апеллирующих к иррациональным эмоциям, мифам, привычкам и традициям. Разнообразные дискурсы питания – медикалистский, экологический, гедонистический и другие, предстают как шоу, репрезентирующие различные, порой взаимоисключающие, правила повседневных действий. Функциональность спектаклизации состоит в том, что она поддерживает интерес к сфере питания как к культурному явлению, акцентируют её значимость и ценность. Спектаклизация питания находится в русле прослеживаемой в постсоветский период общей тенденции повышения внимания к повседневности, превращения её из незначимой и репрессуемой сферы в объект внимания и культивирования.

Ключевые слова: повседневность, практики питания, дискурс питания, институциональные трансформации, социокультурные трансформации.

Повседневная жизнь является самым стабильным компонентом социальной реальности и, в то же время, она подвержена непрерывным и постоянным изменениям. В стабильном состоянии общества эти изменения мало заметны участвующим в них людям, но в периоды интенсивных социальных сдвигов, в первую очередь модернизационных преобразований, они становятся не только очевидными, но нередко и травмирующими. В 80-е гг. XX в. для советских людей было привычно, что продукты периодически пропадают из магазинов, и их надо «доставать» через систему распределения заказов или личные связи. С другой стороны, присутствовало сознание, что государство, в конечном счёте, позаботится о том, чтобы люди не голодали и получали всё необходимое. С началом либеральных рыночных реформ по принципу «шоковой терапии» эта уверенность мгновенно рухнула, оставив у большинства глубочайшую растерянность перед лицом растущего выбора продуктов и одновременно – их недоступности, и самоустранения государства от «кормления» народа.

Характер динамики практик питания ещё раз подтвердил, что практически все социальные трансформации в нашем обществе соединяются с глубокими, а иногда и радикальными, изменениями повседневности. Меняются самые фундаментальные основы бытия людей, в том числе и такие глубинные, как повседневные практики питания. По своей социокультурной значимости эти практики являются наиболее важными составляющими повседневной жизни любого общества. Они выходят далеко за рамки простого удовлетворения биологической потребности человека в пище, и включают в себя комплекс привычных действий, структурированных правилами, которые определяются не столько физиологией питания и экономикой как системой производства пищи, сколько социальными институтами, культурными ценностями, традициями данного общества, особенностями габитусов и жизненными мирами социальных акторов, господствующими дискурсами. Р. Барт утверждает, что с социологической точки зрения пищу надо рассматривать не просто как набор продуктов, а как «систему коммуникации, собрание образов, свод обычаев, ситуаций и поступков» [1, с. 368].

Задача данного исследования состоит в том, чтобы выявить основные векторы трансформации практик питания в современной России, обусловленные, во-первых, характером динамики повседневных практик в России, в том числе институциональными изменениями, во-вторых, проследить влияние дискурсов питания на характер изменения его практик.

Бинарные оппозиции трансформаций повседневных практик в России и их влияние на практики питания

Трансформации российского общества на рубеже XX – XXI в. вызвали весьма суще-

ственные изменения характера повседневных практик, в том числе и питания. Эти изменения состоят не только в появлении новых продуктов и кулинарных приемов, но, прежде всего, в изменении правил доступа к ним, вызванным переходом к рыночной экономике. Особо подчёркиваем, что здесь речь идёт не об экономических трансформациях в собственном смысле слова, а о трансформациях институциональных, то есть, по существу, социокультурных. По глубине и радикальности эти трансформации в начале XXI в. можно сравнить с революционной эпохой начала XX в. и переходом к советской централизованной распределительной системе, при том, что их вектор является диаметрально противоположным.

И в том, и в другом случае динамика практик питания находилась в русле присущих России особенностей осуществления модернизационных преобразований. Одной из таких особенностей является бинарный (Ю.М. Лотман) и инверсионный (А.С. Ахиезер) характер социокультурных изменений, предполагающий разрыв преемственности и радикальные преобразования основ социального устройства, ценностей и идеалов. В такие периоды особое значение приобретает оппозиция «старое–новое», в которой, по замечанию Ю.М. Лотмана, «первое мыслится как плохое, неценное, а второе как исполненное достоинства» [11, с. 207].

В период реформ Петра I содержанием этой оппозиции было противопоставление традиционного русского уклада жизни заимствованным в Европе инновациям, во время социалистической революции в начале XX в. – «буржуазного» и «мелкобуржуазного» укладов новым коммунистическим принципам устройства жизни. А в период перестройки и последовавших за ней реформ оппозиция «старого» и «нового» приобрела смысл противопоставления «социалистического», «советского», «тоталитарного» как неэффективного, прогрессивному «рыночному», «демократическому». Дополнительным смыслом стало противопоставление «своего», эндогенного, как воплощения отсталости, заимствованному, как образцам передового опыта.

Эти бинарные оппозиции отразились и на практиках питания. Историки кулинарии именно с петровских реформ и последующего периода их адаптации ведут начало новому этапу развития русской кухни, резко разделившейся на традиционную народную и элитарную, основанную на заимствованиях западных, в особенности французских, образцов. Среди историков есть некоторые расхождения относительно радикализма и длительности этого процесса, однако сути дела это не меняет: произошёл разрыв традиции, результатом чего стали не только маргинализация и, во многом, забвение национальной кулинарной культуры, но и формирование дискурса, приведшего к символической репрессии национальных практик.

И.В. Сохань подчеркивает в этой связи: «Иностранная гастрономическая культура стала способом оцивилизовывания национальной телесности: русская национальная кухня рассматривалась как варварская, приверженность к которой приводит к формированию такого же типа телесности, маркирующегося в терминах дикости, некультурности, дремучести, природности в худшем смысле слова» [15, с. 64].

Ещё более резкий инверсионный переход в характере практик питания произошёл в 20-е гг. XX в., после социалистической революции. Он включал в себя не только радикальное изменение дискурса питания, основанного на отрицании «старого»: и как «буржуазных» излишеств, и как традиционной «нерациональности» и «ненаучности». Наиболее травматичными для повседневной жизни людей оказались принципиальные изменения *институциональных оснований* практик питания, суть которых состояла в переходе от натуральных и рыночных принципов доступа к продуктам к преимущественно распределительным принципам. Последние предполагали централизацию пищевых ресурсов в руках государства и их последующее распределение, обоснованное в соответствии с заданными господствующей системой критериями. «Кормящие» народ советская власть и советское государство позиционировались как гарант благополучия и процветания: «... непрерывное улучшение народного питания составляет одну из главных задач Коммунистической партии и Советского правительства», – утверждается во введении к знаменитой «Книге о вкусной и здоровой пище» 1954 г. издания с характерным названием «К изобилию!» [7].

В исследовании Т. Кондратьевой «Кормить и править» детально проанализированы принципы организации «кормленческой» власти, основанной на установлении правил доступа к жизненно важным ресурсам, в первую очередь к продуктам питания, в зависимости от близости к правящей элите и значимости для решения важных с её точки зрения задач [8]. Инструментами распределения в разное время служили: определение категории снабжения, карточная система, талоны, прикрепление к специальным столовым и магазинам, раздачи продовольственных заказов и продуктовых наборов и т.д. Рыночные механизмы в таких условиях занимали незначительное место в обеспечении населения продуктами.

В дискурсе питания советского времени сохранилось противопоставление «своего» и «чужого» как идеологически обусловленная оппозиция «социалистического», справедливого, проникнутого заботой о народе и росте его благосостояния, и «капиталистического», направленного на голую прибыль, извлекаемую из эксплуатации трудящихся. Во вступительной статье к «Книге о вкусной и здоровой пище» говорится: «В СССР в интересах всего народа осуществляется политика всемерного форсиро-

вания производства средств народного потребления, а в капиталистических странах, наоборот, в последние годы производство средств потребления снижается» [7]. Рациональное научно обоснованное питание советского человека противопоставляется буржуазному «физиологически неоправданному потреблению», приводящему к «неоправданным растратам производительных сил общества» [8, с. 119].

В то же время, на уровне повседневной жизни большинства советских людей, не входящих в номенклатуру, «кормленческая» система приобрела форму безусловного доминирования аскриптивных и межличностных связей, открывающих доступ к продуктам, которые приходилось не столько покупать, сколько «доставать» через знакомых, «по блату» и т.д. В воспоминаниях А. Левинтова «Жратва. Социально-поваренная книга» описываются знакомые каждому, кто помнит советское время, способы установления полезных связей, позволяющих доставать дефицитные и просто качественные продукты. Хотя после войны настоящего голода в СССР уже не было, постоянно возникавший дефицит какого-либо из привычных повседневных продуктов – гречки, сахара, колбасы, кофе, рыбы и мяса и т.д. – нарушал привычные для народа пищевой баланс и структуру питания и создавал почву для недовольства и напряжённости.

В период экономических реформ 90-х гг. XX в. произошёл ещё один резкий институциональный переход – от распределительной системы обеспечения продуктами питания к рыночной системе, оказавшийся шоковым для большинства населения. Ему предшествовал изматывающий продуктовый дефицит конца 1980-х гг. – начала 1990-х гг., который сменился достаточно быстрым насыщением рынка преимущественно импортными продуктами питания при их очень существенном подорожании. Таким образом, произошёл переход от ставшего привычным «кормления» к необходимости кормиться самостоятельно, то есть выживать в условиях практически бесконтрольного роста цен на продукты, делающего их недоступными для малообеспеченных групп населения. Статистические данные начала 1990-х гг. свидетельствуют о резком падении потребления основных продуктов питания (кроме картофеля и хлеба), в особенности мяса, рыбы, молочных продуктов, фруктов и овощей, причём уровень потребления не самого благополучного 1990 г. восстановился лишь к 2000 г., и то не по всем показателям [13].

При резком переходе от «кормленческой» распределительной к рыночной системе, предполагающей самостоятельное решение проблем питания, произошло не только его количественное и качественное ухудшение у большинства населения, но и частичная архаизация институциональных оснований [6]. Быстрые, неподготовленные институциональные изменения привели к тому, что малообеспеченное большинство, по которому они ударили сильнее

всего, стало адаптироваться к ним с помощью возврата к практикам, присущим традиционным обществам. Прежде всего, увеличилась доля самообеспечения продуктами питания с приусадебных хозяйств, или натуральное хозяйство. Удельный вес овощей с приусадебных хозяйств в потреблении россиян в 1994 г. составил 61% (в 1,7 раза больше, чем в 1980 г.), фруктов – 36% (в 1,6 раза больше, чем в 1980 г.), мяса и молока, соответственно, 19% и 21%, что в 1,3 и 1,6 раз больше, чем в 1980 г. [16].

В этот же период произошли и существенные изменения в дискурсе питания, прежде всего, утвердилась начавшая формироваться ещё в советский период оппозиция отечественных продуктов как «низкокачественных» в противоположность «качественному» импорту. Она усиливалась дополнительными смыслами «своего» как отсталого и примитивного в противоположность «заимствованному» как представляющему передовой опыт, ассоциирующийся с продуктовым изобилием и налаженной повседневностью зарубежья. Даже такие явно не лучшие образцы западных практик питания, как фаст-фуд, пришедший в нашу страну вместе с первыми ресторанами МакДональдс в 1990 г., первоначально воспринимались как приобщение к передовой культуре, причащение к глобальной цивилизации и общечеловеческому телесному опыту. Этим и объяснялись колоссальные очереди – порядка 30 тыс. человек в день в первые месяцы работы ресторана МакДональдс в Москве на Пушкинской площади – из желавших не просто попробовать новую еду, но испытать новый опыт питания [18].

В последующие десятилетия жёсткость дихотомии «свое–заимствованное» стала сниматься, не в последнюю очередь вследствие плохого качества массово доступных импортных продуктов, которое на фоне их обилия стало заметным (знаменитые «ножки Буша», быстро превратившиеся из желанного дефицита в дешёвую еду для бедных). Однако в переломный для практик питания исторический момент эта дихотомия существенно повлияла на дискурс питания, а значит, и на их дальнейшие трансформации.

Институциональные трансформации как детерминанта динамики практик питания

Замена распределительных «кормленческих» принципов доступа к продуктам, а также инфраструктуре питания, на рыночные принципы обуславливает глубокие изменения практик питания в постсоветской России. В условиях рынка люди самостоятельно выстраивают собственные стратегии питания, которые обусловлены целым рядом социальных и культурных детерминант, но в первую очередь – поиском оптимального баланса цены и качества в континууме между полюсами от «сомнительное качество по минимальной цене» до «высшее качество по максимальной цене». Безусловно, чисто экономические факторы не являются определяющими для

трансформации повседневности, в том числе и практик питания. Однако соображения расчёта корректируют пищевые привычки, порождая новые габитусы, т.е. описанные П. Бурдьё приобретённые предрасположенности выбирать приемлемые варианты потребления, закрепляемые в виде вкусов, формирующих устойчивые предпочтения и стабильные практики. Так, малоимущие социальные группы, занятые тяжёлым физическим трудом, предпочитают высококалорийную, жирную пищу, позволяющую быстро почувствовать насыщение при минимальных материальных затратах [4, с. 539].

В то же время, рынок никогда и нигде, кроме учебников по экономической теории, не является чисто рациональной системой баланса спроса и предложения. Действия реальных агентов на рынке, помимо рационального расчета, определяются, во-первых, утверждёнными государством и принятыми участниками рынка правилами, например, сертификации продукции и лицензирования производства для обеспечения приемлемого качества, во-вторых, социокультурной укоренённости самих участников рынка. Если воспользоваться терминологией М. Вебера, то действия на рынке носят не только целерациональный характер, то есть ориентируются на наибольшую ценовую эффективность. Они могут быть и *ценностно-рациональными*, то есть предполагать выбор в соответствии с культурными ценностями и идеалами («здоровое питание»); *традиционными*, ориентированными на привычные практики («вкус, знакомый с детства»); *аффективными*, обусловленными эмоциональными состояниями («себе в удовольствие не откажешь»).

Как трансформируются практики питания в России в связи с утверждением рыночных институтов доступа к продуктам и их потребления?

Рынок принёс то, о чем так мечтали советские люди в условиях постоянного дефицита: изобилие и доступность. Пропала необходимость их «доставать» продукты через личные связи. Поэтому изменился тип стратификации общества в отношении практик питания: с вертикальной, основанной на иерархии статусов и близости к властной номенклатуре, и горизонтальной, основанной на сетевых связях и «блате», он сменился на стратификацию на основании доходов. Различия доходов очень заметно сказываются на количественных и качественных параметрах потребления продуктов. По данным Росстата, самые обеспеченные россияне – десятая децильная группа – в 2012 г. потребили в два с лишним раза больше мяса, мясопродуктов и рыбы, а также фруктов, ягод и овощей (кроме картофеля), чем самая малообеспеченная первая децильная группа [16]. При этом необходимо иметь в виду, что богатые потребляют не просто больше тех или иных продуктов, но эти продукты принципиально иного качества. Рынок достаточно быстро сегментировался, выделились сектора, ориентированные на группы с разным

уровнем доходов.

С развитием рыночных механизмов постепенно сформировалась инфраструктура розничной торговли продуктами, от магазинов премиум-класса, сетевых супермаркетов разных ценовых категорий до рынков, палаток и торговых тонаров, а также заказа продуктов по Интернету. Практически исчезли изматывающие очереди, как у прилавков магазинов, так и в закусочные, кафе, рестораны. В общем, появился выбор, позволяющий конструировать собственный стиль питания, внешне ограниченный лишь финансовыми возможностями.

Однако, наряду с функциональными последствиями, рыночная система привнесла в практики питания новые проблемы и риски, обусловленные самими принципами её функционирования. Прежде всего, рыночный обмен ориентирует участников на извлечение прибылей из оборота. Поэтому производители и ритейлеры изобретают множество способов снижения себестоимости, от использования различных добавок в пищевое сырьё (сои, пальмового масла, специальных гелей и т.д.), эмульгаторов, консервантов, ароматизаторов, улучшителей вкуса, красителей, до элементарного мошенничества вроде намораживания льда для увеличения веса. Причём высокая цена продукта или приобретение его в дорогом магазине отнюдь не является гарантией качества. Рынок продуктов питания нуждается в институциональной регуляции со стороны государства, поскольку рыночные механизмы, свободные от ограничений, оказываются деструктивными для практик потребления.

Фальсификации продуктов питания на свободном рынке существовали всегда. П. Сюткин и О. Сюткина описывают и классифицируют применявшиеся в XVIII–XIX вв. многочисленные количественные, качественные, информационные, ассортиментные способы фальсификации. В России ещё при Петре I были приняты указы о борьбе с продажей некачественных продуктов, предполагавшие весьма суровое наказание. Затем на протяжении XIX в. меры контроля неоднократно совершенствовались [15]. В распределительной советской системе существовала достаточно жёсткая система контроля качества пищевых продуктов. Однако инверсионный принцип социокультурных трансформаций при переходе к рыночной экономике проявился как раз в максимальном освобождении участников рынка от внешнего контроля.

В 2002 г. ГОСТы, в том числе и на продукты питания, были заменены на технические регламенты («Закон о техническом регулировании» от 27.12.2002 г. № 184-ФЗ), а на время их разработки производители могут соблюдать ГОСТы добровольно, или руководствоваться гораздо более мягкими и свободными ТУ (техническими условиями). То есть государство сознательно устранилось от регулирования и конструирования рынка продовольственных товаров, который

в результате оказался практически полностью во власти ориентированных на прибыль производителей и ритейлеров. При этом институты, призванные контролировать качество продуктов и технологии их производства, хотя бы с санитарной точки зрения, из функционального инструмента защиты потребителей превратились в дисфункциональный инструмент давления на предпринимателей, целью которого является контроль над участниками рынка, а не над поставляемой на него продукцией.

Поэтому важной особенностью современных практик питания по сравнению с советским периодом стала постоянная озабоченность потребителей рисками приобретения некачественных, опасных для здоровья продуктов, а также обмана со стороны продавцов и производителей. В дискурсе питания постоянной темой стала потребительская безопасность, что нашло отражение, например, в целой серии телепередач в жанре журналистского потребительского расследования «Без обмана», в программе «Контрольная закупка» и других.

Аграрное и пищевое производство также становится источником рисков, причём, как отмечает С.А. Кравченко, эти риски носят не только природный, но и рукотворный характер, и их последствия являются зачастую отложенными, непрогнозируемыми и неисчислимыми [10]. Необходимость осмысления этих рисков и защиты от них приводит к активному проникновению экологического дискурса в современный дискурс питания. Он дополняет дискурс медиализации питания, получивший распространение в СССР ещё в 20-х гг. XX в.

М. Фуко определяет медиализацию как рассмотрение человека и его практик в смысловом поле, организованном полюсами нормы и патологии [17, с. 70]. В Советской России медиализация стала составной частью общей тенденции рационализации и обновления повседневности на научной основе. Начиная с 20-х гг. XX в. делались попытки реорганизовать, перестроить питание в соответствии с медицинскими принципами, от неукоснительного соблюдения гигиены при приготовлении и принятии пищи до рационального расчета содержания в ней необходимых для обеспечения производственной активности калорий, витаминов, минералов и прочих полезных веществ. Например, «Книга о вкусной и здоровой пище» (издание 1954 г.) открывается статьей «Основы рационального питания» и таблицами для расчёта содержания витаминов в пищевых продуктах, а восьмое издание 1984 г. предваряется объёмной статьей «Питание и здоровье» [7, с. 19-23, 38]. В этот период врачи стали оказывать на дискурс питания больше влияния, чем собственно кулинары. При этом соображения рациональной нормы питания не всегда соотносились с представлениями о традициях, пищевых привычках населения, русской кулинарной традиции как культурной ценности.

На рубеже XX–XXI вв. сформировавшиеся вследствие медиализации представления о «нормальном», «здоровом» питании дополнились императивами экологической чистоты как здоровой нормы. Перед потребителями возникла дилемма: покупать экологически чистые продукты по высоким ценам или подвергать себя большей или меньшей степени риска, покупая дешёвые продукты, изготовленные с применением ГМО и химикатов? Современный дискурс питания насыщен научными и научно-популярными дискуссиями по поводу влияния на здоровье человека генно-модифицированных продуктов. Причём отсутствие у учёных однозначного мнения на этот счёт, наличие у них экспериментальных данных, подтверждающих противоречивые гипотезы о влиянии ГМО на здоровье людей, вносят в повседневные практики питания постоянную напряжённость.

В связи с экспансией экологического дискурса в дискурс питания получила новые смыслы традиционная дихотомия «своего» и «заимствованного» (в первую очередь, из стран Евросоюза). В то время как в нашей стране государство уходит от контроля и регламентации качества на рынке продуктов питания, на них не всегда присутствует необходимая маркировка, или она сознательно делается нечитаемой, в странах ЕС, напротив, существуют строгие, прозрачные и неукоснительно соблюдаемые стандарты экологической чистоты. В результате вновь актуализируются представления о том, что европейская пищевая продукция, европейские принципы питания является более приемлемыми с точки зрения здорового и нормального, за исключением отечественного экологического производства – фермерского и деревенского, а также продуктов с собственных приусадебных хозяйств. Распространение экологического дискурса привело к наполнению новыми смыслами традиции самоснабжения и заготовок припасов: теперь они стали не только и не столько компенсацией недоступности продуктов на рынке, сколько самообеспечением экологически чистыми продуктами гарантированного качества.

В то же время, институциональные трансформации практик питания вызывают их изменения, по своему характеру и смыслу противоположные рационально-нормативной медиализации и экологизации. Рынок нуждается в продвижении товаров, в маркетинге и рекламе, которые призваны информировать потребителей о товарах, а, по существу, формируют вкусы и навязывают выбор, мотивированный не рациональными, а эмоциональными, аффективными побуждениями.

Маркетизация и спектаклизация практик питания в России

В условиях планово-распределительной институциональной системы и постоянных дефицитов продуктов в розничной торговле не стоял вопрос о продвижении их на рынке – и

без него с полок магазинов сметали всё, что там появлялось, а наиболее качественные продукты уходили к потребителям в спецраспределителях, а также «из-под полы» в подсобках и складах. Свободный сложно сегментированный рынок требует специальных усилий по привлечению внимания покупателей, созданию узнаваемых брендов, формированию потребительской лояльности. Его «философией» стал маркетинг как специальная стратегия, ориентированная на удовлетворение реальных и будущих ожиданий потребителей, а также и на сознательное формирование этих ожиданий. Маркетинг имеет дело, пользуясь терминологией Ж. Бодрийяра, с символическим и знаковым обменом, подчиненным логике амбивалентности и различий [Бодрийяр 2003, с. 27]. Эта логика основывается не столько на практической полезности и ценности эффективности потребления того или иного продукта, сколько на восприятии его как символа, получающего интерпретацию в социокультурных контекстах.

Поэтому наводнившая наше информационное пространство реклама продуктов питания апеллирует не просто к их разнообразным потребительским свойствам, а использует их в качестве означающих для одного общего для всех маркетингованных практик означаемого – *удовлетворения и удовольствия, получаемого от потребления*. Поскольку удовлетворение могут приносить в различных ситуациях разные свойства продуктов, отвечающие разным потребностям, то и маркетинг и реклама оказываются воистину всеядными в используемом ими языке символов. Например, кофе может продвигаться на рынке одновременно через значения бодрости и энергии, отдыха и расслабления (кофе пьют в перерыве между делами), семейного уюта и т.д.

Р. Барт в социосемiotических исследованиях рекламы продуктов питания выделил её три основные тематические группы [1, с. 373–377], которые можно определить и на примере отечественного рекламного пространства. Эти тематические группы раскрывают основные смысловые коннотации, образуемые практиками питания в современном обществе.

Во-первых, самоидентификация и идентификация с собственной историей через апелляции к общему телесному опыту народа и национальным кулинарным традициям. Многие продукты продвигаются на рынке через образы конкретных или обобщённых исторических персонажей, подчёркивающие их глубокую традиционную укоренённость (образ девушки в сарафане, подносящей странствующему витязю квас; ребёнок в русской рубашке, поливающий блины маслом; большая дружная семья, вкушающая за праздничным столом неизменный салат оливье). В этом же ряду образы традиционной деревни («домик в деревне») с её идиллической тишиной, уютом, призванные вызывать ностальгию и умиление, воспоминания о корнях даже у жителей мегаполисов. Эти символы позволяют в простых

житейских ситуациях переживать причастность к чему-то значимому и непреходящему, что усиливает ощущение стабильности и надёжности, а значит, и привлекательность.

Во-вторых, это «антропологические состояния современного потребителя», отсылающие к энергетике, к сублимированной сексуальности [1, с. 374], к гендерным различиям и т.д. Например, девушки с модельной внешностью, соблазнительно поедающие лёгкую и лакомую пищу, вроде воздушных творожков, или крепкие и активные юноши, занятые мужскими делами, и на ходу быстро утоляющие голод (потребность в энергии!) чем-то сытным и вкусным.

В-третьих, обширный комплекс значений, относящихся к ценностям здорового образа жизни и «сознательного питания». Эта тематическая группа отсылает зрителя к медикалистскому дискурсу и репрезентирует представления о норме через символизирующие здоровье образы активности, мобильности, энергии, бодрости. Этот дискурс сопряжён с представлениями о «здоровом питании» как идеале, воплощаемом через самоконтроль и сознательное отношение к пище, власть над собственными потребностями, желаниями и эмоциями, означающую и возможность власти над окружающим миром, а значит, жизненного успеха. Он представлен в рекламе образами активных и бодрых людей, потребляющих исключительно натуральные продукты, содержащие «витамины и минералы», «полезные микроорганизмы», способствующие правильно-му пищеварению и т.д.

С маркетизацией практик питания связана *спектаклизация*, то есть, по определению французского мыслителя Г. Дебора, такое положение, когда «вся жизнь обществ, в которых господствуют современные условия производства, проявляется как необъятное нагромождение *спектаклей*. Всё, что раньше переживалось непосредственно, теперь отстранилось в представление». Спектакль это «не совокупность образов, но общественное отношение между людьми, опосредованное образами» [5, с. 23]. То есть практики питания воспринимаются и воспроизводятся в соотношении не с их реальными референтами, а с образами, предлагаемыми зрителям в качестве шоу.

Питание всегда было проникнуто символами, игрой, опосредствующей реальные потребности в пище и процессы её приготовления и потребления. Однако в современном обществе благодаря средствам массовой информации спектаклизация стала одной из важнейших социокультурных детерминант его трансформаций. Раньше основное содержание повседневного кулинарного дискурса составляли рецепты и технологические рекомендации для хозяек. Теперь в печатных СМИ, на телевидении, в Интернете питание и приготовление пищи предстают как интересное шоу, которым можно наслаждаться независимо от намерений воспроизвести предлагаемые рецепты. Большинство из

них представляет собой разыгрывание перед зрителями сюжетов узнаваемых аудиторией: «счастливая состоятельная семья», «современный мужчина», «путешественник» и т.д.

Кулинарные программы на телевидении приобретают форму занимательных бесед со звездами, в которых сама кулинария остается фоном («Кулинарный поединок», «Смак», проект «Готовим со звездой» и т.д.), занимательно-познавательных передач, где местная пища является частью сюжета («Поедем поедим»). Особой популярностью пользуются шоу с «игрой на выбывание», вроде «Адской кухни» и «Реальной кухни», в которых привлекательным для зрителей является жёсткое состязание участников, эмоциональное напряжение, а кулинарные упражнения – лишь материалом. Популярность этих шоу, по структуре и стилистике напоминающих известные телевизионные «игры на выбывание» «Последний герой», «Слабое звено» и т.д., обусловлена тем, что они воспроизводят модель взаимоотношений между людьми в современном обществе, например, в офисе, позволяя «наслаждаться» накалом страстей со стороны. Даже упомянутые выше потребительские расследования типа «Без обмана» можно отнести к разряду детективных шоу, поскольку они предполагают скорее напугать, предостеречь, удивить зрителей, чем принять конкретные меры по улучшению ситуации, ведь там отсутствует информация о принимаемых по результатам расследований мерах.

Дискурсы питания умножаются, становятся фрагментарными, утрачивают единую логику и даже вступают в противоречие друг с другом, как, например, сосуществующие в рекламе символы пользы, принадлежащие медикалистскому и экологическому дискурсам, и вкуса как проявления гедонизма. Р. Барт своей статье «К психо-социологии современного питания» ссылается на исследования французских социологов, которые выяснили, что реклама продуктов, основанная на символике гедонизма и гурманства, оказывается неэффективной, поскольку вызывает у аудитории латентное чувство вины [1, с. 367, 375]. В спектаклизированных практиках питания в равной степени представлены и присутствующие российскому дискурсу противопоставления «своего» и «чужого», «заимствованного», поскольку и то, и другое в равной степени наделяется ценностью и значимостью.

Все эти противоречия, присутствующие в «спектакле» питания, не мешают им на метауровне соответствовать единой логике, социокультурной и жизненной стратегии, образующей сложный *дискурс потребления*. Г. Дебор называл его обществом «включённой театрализации», в котором «спектакль стал составной частью любой действительности, проникая в неё подобно радиоактивному излучению» [5, с. 124].

В целом кулинарная тематика используется СМИ в качестве, по выражению П. Бурдьё, «информации омнибус», которая интересна практи-

чески всем, поэтому привлекает максимальные зрительские аудитории при их минимальном сегментировании, поскольку все любят вкусно покушать и хотя бы иногда готовят. Расширяется распространение кулинарных шоу, так же как и соответствующих рубрик в газетах и журналах, постоянно, но их целью является не столько повышение кулинарной культуры населения, сколько просто привлечение аудитории и поддержание рейтинга на уровне, не уступающем конкурирующим каналам и изданиям [3, сс. 30, 34, 63].

В то же время, несомненное влияние маркетинга и спектаклизации на практики питания состоит в том, что они не только «продвигают» определённые товары, но и возбуждают и поддерживают интерес к сфере питания как культурному явлению, акцентируют её значимость и ценность. Например, студенты, любящие смотреть кулинарные шоу, заявляют, что и сами хотели бы научиться готовить. Спектаклизация питания, таким образом, находится в

русле прослеживаемой в постсоветский период общей тенденции повышения внимания к повседневности, превращения её из незначимой и репрессируемой на фоне высоких задач «строительства коммунизма» сферы в объект внимания и культивирования.

Таким образом, институциональные рыночные трансформации амбивалентны в их влиянии на практики питания в современной России. С одной стороны, они положили конец «кормленческой» распределительной системе, покончили с дефицитом и изнурительными очередями. С другой стороны, свободный рынок продуктов вне государственного и социального регулирования оказался дисфункциональным для сложившихся практик повседневности, привел к их дезорганизации и архаизации. В то же время, маркетинг и спектаклизация питания породила плюрализм, который снимает внутренние конфликты дискурсов питания и снижает риски новых инверсий социальных практик.

Список литературы

1. Барт Р. 2004. К психосоциологии современного питания // Барт Р. Система моды. Статьи по семиотике культуры. М.: Изд-во им. Сабашниковых. С. 366–376.
2. Бодрийяр Ж. 2003. К критике политической экономии знака. М.: Библион-Русская книга. 272 с.
3. Бурдые П. 2002. О телевидении и журналистике. М.: Фонд научных исследований «Прагматика культуры», Институт экспериментальной социологии. 160 с.
4. Бурдые П. 2004. Различие: социальная критика суждения // Западная экономическая социология. Хрестоматия современной классики. М.: РОССПЭН. С. 537–568.
5. Дебор Г. 2000. Общество спектакля. М.: Логос. 184 с.
6. Зарубина Н.Н. 2013. Упрощение массовых социальных практик как вектор трансформации повседневности в сложном социуме // Историческая психология и социология истории. № 2. С. 29–45.
7. Книга о вкусной и здоровой пище. 1954. М.: Пищепромиздат. 400 с.
8. Кондратьева Т. 2006. Кормить и править. О власти в России XVI–XX вв. М.: РОССПЭН. 208 с.
9. Кравченко С.А. 2006. Нелинейная социокультурная динамика: играйзационный подход. М.: Изд-во «МГИМО-Университет». 172 с.
10. Кравченко С.А. 2014. Динамика еды: риски, уязвимости, востребованность гуманистической биополитики. Монография. М.: Издательство МГИМО-Университет. 160 с.
11. Лотман Ю.М. 2010. Проблема знака и знаковой системы в типологии русской культуры XI–XIX веков. // Лотман Ю.М. Чему учатся люди. М.: Центр Книги Рудомино. С. 189–219.
12. Питание и здоровье // Книга о вкусной и здоровой пище. 1984. 8-е изд. М.: Легкая и пищевая промышленность. С. 6–28.
13. Продовольственная безопасность России 2013 [Электронный ресурс]. // © ВОПРОСИК: информация, аналитика. Режим доступа: <http://voprosik.net/prodovolstvennaya-bezopasnost-rossii-2013/>
14. Рассчитано по данным с сайта Росстата: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/population/bednost/tabl/4-4.htm
15. Сохань И.В. 2011. Особенности русской гастрономической культуры // Вестник Томского государственного университета, серия «Философия, социология, политология». № 347. С. 61–68.
16. Сюткин П., Сюткина О. 2012. Непридуманная история русской кухни. М.: AST Corpus. 512 с.
17. Федеральная служба государственной статистики. Официальный сайт [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.gks.ru
18. Фуко М. 1998. Рождение клиники. М.: Смысл. 310 с.
19. Ritzer J. 2000. The Macdonaldization of Society. Pine Forge Press. 180 p.

Об авторе

Зарубина Наталья Николаевна – д. филос. н., профессор кафедры социологии МГИМО (У) МИД России. E-mail: n-zarubina@yandex.ru.

TRANSFORMATIONS OF THE FOOD PRACTICES IN MODERN RUSSIA: THE INSTITUTIONAL AND DISCURSIVE DETERMINANTS

N.N. Zarubina

Moscow State Institute of International Relations (University), 76 Prospect Vernadskogo, Moscow, 119454, Russia.

Abstract: *The author analyzes the transformation of the Russian food practices and reveals their discursive and institutional determinants. Feeding practices go beyond the satisfaction of biological needs of human food. They include a range of habitual actions, structured by the rules that are not determined by the physiology and the economy as a system of food production, but social institutions, cultural values, traditions and dominant discourses.*

Dynamics of food plays practices inherent peculiarities of Russian modernization transformations, which consist in the inversion transition character diametrically opposite types of the institutional organization and value orientations. During the period of economic reforms of the 90-th years of the twentieth century, there was a sharp institutional transition from the Soviet system of distribution of the food to the market system. It turned out to shock for most of the population and led to a controversial change in food practices. On the one hand, the deficit of food disappeared, on the other hand due to the socio-economic stratification the inequality has increased. In addition, the food market was almost completely dominated by profit-oriented manufacturers and retailers, which gave rise to problems of quality and food safety. These problems led to the actualization and interpenetration of medicalized and environmental discourses which reflect a massive concern.

The food market development has also led to the marketization and spektaklization of the food practices. This is reflected in the promotion of products through a system of symbols that appeal to irrational emotions, myths, habits and traditions. Diverse discourses of the food practices - medicalization, environmental, hedonistic and other discourses, appear as a show representing the various, sometimes conflicting, rules of everyday activities. The functionality of the spektaklization is that it maintains an interest in the field of nutrition as a cultural phenomenon; emphasizes its importance and value. The spektaklization of food is in line traceable to the post-Soviet period general trend of increasing attention to the daily life, transforming it from a repressed and insignificant in the scope of the object of attention and cultivation.

Key words: everyday life, feeding practices, discourse of food, institutional transformation, social and cultural transformation.

References

1. Bart R. 2004. K psikhosotsiologii sovremennogo pitaniia [To psychosociology of modern food] // Bart R. Sistema mody. Stat'i po semiotike kul'tury. Moscow, Izd-vo im. Sabashnikovykh Publ. P. 366-376. (In Russian)
2. Bodriiia Zh. 2003. K kritike politicheskoi ekonomii znaka [Critique of Political Economy sign]. Moscow, Bibliion-Russkaia kniga Publ. P. 272. (In Russian)
3. Burd'e P. 2002. O televidenii i zhurnalistike [On television and journalism]. Moscow, Fond nauchnykh issledovaniy «Pragmatika kul'tury», Institut eksperimental'noi sotsiologii Publ. P. 160. (In Russian)
4. Burd'e P. 2004. Razlichie: sotsial'naia kritika suzhdeniia [Distinction: a social critique of opinions]. Zapadnaia ekonomicheskaiia sotsiologiia. Khrestomatiia sovremennoi klassiki [Western Economic Sociology. Anthology of modern classics]. Moscow, ROSSPEN Publ., P. 537-568. (In Russian)
5. Debor G. 2000. Obshchestvo spektaklia [Society of the Spectacle]. Moscow, Logos Publ. P. 184. (In Russian)
6. Zarubina N.N. 2013. Uproshchenie massovykh sotsial'nykh praktik kak vektor transformatsii povsednevnosti v slozhnom sotsiume [Simplification of mass social practices as vector transformation of everyday life in a complex society]. Istoricheskaiia psikhologiia i sotsiologiia istorii, no. 2, pp. 29-45. (In Russian)
7. Kniga o vkusnoi i zdorovoi pishche [Book about tasty and healthy food]. 1954. Moscow, Pishchepromizdat Publ. P. 400. (In Russian)
8. Kondrat'eva T. 2006. Kormit' i pravit'. O vlasti v Rossii XVI-XX vv. [To feed and rule. About power in Russia XVI-XX centuries.] Moscow, ROSSPEN Publ. P. 208. (In Russian)

■ Социология

9. Kravchenko S.A. 2006. Nelineinaia sotsiokul'turnaia dinamika: igraizatsionnyi podkhod [Nonlinear dynamics of the socio-cultural: igraizatsionnyi approach]. Moscow, MGIMO-Universitet Publ. P. 172. (In Russian)
10. Kravchenko S.A. 2014. Dinamika edy: riski, uiazvimosti, vstrebovannost' gumanisticheskoi biopolitiki [Dynamics of food: risk, vulnerability, demand humanistic biopolitics]. Moscow, MGIMO-Universitet Publ. P. 161. (In Russian)
11. Lotman Iu.M. 2010. Problema znaka i znakovoi sistemy v tipologii russkoi kul'tury XI–XIX vekov [Sign problem and sign system in the typology of Russian culture XI–XIX centuries] // Lotman Iu.M. Chemu uchatsia liudi. Moscow, Tsentr Knigi Rudomino Publ. P. 189–219. (In Russian)
12. Pitaniye i zdorov'e [Nutrition and Health]. Kniga o vkusnoi i zdorovoi pishche. 1984. 8th ed. Moscow, Legkaia i pishchevaia promyshlennost' Publ. P. 6–28. (In Russian)
13. Prodovol'stvennaia bezopasnost' Rossii 2013 [Food Security of Russia 2013]. Available at: <http://voprosik.net/prodovolstvennaya-bezopasnost-rossii-2013/> (In Russian)
14. Sokhan' I.V. 2011. Osobennosti russkoi gastronomicheskoi kul'tury [Features Russian gastronomic culture] // Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta, seriia «Filosofia, sotsiologiya, politologiya», no. 347, pp. 61 – 68. (In Russian)
15. Siutkin P., Siutkina O. 2011. Nepridumannaia istoriia russkoi kukhni [Authentic histories of Russian cuisine]. Moscow, AST Corpus Publ. P. 512. (In Russian)
16. Federal'naia sluzhba gosudarstvennoi statistiki [Federal Service of Government Statistics]. Available at: www.gks.ru (In Russian)
17. Fuko M. 1998. Rozhdenie kliniki [Birth of the Clinic]. Moscow, Smysl Publ. P. 310. (In Russian)
18. Ritzer J. 2000. The Macdonaldization of Society. Pine Forge Press Publ. P. 180.
19. Calculated according to the Federal State Statistics Service website. Available at: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/population/bednost/tabl/4-4.htm

About the author

Natalia Nicolaevna Zarubina – Doctor of Philosophy, Professor in the Department of Sociology of Moscow State Institute of International Relations. E-mail: n-zarubina@yandex.ru.