

УДК: 316.012

DOI: 10.17223/1998863X/37/22

А.Б. Рахманов

ГЛОБАЛЬНОЕ КУЛИНАРНОЕ ПРОСТРАНСТВО И ИЕРАРХИЯ КУЛИНАРНЫХ ДЕРЖАВ

Автор рассматривает глобальное кулинарное пространство, возникающее в результате глобализации. Анализ влияния различных национальных кухонь внутри этого пространства позволяет сделать вывод о том, что существует иерархия кулинарных держав – кулинарные сверхдержавы, великие, средние, малые и сверхмалые кулинарные державы.

Ключевые слова: философия пищи, социология пищи, кулинария, глобальное кулинарное пространство, кулинарная держава.

Глобальное кулинарное пространство. Пища (еда и питье) является одной из наиболее важных природных потребностей человека. Пища, за исключением некоторых ее видов (фрукты и другие продукты растительного происхождения, потребляемые без значительной обработки), является продуктом кулинарной деятельности. Кулинария – это деятельность по приготовлению пищи, готовой к непосредственному потреблению человеком, и вместе с тем специфическая отрасль производства. Кулинария есть воплощение активного (производительного) отношения к пище, тогда как гастрономия – пассивного (потребительского). Кулинар есть производитель пищи, а гастром – ее потребитель. Но в данной статье речь пойдет о кулинарии.

Процесс становления глобального общества (глобализация) затрагивает и кулинарию, поскольку возникает глобальная кулинария, чему способствуют становление глобального образа жизни, современные средства коммуникации и массовые миграции населения. В эпоху глобализации каждая национальная кухня продолжает развиваться в единстве противоречия воспроизводства старого и нового: с одной стороны, воспроизводятся старые (классические, традиционные или считающиеся таковыми) блюда и вкусы, с другой – модифицируются старые блюда и возникают новые блюда благодаря, во-первых, развитию средств труда, технологий и квалификации работников, во-вторых, заимствованиям из других кухонь. Страны, создавшие своеобразные национальные кухни, функционируют ныне как территории производства наиболее совершенных кулинарных образцов и хранители эталонов вкуса, но отнюдь не монополисты данного вида продукции, которая с успехом производится вне данной страны. Например, суши в мире ныне производится и съедается вне Японии, вероятно, больше, чем на родине этого блюда.

Глобализация кулинарии приводит к возникновению глобального кулинарного пространства, т.е. той разновидности глобального пространства, для которой характерно то, что в каждой его точке сосуществуют, конкурируют, взаимодействуют и переплетаются национальные кухни из всех стран мира. Для глобального кулинарного пространства, с нашей точки зрения, характерны такие атрибуты, как сжатие, детерриториализация и рефлексивность про-

цессов, которые были отмечены Р. Робертсоном [1], М. Уотерсом [2] и другими представителями глобалистики в качестве отличительных черт глобализации вообще. В мировой науке разработка философских, социологических, культурологических и иных аспектов пищи, кулинарии и гастрономии уже активно ведется, и в связи с этим уже существует обширная библиография (см., напр.: [3–6]). В российской же науке подобные исследования только начинаются (см., напр.: [7, 8]). В данной статье будет предпринята попытка эмпирического исследования глобального кулинарного пространства.

Эмпирическое исследование глобального кулинарного пространства: методики и результаты. Всякая страна, располагающая своеобразной национальной кухней, специфическими кулинарными традициями, может быть рассмотрена как кулинарная держава¹. Вопрос заключается в том, насколько национальная кухня той или иной страны является влиятельной и популярной в глобальном кулинарном пространстве и насколько гастрономические вкусы населения этой страны ориентированы на ее собственную кухню и на кухни других стран. Мы можем предположить, что внутри глобального кулинарного пространства существуют кулинарные державы разного масштаба.

Для установления иерархии кулинарных держав обратимся к анализу количества ресторанов различных национальных кухонь в разных странах мира. Рассмотрим данные о количестве ресторанов в наиболее важных городах современного мира – глобальных городах. В эпоху глобализации на вкусы и культуру потребления населения разных стран мира более всего воздействуют глобальные города, исследование которых было начато американским социологом С. Сассен. Выделим наиболее важные глобальные города планеты, для чего используем, пожалуй, самый авторитетный рейтинг глобальных городов – рейтинг, разрабатываемый американской консалтинговой фирмой А.Т. Kearney (рейтинг Кёни). Обратимся к рейтингу Кёни за 2014 г. [9]. Он включает в себя иерархию 84 глобальных городов, но мы для того, чтобы предотвратить разрастание нашего исследования и уложиться в пределы статьи, обратимся к списку 50 наиболее глобальных городов.

Для получения информации о численности ресторанов различных типов кухни в выделенных глобальных городах мира используем общедоступную эмпирическую базу – данные самого крупного в мире сайта о путешествиях, а именно американского сайта TripAdvisor.com [10]. Этот сайт работает на множестве языков мира, в том числе и на русском (TripAdvisor.ru). Сайт содержит информацию о почти 5 млн гостиниц, ресторанов и достопримечательностей практически всех стран мира. Здесь содержится самая полная эмпирическая информация о ресторанах практически всей планеты. На сайте

¹ Сделаем важную ремарку. Безусловно, кулинарные традиции большинства стран абсолютно специфичными не являются, поскольку издавна существует взаимовлияние национальных кухонь, которое в эпоху глобализации становится все более значительным. Это привело к тому, что многие блюда (например, пельмени, плов, шаурма, шашлык) трудно связать лишь с одной из национальных кухонь. Вместе с тем есть кухни вполне самобытные и стоящие особняком в силу своеобразия исторического развития страны – например японская. На наш взгляд, коль скоро страна является сколь-нибудь значимой кулинарной державой, т.е. коль скоро ее кулинарные традиции являются влиятельными в мире, то это является признаком наличия у нее более или менее оригинальной национальной кухни.

есть информация о ресторанах национальной кухни¹ и о ресторанах макрорегиональной кухни².

Анализ статистики ресторанов, расположенных в 50 наиболее крупных городах мира, обнаруживает, что в их кулинарном пространстве доминируют 23 разновидности национальной кухни. Обратимся к изучению статистики, касающейся количества ресторанов 23 национальных кухонь в каждом из 50 глобальных городов мира [10]. Далее мы обрабатываем полученные 1150 чисел с тем, чтобы сформировать обоснованные представления об иерархии кулинарных держав. Для большей объективности необходимо использовать шесть методик обработки этих эмпирических данных.

Первая методика основана на подсчете количества ресторанов каждой из 23 национальных кухонь в 50 наиболее глобальных городах мира совокупно. Вторая методика также основана на подсчете ресторанов каждой из национальных кухонь во всех 50 городах совокупно, но в этом случае исключаем данные, касающиеся городов соответствующих стран³. Например, вычисляя количество ресторанов китайской кухни в 50 наиболее глобальных городах мира, отбрасываем данные о количестве китайских ресторанов в Гонконге, Пекине, Шанхае и Тайбэе. Третья методика более сложна: она предполагает то, что в случае каждого глобального города выделяется иерархия 10 самых популярных кухонь, и в зависимости от места в иерархии популярности каждая из этих кухонь получает от 10 до 1 баллов: кухня, занявшая первое место в данном городе, получает 10 баллов, кухня, занявшая второе место, – 9 баллов и т.д. Баллы, полученные каждой из 23 национальных кухонь, суммируются по всем 50 городам. Четвертая, пятая и шестая методики представляют собой усложненные варианты первой, второй и третьей методик, а именно результаты, полученные благодаря применению первой, второй и третьей методик, в этом случае преобразуются в соответствии со степенью глобальности города. Очевидно, что, например, первое место в самом глобальном городе мира (Нью-Йорке) значит в глобальном кулинарном пространстве намного больше, чем первое место в городах, занимающих позиции в конце 50 самых глобальных городов мира. В связи с этим данные, полученные благодаря первым трем методикам, мы умножаем на индикатор глобальности. Индикатор глобальности наших 50 городов мира получим, присвоив каждому из них значение от 100 до 2 с шагом в 2: глобальность Нью-Йорка – 100, Лондона – 98 баллов и т.д.

Данные о кулинарной иерархии 50 наиболее глобальных городов, полученные благодаря шести методикам, обнаруживают схожие тенденции и вместе с тем несколько различаются. Следующим шагом настоящего исследования является создание интегральной методики, которая подытожила бы данные всех шести методик. На мой взгляд, для этого целесообразно каждой из 23 национальных кухонь поставить количество баллов в зависимости от

¹ Итальянской, японской, китайской, американской, французской, вьетнамской, корейской, русской, британской, немецкой, польской, бразильской, филиппинской, венгерской и еще нескольких десятков национальных кухонь.

² Европейской, восточноевропейской, скандинавской, средиземноморской, ближневосточной, африканской, азиатской, центральноазиатской, латиноамериканской, карибской, центральноамериканской, южноамериканской и других макрорегиональных кухонь.

³ Региональные разновидности китайской кухни считались воедино.

места в иерархии по принципу: 1-е место – 23 балла, 2-е – 22 балла, 23-е место – 1 балл и т.д. с тем, чтобы потом суммировать полученные шесть чисел для каждой из национальных кухонь и, в соответствии с этим, для соответствующих стран как кулинарных держав (таблица).

Таблица

Иерархия кулинарных держав

Кухни	Баллы по 1-й методике	Баллы по 2-й методике	Баллы по 3-й методике	Баллы по 4-й методике	Баллы по 5-й методике	Баллы по 6-й методике	Сумма баллов
1. Италия	21	23	23	21	23	23	134
2. Япония	22	21	22	23	22	22	132
3. Китай	23	22	21	22	21	21	130
4. Франция	19	20	19	20	20	19	117
5. США	20	19	20	19	18	20	116
6. Индия	16	18	16	16	19	16	101
7. Испания	17	15	17	17	15	17	98
8. Таиланд	13	16	18	14	16	18	95
9. Мексика	14	17	15	15	17	15	93
10. Корея	18	14	12	18	14	13	89
11. Вьетнам	11	13	14	11	13	14	76
12. Греция	10	12	13	10	12	12	69
13. Турция	15	11	6,5	13	11	7	63,5
14. Великобритания	12	9	6,5	12	8	9	56,5
15. Германия	8	7	11	8	7	11	52
16. Ливан	6	10	9,5	6	10	6	47,5
17. Аргентина	4	8	9,5	7	6	10	44,5
18. Россия ¹	9	2	4	9	1	8	33
19. Бразилия	7	4	8	5	3	5	32
20. Ирландия	5	6	5	4	9	3	32
21. Марокко	3	5	2	3	5	2	20
22. Индонезия	1	3	3	1	2	4	14
23. Малайзия	2	1	1	2	4	1	11

Важно не только количество баллов, которые мы можем присвоить национальным кухням, но и их распределение. Очевиден разрыв между показателями Италии, Японии, Китая, с одной стороны, и показателями США и Франции – с другой, между показателями США и Франции, с третьей стороны, и показателями Индии и нижеследующих стран и т.д. Эти разрывы превышают 10 баллов. В связи с этим необходимо выделить следующие группы кулинарных держав: 1) сверхдержавы (Италия, Япония, Китай), 2) великие державы (США, Франция), 3) средние державы (Индия, Испания, Таиланд, Мексика, Корея), 4) малые державы (Вьетнам, Греция, Турция, Великобритания, Германия, Ливан, Аргентина) и 5) сверхмалые державы (Россия, Бразилия, Ирландия, Марокко, Индонезия, Малайзия). Группа сверхмалых кулинарных держав является огромной, поскольку к ней относятся не названные в данной статье страны мира, обладающие незначительным кулинарным потенциалом – например, Венгрия, Польша, Швеция, Перу, Филиппины и т.д. Сверхмалые кулинарные державы, входящие в наш список 23 ку-

¹ Tripadvisor.ru к русской кухне относит не только русскую кухню в строгом смысле слова, но и кухню народов России – татарскую, чувашскую, якутскую и т.д.

линарных держав мира, образуют высший слой многочисленной группы сверхмалых кулинарных держав. Итак, во втором десятилетии XXI века экономическими сверхдержавами являются США и Китай, военно-политическими – США, Россия и Китай, а кулинарными – Италия, Япония и Китай.

В социальных науках последних десятилетий распространены рассуждения о ведущих странах последних пяти веков, доминирующих в международных отношениях благодаря превосходству в сфере экономики, политики и военного дела. Наш анализ показывает, что страны конкурируют друг с другом не только в экономической и военно-политической, но и в кулинарной сфере. Однако кулинарная мощь в отличие от экономической и политической мощи имеет специфическую природу, и она относится к области того, что американский политолог Дж. Най назвал «мягкой силой» (soft power), относя к ней культуру, образ жизни, язык и т.д. На мой взгляд, кулинарную мощь следует считать компонентом «мягкой силы». Кулинарная мощь существенно увеличивает «мягкую силу» Италии, Японии, Китая, США, Франции и ряда других стран. К сожалению, русская кухня, как показывает выявленная нами иерархия, незначительно способствует приращению «мягкой силы» России.

Объяснение иерархии кулинарных держав. Как объяснить выявленную нами иерархию кулинарных держав? Совокупность блюд любой кухни выступает как масса продовольственных благ, обладающих широким спектром благоприятных вкусовых воздействий, которые сигнализируют организму человека об их полезности. Любая национальная кухня удовлетворяет потребности в веществах, необходимых для поддержания жизнедеятельности организма человека в данных географических и экономических условиях. Любая национальная кухня является продуктом, с одной стороны, богатства даров природы, с другой – развития способа производства соответствующей страны. Чем более богата и разнообразна природа, чем более развит способ производства, тем более выдающейся является кухня данной страны. По мере развития общества второй фактор приобретает все большее значение.

Страны мира сообразно географическим особенностям своей территории и богатству ее флоры и фауны располагают разным богатством даров природы. Наилучшими возможностями располагают страны со средней или большой территорией, с теплым, мягким, умеренно влажным климатом, с расчлененностью природной среды, и, следовательно, изобилием растительного и животного мира, и имеющие выход к теплым морям и в силу этого изобилующие природными дарами. Выход к теплым морям означает, с одной стороны, развитие сектора кухни, связанного с рыбой и морепродуктами, с другой – обуславливает мягкий и теплый климат. Это объясняет генезис великих кухонь Италии, Японии, Китая и Франции. Страны с относительно суровым климатом и небогатым растительным и животным миром, не имеющие выхода к теплым морям, не создали кухню, которая смогла бы играть заметные роли в глобальной кулинарии. Это случай Великобритании, Германии и России.

Но одного лишь благоприятного климата и богатства природы для кулинарной успешности страны, для создания разнообразной, изощренной, изысканной и богатой национальной кухни мало. Аргентина, Бразилия, Индоне-

зия, Малайзия, а также страны Центральной и Южной Африки с их весьма богатой природой дали миру довольно скромные кулинарные традиции. Богатая и изощренная кухня является плодом довольно развитого способа производства, который обусловил длительное существование классового и классово-сословного общества на данной территории, давних традиций использования больших масс прибавочного продукта для создания высококачественных, элитных предметов потребления, в том числе и кулинарных блюд для привилегированных слоев – монархов и знати, позже – для буржуазии. В странах, являющихся кулинарными сверхдержавами и великими кулинарными державами (за исключением США), с древности существовали общества с классовыми и сословными привилегиями. В этих обществах развитое классово-сословное неравенство издавна обуславливало кулинарное неравенство – изощренную кухню для верхов и примитивную для низов. Развитию кухни этих стран препятствовало и то, что они долгое время были колониями европейских стран, и их правящие классы в колониальную эпоху питали пристрастия к кухням метрополий: правящие классы Бразилии – к португальской, правящие классы Нидерландской Индии (будущей Индонезии) – к голландской и т.д.

Особый случай представляют собой США, чьи кулинарные традиции сформировались во второй половине XIX – XX веке, но эта страна смогла стать великой кулинарной державой. Это произошло потому, что США уже к началу XX века стали самой развитой, могущественной и богатой страной. Американское общество – это классическое капиталистическое общество, с капиталистическим отношением ко всему, в том числе и к пище. Это предполагает то, что прием пищи и кулинария окончательно превращаются в предпосылки расширенного воспроизводства капитала. Это означает, что приготовление и прием пищи должны отвечать императивам скорости, однородности, стандартности, калькулируемости, контролируемости, т.е. того, что американский социолог Дж. Ритцер назвал «макдональдизацией». Наиболее чистым выражением капиталистического духа в кулинарии является американская индустрия быстрого и разнообразного питания. В этом смысле ресторан индустрии фастфуда – это воплощение кулинарного протестантизма. США создали подпространство быстрого питания в глобальном кулинарном пространстве, и оно оказалось заполненным в значительной мере американской кухней.

Безусловно, американская кухня, строго говоря, не сводится к пище ресторанов типа МакДональдс. Существует, например, более утонченная каджунская кухня, опирающаяся на кулинарные традиции американцев франко-канадского происхождения из Нового Орлеана. Но влияние каджунской кухни в США невелико: например, согласно данным Tripadvisor.ru на 20.12.2016, в Нью-Йорке всего около двух десятков ресторанов каджунской кухни, а в Лос-Анджелесе и Сан-Франциско – менее десятка. В то же время ресторанов типичной американской кухни, т.е. связанной с индустрией быстрого питания, в Нью-Йорке существует свыше двух тысяч. Даже в центре каджунской кулинарной культуры, Новом Орлеане, было 526 ресторанов американской кухни и лишь 184 ресторана каджунской и креольской кухни. Таким образом, каджунская кухня – это всего лишь живописный островок в

океане американской пищи. В связи с этим в рамках настоящего исследования вполне допустимым является упрощение, заключающееся в сведении американской кухни к пище ресторанов фаст-фуда.

В завершение данной статьи следует обозначить перспективы развития глобального кулинарного пространства в ближайшем будущем. С нашей точки зрения, во-первых, в глобальном кулинарном пространстве национальные кухни продолжают развиваться и за счет совершенствования средств кулинарного производства, и за счет взаимовлияния. Во-вторых, национальные кухни будут все интенсивнее включаться в глобальное кулинарное пространство. В-третьих, будет происходить стирание границ между национальными кухнями, поскольку резко интенсифицируется заимствование методов кулинарного труда, ингредиентов и блюд. В-четвертых, высока вероятность того, что Китай в связи с его быстрым экономическим и политическим ростом превратится в единственную кулинарную сверхдержаву, оттеснив Италию и Японию на позиции великих кулинарных держав. В более же отдаленном будущем будет возникать подлинно глобальная кухня, которая снимет в себе все достижения национальных кухонь, обогатившись ими.

Литература

1. *Веселов Ю.В.* Повседневные практики питания // Социологические исследования. 2015. № 1. С. 95–104.
2. *Носкова А.В.* Питание как объект социологии и маркер социального неравенства // Вестник Института социологии, 2015, №3 (14).
3. Трипадвизор. Россия. URL: // <http://www.tripadvisor.ru/> (дата обращения: 3.11.2015).
4. *Aguilar-Rodríguez S.* Cooking Modernity: Nutrition Policies, Class, and Gender in 1940s and 1950s Mexico City // *The Americas*. 2007. Vol. 64, № 2. P. 177–205.
5. *Beardsworth A., Keil T.* Sociology on the Menu. An invitation to the study of food and society. London and New York: Routledge, 1997.
6. *Ceccarini R.* Pizza and Pizza Chefs in Japan: A Case of Culinary Globalization. Leiden, Boston: Koninklijke Brill NV, 2012.
7. *Cwiertka K.* Modern Japanese Cuisine. Food, Power and National Identity. London: Reaktion Books, 2006.
8. *D'Arms J.H.* The Culinary Reality of Roman Upper-Class Convivia: Integrating Texts and Images // *Comparative Studies in Society and History*. 2004. Vol. 46, Issue 3. P. 428–450.
9. *Finstad T.* Familiarizing Food: Frozen Food Chains, Technology, and Consumer Trust, Norway 1940–1970 // *Food and Foodways: Explorations in the History and Culture of Human Nourishment*. 2013. Vol. 21, № 1. P. 22–45.
10. *Fukutomi S.* Bottom-up Food: Making Rāmen a Gourmet Food in Tokyo // *Food and Foodways: Explorations in the History and Culture of Human Nourishment*. 2014. Vol. 22, №1–2. P. 65–89.
11. Food Consumption in Global Perspective. Essays in the Anthropology of Food in Honour of Jack Goody. Edited by Jakob A. Klein and Anne Murcott. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2014.
12. *Hollows J.* The Bachelor Dinner: Masculinity, class and cooking in Playboy, 1953–1961 // *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies*. 2010. Vol. 16, № 2. P. 143–155.
13. *Robertson R.* Globalization. Social Theory and Global Culture. London: SAGE Publications. 1992.
14. *Kaplan D.* The Philosophy of Food. Berkeley, Los Angeles, London: University Of California Press, 2012.
15. *Korthals M.* Before Dinner. Philosophy and Ethics of Food. Dordrecht: Springer, 2004.
16. *A.T. Kearney Global Cities Index, 2014.* URL: <https://www.atkearney.com/research-studies/global-cities-index/2014> (Дата обращения: 01.11.2015).

17. Lee S.-P. Eating Solo: Food Practices of Older Hong Kong Chinese Migrants in England // Food and Foodways. 2015. Vol. 23, №3. P. 210–230.
18. Luley B.P. Cooking, Class, and Colonial Transformations in Roman Mediterranean France // American Journal of Archaeology. 2014. Vol. 118, № 1. P. 33–60.
19. Mahoney C. Health, Food and Social Inequality: Critical Perspectives on the Supply and Marketing of Food. London: Routledge, 2015.
20. Mendez C.D. The Sociology of Food in Spain: European Influences in Social Analyses on Eating Habits // Comparative Sociology. 2006. Vol. 5, № 4. P. 353–380.
21. Rath E.C. Food and Fantasy in Early Modern Japan. Berkely: University of California, 2010.
22. Ritzer G. Explorations in the Sociology of Consumption: Fast Food, Credit Cards and Casinos. London: Sage Publications Ltd., 2001.
23. Richardson-Hay Ch. Dinner at Seneca's Table: the Philosophy of Food // Greece & Rome. 2009. Vol. 56, No. 1. P. 71–96.
24. Turner K.L. Buying, Not Cooking // Food, Culture & Society. An International Journal of Multidisciplinary Research. 2006. Vol. 9, № 1. P. 13–39.
25. Vásquez C., Chik A. "I Am Not a Foodie...": Culinary Capital in Online Reviews of Michelin Restaurants // Food and Foodways. 2015. Vol. 23, № 4. P. 231–250.
26. Waters M. The Globalization. London, New York: Routledge, 1996.

Rakhmanov Azat B. Lomonosov Moscow State University (Moscow, Russian Federation)

E-mail: azrakhmanov@mail.ru

DOI: 10.17223/1998863X/37/22

THE GLOBAL CULINARY SPACE AND THE HIERARCHY OF CULINARY POWERS

Key words: *philosophy of food, sociology of food, culinary, global culinary space, culinary power.*

The author develops the theory of the global culinary space. The sociology of food, eating and culinary is a branch of sociology that is undeveloped, but has been developing very rapidly. In the contemporary age food, eating and culinary are strongly affected by the globalization. It creates the global culinary space, where the culinary traditions of many peoples of the world combine. The important component of the everyday reality of each country of the world is the global cuisine that relies on the achievements of very different national cuisines. The most important places of the global culinary space are the global cities – New York, London, Paris, Tokyo, Beijing, Moscow, Berlin and so on. In each of the global cities, there are a lot of the nets of restaurants of different national cuisines. The density of these nets gives us the opportunity to consider the forcefulness of different national cuisines. According to the empirical analysis of the popularity of different national cuisines can be came to the conclusion that there is a hierarchy of culinary powers. The author divides the existing culinary powers into five groups – the culinary superpowers, the great culinary powers, the middle culinary, the small culinary powers and the tiny culinary powers. The culinary superpowers are Italy, Japan and China; the great culinary powers are the USA and France. India, Spain, Thailand and some other countries are the middle culinary powers, Vietnam, Greece, Turkey and some other countries are the small culinary countries, Russia, Brazil, Morocco and some other countries are the tiny culinary powers. The author proposes the explanation of the existing hierarchy of culinary powers. The differentiation of the environment conditions and the specific patterns of historical development of different societies determine the culinary potential of different national cuisines. The author gives a forecast for the main trends of development of the global culinary space.

References

1. Veselov, Yu.V. (2015) Routine practices of nutrition. *Sotsiologicheskie issledovaniya Sociological Studies*. 1. pp. 95–104. (In Russian).
2. Noskova, A.V. (2015) Pitanie kak ob"ekt sotsiologii i marker sotsial'nogo neravenstva [Food as an object of sociology and a marker of social inequality]. *Vestnik Instituta sotsiologii*. 3(14).
3. Tripadvizor. (n.d.) Rossiya [Russia]. [Online] Available from: // <http://www.tripadvisor.ru/>. (Accessed: 3rd November 2015).
4. Aguilar-Rodríguez, S. (2007) Cooking Modernity: Nutrition Policies, Class, and Gender in 1940s and 1950s Mexico City. *The Americas*. 64(2). pp. 177–205.

5. Beardsworth, A. & Keil, T. (1997) *Sociology on the Menu. An invitation to the study of food and society*. London and New York: Routledge.
6. Ceccarini, R. (2012) *Pizza and Pizza Chefs in Japan: A Case of Culinary Globalization*. Leiden, Boston: Koninklijke Brill NV.
7. Cwiertka, K. (2006) *Modern Japanese Cuisine. Food, Power and National Identity*. London: Reaktion Books.
8. D'Arms, J.H. (2004) The Culinary Reality of Roman Upper-Class Convivia: Integrating Texts and Images. *Comparative Studies in Society and History*. 46(3). pp. 428–450. DOI: 10.1017/S0010417504000222.
9. Finstad, T. (2013) Familiarizing Food: Frozen Food Chains, Technology, and Consumer Trust, Norway 1940–1970. *Food and Foodways: Explorations in the History and Culture of Human Nourishment*. 21(1). pp. 22–45. DOI: 10.1080/07409710.2013.76478.
10. Fukutomi, S. (2014) Bottom-up Food: Making Rāmen a Gourmet Food in Tokyo. *Food and Foodways: Explorations in the History and Culture of Human Nourishment*. 22(1–2). pp. 65–89. DOI: 10.1080/07409710.2014.895563.
11. Klein, J.A. & Murcott, A. (eds) (2014) *Food Consumption in Global Perspective. Essays in the Anthropology of Food in Honour of Jack Goody*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
12. Hollows, J. (2010) The Bachelor Dinner: Masculinity, class and cooking in Playboy, 1953–1961. *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies*. 16(2). pp. 143–155. DOI: 10.1080/10304310220138732.
13. Robertson, R. (1992) *Globalization. Social Theory and Global Culture*. London: SAGE.
14. Kaplan, D. (2012) *The Philosophy of Food*. Berkeley, Los Angeles, London: University Of California Press.
15. Korthals, M. (2004) *Before Dinner. Philosophy and Ethics of Food*. Dordrecht: Springer.
16. A.T. Kearney. (2014) *Global Cities Index, 2014*. [Online] Available from: <https://www.atkearney.com/research-studies/global-cities-index/2014>. (Accessed: 1st November 2015).
17. Lee, S.-P. (2015) Eating Solo: Food Practices of Older Hong Kong Chinese Migrants in England. *Food and Foodways*. 23(3). pp. 210–230. DOI: 10.1080/07409710.2015.1066224.
18. Luley, B.P. (2014) Cooking, Class, and Colonial Transformations in Roman Mediterranean France. *American Journal of Archaeology*. 118(1). pp. 33–60. DOI: 10.3764/aja.118.1.0033
19. Mahoney, C. (2015) *Health, Food and Social Inequality: Critical Perspectives on the Supply and Marketing of Food*. London: Routledge.
20. Mendez, C.D. (2006) The Sociology of Food in Spain: European Influences in Social Analyses on Eating Habits. *Comparative Sociology*. 5(4). pp. 353–380. DOI: 10.1163/156913306779147335.
21. Rath, E.C. (2010) *Food and Fantasy in Early Modern Japan*. Berkely: University of California.
22. Ritzer, G. (2001) *Explorations in the Sociology of Consumption: Fast Food, Credit Cards and Casinos*. London: Sage.
23. Richardson-Hay, Ch. (2009) Dinner at Seneca's Table: the Philosophy of Food. *Greece & Rome*. 56(1). pp. 71–96. DOI: 10.1017/S0017383508000703
24. Turner, K.L. (2006) Buying, Not Cooking. Ready-to-eat Food in American Urban Working-class Neighborhoods, 1880-1930. *Food, Culture & Society. An International Journal of Multidisciplinary Research*. 9(1). pp. 13–39. DOI: 10.2752/155280106778055127
25. Vásquez C. & Chik, A. (2015) "I Am Not a Foodie...": Culinary Capital in Online Reviews of Michelin Restaurants. *Food and Foodways*. 23(4). pp. 231–250. DOI: 10.1080/07409710.2015.1102483
26. Waters, M. (1996) *The Globalization*. London, New York: Routledge.