

УДК 130.2

И.В. Сохань, И.В. Нужа

«ГЛОБАЛИЗАЦИЯ» РОССИЙСКОЙ ГАСТРОНОМИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ СКВОЗЬ ПРИЗМУ ЯЗЫКА

Качество и интенсивность процессов глобализации отражают повседневные практики, в том числе гастрономическую. Российская гастрономическая культура всегда развивалась сложно, преимущественно за счет «импорта» иностранных кулинарных традиций. Основным трендом трансформации современного российского пищевого дискурса являются процессы глобализации и «макдонализации», а его маркером – расширение пищевого номинационного ряда в связи с появлением новых пищевых номинаций, представляющих собой заимствования иностранных слов в русский язык для обозначения новых гастрономических практик, привычек, для которых уже недостаточно привычной лексики.

Ключевые слова: гастрономическая культура, гастрономический словарь, языковые номинации.

Кардинальные изменения в сфере гастрономической культуры и гастрономических практик потребления позволяют выдвигать самые различные гипотезы относительно перспектив последних, порой фантастического толка, диапазон которых простирается от предположения о техногенном рационе будущего до регистрации глобализационных процессов, стирающих этнические границы кухонь и порождающих некий унифицированный гастрономический проект: «Глобализация в самом общем смысле представляет собой всеобщую гомогенизацию культурных практик человечества» [1. С. 392]. В дискурсивном разнообразии гастрономического пространства именно глобализационный дискурс становится ведущим, подчиняя своей логике остальные – повседневный/праздничный, медицинский/оздоровительный, модный, эстетический и т. д.

Последнее особенно актуально в контексте российской гастрономической культуры, которая всегда была восприимчива к иностранным влияниям и развивалась за счет как ассимиляции, так и интроекции (механического усвоения без должной обработки собственным культурным опытом) гастрономических традиций других стран. В настоящее время эти процессы протекают особенно интенсивно в связи с тем, что особое значение приобретают не только практики потребления пищи, но и практики информационного усвоения гастрономической культуры, связанные с возможностью приобретения экспертного знания в сфере различных гастрономических традиций и режимов. Владение постоянно обновляющимся и расширяющимся гастрономическим тезаурусом становится важной компетенцией современного человека, основным условием правильной навигации в сложной сфере телесно-коммуникативного обмена, осуществляющегося в сфере пищевых практик.

Несмотря на то, что в общественном сознании сильны традиционалистские тенденции, настаивающие на том, что необходимо сохранять пищевой код, ответственный за определенные параметры коллективной идентичности и позволяющий передавать культурную память, в условиях

интенсивного мультикультурного обмена он не может оставаться статичным и закапсулироваться в качестве неизменного, свободного от внешних влияний. Более того, становится очевидным, что взаимовлияние пищевых кодов обеспечивает не стирание, но новые этапы и формы уникальности национальных вариантов гастрономических культур. Поэтому вполне можно утверждать, что как глобальное является уникальным, так и наоборот – уникальное становится по-настоящему глобальным.

Итак, как было отмечено, российская гастрономическая культура всегда развивалась достаточно сложно, преимущественно за счет «импорта» иностранных кулинарных традиций которые, проходя долгий путь адаптации к российской гастрономической традиции и будучи усвоенными посредством многократного воспроизводства как в элитарной среде, так и спустившись на повседневный уровень низших социальных слоев, наконец становились аутентичной частью русской кухни. С точки зрения цели данного исследования, а именно анализа языковых номинаций в современной, переживающей глобализационные трансформации российской гастрономической культуре, важным представляется оценить, как воспринимались иностранные пищевые практики в постсоветский период истории русской кухни. «Процесс «освоения» чужой еды, изменения пищевых привычек имеет характерные языковые приметы. Так, заимствование продукта и его наименования может сопровождаться в реальной речевой практике сигналами превращения «чужого» в свое» [2. С. 507].

«Импорт» гастрономических традиций в постсоветский период можно разделить на два этапа. Первый – интенсивное усвоение основного глобалистского тренда – пища формата фаст-фуд и связанные с ней гастрономические номинации – попкорн, гамбургер (и производные от него), хот-дог, чипсы и т. д., все, что с сегодняшней точки зрения представляет собой худший вариант индустриализированной еды, поглощалось и усваивалось российскими потребителями на всех уровнях и, конечно, на уровне ментального желудка и ментального метаболизма¹. Пища формата фаст-фуд оказалась очень привлекательной, в том числе и потому, что ранее (в советский период) она была труднодоступна и одновременно максимально желанна – в том числе и в качестве символа, иного, сытого² и гораздо более привлекательного образа жизни. Поэтому процесс ее ассимиляции/интроекции был интенсивен и совершенно не подвергался рефлексии, а приставка «русские, -ое, -ая»³ в отношении связанных с фаст-фудом гастрономических номинаций виделась маркером того, что российская гастрономическая культура активно входит в мировое глобализирующееся пространство, практически мгновенно наверстывая упущенное за годы минимальной коммуникативной проницаемости в ранге страны строящегося

¹ Термины «ментальный метаболизм» и «ментальный желудок» ввел Ф. Перлз в работе «Эго, голод и агрессия» для того, чтобы продемонстрировать идентичность пищевых и ментальных процессов в контексте усвоения окружающей реальности.

² Именно такая первичная функция фаст-фуда в качестве стратегии питания, как сытость, и обеспечила его максимальную привлекательность для переживающего посттравматичный синдром, связанный с голодом и дефицитом, постсоветского человека.

³ Термин «русский фаст-фуд», «фаст-фуд по русски» и различные его субвариации стали часто использоваться в гастрономическом пространстве.

коммунизма. Шло активное усвоение фаст-фудных номинаций, так как распад Советского Союза и крушение железного занавеса повлекли за собой, прежде всего, «затопление» России худшими образцами западного гастрономического изобилия – продуктами, которые являются результатом активности пищевой индустрии, или, в лучшем случае, фаст-фудными вариантами национальных кухонь. Так, «тоталитет» фаст-фуда в нашей повседневной жизни сделал наиболее освоенными и уже практически «своими» такие номинации, как «гамбургер», «попкорн», «хот-дог», «пицца», отличающиеся высокой частотностью употребления в речи и уже зафиксированные словарями последнего десятилетия. Такие заимствованные пищевые номинации используются в качестве родового обозначения целого ряда изделий подобного рода, и для обозначения конкретного вида продукта уже необходимо употребить дополнительные идентификаторы (размер, цена, сорт, вкус и т. д.).

Тренд унифицирующего и культурно нейтрального фаст-фуда остается актуальным и сегодня, но ему уже противостоит и процесс иного рода — многообразие кулинарных традиций разных культур, возможность гастрономического предпочтения различных экспортируемых ими типов кухонь, пусть и на уровне так называемого МАК-варианта¹. Этот процесс выражается в следующих направлениях:

– ознакомление с различными гастрономическими традициями посредством СМИ, которые в своих гастрономических колонках излагают рецепты, дают исторические, культурологические, психологические и даже философские комментарии;

– гастрономический туризм, делящийся, в свою очередь, на реальный и виртуальный. Реальный, безусловно, менее доступен, однако выступает уникальной формой приобретения телесного опыта узнавания Другого и преодоления культурных границ. Виртуальный связан с самостоятельным ознакомлением с гастрономическими традициями через экспертный опыт референтного Другого (например, авторские кулинарные передачи, блоги, книги рецептов) либо, что более сложно, через изучение соответствующей литературы. В любом случае целью является приобретение статуса эксперта для формирования собственной гастрономической траектории.

Таким образом, сейчас наблюдается уже второй этап «импорта» гастрономических традиций, который базируется на состоявшейся «насыщенности» фаст-фудом. Следует заметить, что символом фаст-фуда является Макдональдс, и приставка МАК- давно стала маркером процессов, логика которых выдерживается в соответствующем формате. Поэтому облегченное, поверхностное ознакомление с гастрономической культурой других культур

¹ Дж. Ритцером в исследовании «Макдональдизация общества» были выделены основные принципы, лежащие в основе высокоэффективного производства и потребления, символом чего является Макдональдс. Это эффективность (МАК-пища, несомненно, эффективна как в экономике производства, так и в потреблении); предсказуемость (семантическая ясность, отсутствие непонятных культурных коннотаций и унифицированность вне детерминированности национальными вариантами кухни); контроль, доступность за счет количества и качества производства. МАК-вариант экспортируемой национальной кухни означает ее функциональную адаптацию к легкому ознакомительному усвоению потребителем с использованием уже знакомых продуктов, скорее внешним образом оформленным как блюда из кулинарного реестра другой культуры.

в массовом контексте также может быть преподнесено в МАК-формате. МАК-формат предполагает, как правило, следующее:

- причудливый микс поверхностного информирования о культурно-исторической основе данной диеты;
- адаптированная к ассортименту среднего супермаркета рецептура (перечисление доступных ингредиентов даже для несоотносимого с ними рецепта и весьма приблизительных технологий);
- неременная аппеляция к необходимости расширения гастрономического опыта. Очевидно, что частью этого процесса выступает усвоение гастрономического тезауруса, уже являющегося более сложным по сравнению с теми гастрономическими номинациями, которые сопровождают фаст-фуд.

Таким образом, интеграция гастрономических традиций в повседневную жизнь осуществляется в виде вербальных практик, которые закрепляет среднестатистический гражданин в собственном коммуникативном опыте, демонстрируя свои гастрономические компетенции в качестве обладателя экспертного знания, которым он пользуется не случайно и не профессионально (не в качестве, например, компетенции для рынка труда), но каждый день, в процессе гастрономического самообслуживания. К тому же такие компетенции дополнительно характеризуют своего носителя как человека современного, включенного в основные культурные тренды, ведь если раньше забота о теле отдавалась на откуп традиции, то сегодня она требует собственных усилий.

Кардинальные (особенно если учитывать специфику гастрономической культуры советского закрытого общества, где в условиях дефицита продуктов и соответствующих им гастрономических практик существовало идеологическое идеализированное представление о том, как должен питаться человек, восходящее к знаменитой «Книге о вкусной и здоровой пище») изменения гастрономической среды постсоветского человека можно свести к следующим основным процессам.

- Исчез дефицит продуктов, ведь, сегодня если и можно говорить об остаточных явлениях феномена дефицитарности, то, скорее, в терминах оппозиции «дорогая – дешевая пища», потому что при нехватке денежных средств происходит обращение к опыту прошлого, когда одной из гастрономических компетенций советского человека была способность готовить съедобное из весьма условно съедобного, а гастрономическая информация делилась на формальную (знакомство с кулинарными книгами) и реальную (где, как и что можно «достать» и что из этого приготовить).
- Расширился ассортимент продуктов питания, произошло преодоление сезонной зависимости питания в условиях большого города, так как почти все продукты стали доступны в любое время года (вопрос их качества и цены остался, но в данном случае он вторичен). Расширение ассортимента связано и с тем, что преодолеваются и этнические гастрономические границы – возможность выбора индивидуальной гастрономической траектории основана и на свободном режиме доступа к необходимым ингредиентам для практикования той или иной кулинарной традиции. Это связано не только с продуктами, но и с технической стороной гастрономической культуры. Например,

различные специальные приспособления для приготовления пищи (наборы для фондю и кастрюли для варки спаржи) также являются маркером гастрономической глобализации.

- Возникли и расширяются различные сети быстрого питания – от пионера фаст-фуда Макдональдса до заведений, пытающихся миксовать различные кулинарные традиции (например, русскую и японскую кухни), но предлагающие, несомненно, их адаптированный к потенциальным потребителям, прежде всего к их денежным возможностям, вариант. Предполагается, что традиция быстрой еды пришла с запада и в российской действительности ее не существовало¹, поэтому устойчивый слоган заведений, предлагающих посетителям недорогие блюда русской кухни – «фаст-фуд по русски». Здесь отражается и привычка воспринимать любую западную традицию как ценность, подлежащую ассимиляции, и определенная гордость за национальную кухню, в которой тоже можно найти подходящий фаст-фуд.
- Возникло и расширяется огромное количество ресторанов так называемой высокой кухни, где предлагаемое меню и ценовая политика таковы, что позволяют более аутентично представлять различные гастрономические традиции. Нельзя сказать, что только в ресторанах можно познакомиться с какой-нибудь национальной кухней, это предлагается и в вышеобозначенных сетях быстрого питания, просто речь идет о двух разных практиках с ориентацией на различные экономические и социальные категории населения. Любое гастрономическое новшество, как правило, прививалось в культуру через элиту, а затем в адаптированном виде реализовывалось на уровне повседневной жизни масс. С ознакомительным режимом доступа к различным гастрономическим традициям сегодня дело обстоит примерно так же – фаст-фудный режим для масс и более точный, с соответствующей кулинарной и технической стороной режим для элиты. По этому поводу еще Р. Барт заметил, что существует разница между «магической» и «реальной» кухней, первая обращена к тем, кто нуждается в очаровывании изысканным образом жизни, заведомо понимая, что предлагаемые на страницах глянцевого журналов рецепты неприменимы к повседневной кухне обывателя со скромным достатком; вторая же, так называемая «реальная» кухня обращена к потребителю, который может себе ее позволить [3. С. 198].
- Предпочтительные практики питания сами по себе стали языком, с помощью которого потребитель может рассказать о себе и о том, как он конструирует свою идентичность, всем остальным. Пища перестала быть делом достаточно интимным, что связано не столько с фаст-фудными заведениями и с привычкой перекуса, но и с новыми

¹ Ответ на риторический вопрос «Был ли в России фаст-фуд или нет?» связан с тем, что же называть фаст-фудом. Здесь конфликтуют две точки зрения, первая гласит, что фаст-фудом можно назвать любую пищу быстрого приготовления и быстрого употребления, и подобный гастрономический режим можно обнаружить в любой гастрономической культуре. Вторая же точка зрения связывает фаст-фуд с достижениями пищевой индустрии – таким образом, фаст-фуд прежде всего произведенная ею пища.

коммуникативными технологиями. Не все люди, безусловно, ведут кулинарные блоги в Интернете, но практически каждый, презентуя свою персону в социальных сетях, использует для этого фотографии поеданной пищи, сделанные до или во время трапезы. Очевидно, это новый стиль сотрапезничества – с неким грандиозным анонимным другим, несомненно, оценивающим как трапезу, так и стоящую за ней персону.

- Изменилась стилистика обмена рецептами, как изменился характер кулинарной книги¹. Озабоченность кулинарными колонками в журналах и газетах, многочисленные кулинарные шоу говорят как о непревзойденной значимости пищи в качестве первичного позитивного телесного опыта, так и о том, что пища является способом ситуативного усвоения какой-либо идентичности, без особых на то пролонгированных усилий. Приготовить новое блюдо вместе с ведущим или следуя красочному рецепту в журнале намного проще, нежели прикладывать длительные усилия для расширения границ своей идентичности другими способами. И здесь опять же особую роль играет усвоение специального языка, усвоение гастрономического тезауруса, сопровождающего такие практики.

Так, основным трендом трансформации современного российского пищевого дискурса является отражение процессов глобализации и «макдональдизации» отечественной гастрономической культуры, а его основным маркером – расширение пищевого номинационного ряда в связи с появлением новых пищевых номинаций, представляющих собой заимствования иностранных слов в русский язык, для обозначения новых гастрономических практик, привычек, для которых уже недостаточно привычной лексики. Такие «заморские» номинации (второго этапа «импорта» иностранной гастрономической лексики по отношению к фаст-фудным номинациям), как смузи, фреш, суши, маккиато, стали неотъемлемой составляющей речевых практик россиян. Эти и многие другие слова составляют сегодня значительную часть активного гастрономического словаря носителей русского языка².

Так, в меню ресторанов и на страницах модного глянца названия разных блюд уже не переводятся, а предлагаются к запоминанию в аутентичном виде, номинация «паста» вместо привычных макарон, «руккола», а не привычные салат и петрушка (не потому, что они хуже, а потому, что слишком привычны и поэтому просты, не соответствуют требованию гастрономического обновления), диковинная спаржа, маккиато и латте вместо традиционно одномерного кофе и т. д. Все это дает возможность среднестатистическому россиянину почувствовать себя утонченным гастрономическим потребителем, почти гурманом, лексика которого свидетельствует о его способности ориентироваться в предлагаемых гастрономических трендах.

Так, повседневные гастрономические практики уже невозможны без активного использования этих номинаций в языке. Однако некоторые номина-

¹ Кулинарная книга является традиционной формой гастрономического экспертного знания.

² Примечательно, что многие из них уже зафиксированы современными толковыми словарями, тогда как большой процент новых пищевых номинаций, широко распространенных в повседневной устной речи, пока в словарях не представлен.

ции пока еще остаются «чужими», особенно для старшего поколения россиян, что часто становится очевидным в ситуации заказа блюда во время трапезы в кафе или ресторане. Типичные причины коммуникационного сбоя – «неосведомленность» посетителя о той или иной пищевой традиции, отсутствие фоновых знаний и, как следствие, неспособность вербализировать заказ или употребление весьма приблизительных номинаций. Например, номинации «фетгуччине» и «гальолине» в ситуации посещения итальянского ресторана или совсем «экзотические» «сукияки», «набэмоно», «сябу-сябу» в меню японского ресторана могут вызвать затруднения у непосвященного посетителя, особенно, как уже отмечалось выше, старшего поколения, привыкшего к ограниченному списку наименований блюд, носивших скорее «номенклатурный» характер, часто представлявших собой общеродовые названия (чай, кофе). Показательно, что фаст-фудные номинации старшее поколение усвоило с гораздо большей легкостью – это связано с тем, что они не требовали сложного практикования и репрезентировали грубый и легкий опыт западной пищи, более того, эти номинации иронически использовались и в повседневном гастрономическом тезаурусе.

Следует отметить еще одно номинационное новшество – в эпоху глобализации в связи со значительным расширением ассортимента продукции кафе и рестораны стали предлагать большое количество разновидностей одного и того же блюда или напитка. Например, сетевые кофейни, такие как «Кофе Хауз», «Старбакс», «Кофе шоп», предлагают до 10 видов капучино, и названия его разновидностей также свидетельствуют о вводе в гастрономическую лексику новых слов и словосочетаний (Ореховый, Пломбир, Карамельный, Пекан-мед, Амереттини-карамель, Маршеллоу-карамель, Шоколад-орех, Классический, Шоколадно-мятный). Приведенные номинации являются примером образования новых, окказиональных значений как следствие эллипсирования родового слова. Для потребителя использование таких номинаций означает переход в статус эксперта-потребителя от простого потребителя блюда или напитка. Эксперт-потребитель отличается тем, что обладает дополнительным знанием о продуктах, блюдах, и контексте их потребления. Так, количество номинаций в гастрономической сфере становится отражением качества обладания экспертным знанием. И это не случайно, так как один из качественных сдвигов в общем контексте трансформаций современной гастрономической культуры – изменение авторства экспертного знания. Если ранее оно принадлежало традиции, закреплённой в кулинарной книге, то сегодня происходит размывание гастрономического авторитета – его может присвоить себе кто угодно через определенные практики репрезентации себя – и одной из этих практик является владение всем спектром гастрономических номинаций.

Еще одним проявлением глобализации отечественного пищевого дискурса является замещение некоторых узуальных номинаций новыми, представленными словами иноязычного происхождения, например: маленький/большой кофе – сингл и дабл. Действительно, во введении новых номинаций легко усматриваются два направления:

– ввод номинаций для обозначения новых вкусов и блюд, которых ранее не было в потребительском диапазоне и которые приживаются

в гастрономической культуре вместе со своими аутентичными названиями (из примеров, приведенных ранее, – кофе маккиато и т.п.);

– ввод номинаций для замены привычных названий новыми, на иностранном языке – маленький/большой кофе-сингл и дабл, паста – вместо привычного макарони или лапша; в названиях блюд часто используются иностранные аналоги – пицца «поло песто», т. е. пицца с курицей и соусом песто; паста со спадой – *spada* по итальянски означает рыбу-меч.

Эти процессы наблюдаются везде, не только в российском обществе, но следует отметить, что российское общество оказалось наиболее восприимчиво к заимствованиям. Потребность в развитии и межкультурных коммуникациях, накопившись за десятилетия железного занавеса, когда все иностранное, тем или иным путем попавшее в страну, наделялось особенной ценностью, выразилась в активном усвоении иностранного гастрономического тезауруса, в том числе и в ущерб сугубо национальным номинациям.

Особый интерес представляет изменение паттернов сочетаемости лексем. Например, традиционные гастрономические лексемы «кухня» и «еда» в современных гастрономических текстах употребляются со словами, традиционно ассоциирующимися с миром моды, – гламурный, винтажный, фьюжн (гламурная еда, кулинарный винтаж, кухня в стиле фьюжн). Это связано с тем, что мода формирует основные траектории потребления, стимулирует потребителя желанием потреблять и меняться, что не может отражаться на первичной телесной практике – пище. Следование моде на тот или иной стиль питания является одной из гастрономических компетенций человека, который хочет не только заботиться о себе, но и быть современным. К тому же, по замечанию Ж. Бодрийяра, моде подвластны все вариации и изменения, но есть граница, через которую она никогда не переходит, маркирование границы между худым и толстым телом, с неизбежной ценностной детерминацией – худое тело как предпочтительное и толстое тело как порицаемое: «Мода может воздействовать на все... но она не может воздействовать на различие толстого и худощавого» [4. С. 182]. Поэтому мода на ту или иную пищу априори включает в себя и диетическую ориентацию не столько на здоровое¹, сколько на обязательно худое тело. И хотя некоторые исследователи утверждают, что: «Одержимость диетами, как и ожирение – симптомы того, что кулинарная культура совсем разладилась» [5. С. 359], из этого можно сделать и другой вывод – о том, что символическая сторона гастрономии становится более важной, т.е. важно как знание о еде, так и такая практика ее употребления, которая, пусть и в противовес традиционным «сытости и вкусу», приведет к желаемой норме тела.

Кроме того, избирательность и утонченность в гастрономических приоритетах продолжает традиции статусного потребления – чем выше по социальной лестнице, тем больше как возможностей, так и необходимости разбираться в том, что и как есть. Однако тотальность гастрономического информирования сегодня предоставляет возможности подобной избирательности для всех.

¹ Достаточно вспомнить тан называемую «кухню декаданса» или заповеди питания в распространенном среди подростков «кодексе анорексичек».

Номинационный ряд «модной еды» отражает также такую тенденцию современного глобального кулинарного дискурса, как стремление представить кухню как искусство, место, где готовится еда не в целях потребления определенного количества калорий, необходимых для поддержания жизни, а еда, требующая от повара особого искусства, еда, превращающая жизнь человека в праздник. Эта тенденция связана с рождением феномена визуальной гастрономии и с усилением эстетического аспекта питания. Поэтому пища уже не только вкусная и здоровая, но и красивая, а места публичного приема пищи оцениваются не только с точки зрения качества пищи, важнейшей становится ее предлагаемая эстетическая репрезентация. Еда становится не только «модной», но и «красивой».

Приведет ли такой интенсивный обмен пищевыми номинациями к окончательной гомогенизации гастрономической культуры? Еще некоторое время назад исследователи опасались, что подобная гомогенизация будет осуществляться за счет «макдональдизации» питания, тоталитета фаст-фуда, но сегодня очевидна тенденция дискурсивного разнообразия в практиках питания, где каждый может выбрать и сформировать собственную гастрономическую траекторию. Важным становится информационное обеспечение такого выбора, поэтому гастрономическая экспертиза отчуждается у референтных фигур, точнее, становится принадлежащей не только им. Поэтому особое значение приобретают знание о том, как, где, когда и чем следует питаться, и соответствующий тезаурус, делающий возможным широкий спектр диетических траекторий. К тому же владение всем спектром гастрономических номинаций сближает отдаленные друг от друга с точки зрения социальной стратификации «магическую» и «реальную» кухни.

Каждый потребитель при должном внимании и усилиях может определить для себя свою диету, встраиваясь в гомогенизирующееся гастрономическое пространство. Обмен гастрономическими номинациями, усвоение новых и расширение гастрономического тезауруса – необходимое сопровождение этого процесса.

Литература

1. Загидуллина М.В. Пищевой код как смысловой центр национальной культуры и проблема глобализации // Коды повседневности в славянской культуре: еда и одежда / отв. ред. Н.В. Злыднева. СПб.: Алейтея, 2011. С. 392–403.
2. Еда по-русски в зеркале языка / Н.Н. Романова, У. Долешаль, Д. Вайс и др. М.: РГГУ, РАН. Ин-т русского языка им. В.В. Виноградова, 2013. 586 с.
3. Барт Р. Мифологии. М.: Академический Проект, 2010. 351 с.
4. Бодрийяр Ж. Общество потребления: Его мифы и структуры / пер. с фр. М.: Культурная революция, 2006. 269 с.
5. Стил К. Голодный город: Как еда определяет нашу жизнь / пер. с англ. М.: Strelka Press, 2014. 456 с.

Sokhan Irina V., Nuzha Irina V. The National Research University Higher School of Economics (St. Petersburg, Russian Federation). E-mail: irina.sokhan@gmail.com, irina.nuzha@gmail.com

THE GLOBALISATION OF RUSSIAN GASTRONOMIC CULTURE THROUGH THE PRISM OF THE LANGUAGE

Key words: gastronomic culture, gastronomic vocabulary, loanwords.

The issues connected with gastronomic culture have become increasingly topical throughout the last two decades. Food, meals, bodily and communicative gastronomic practices reflect dramatic changes of culture. Food is one of the most important and suggestive markers of everyday practices which signify the patterns and the intensity of globalisation. Russian gastronomic culture has always developed in a very specific way with the import of foreign culinary traditions being the main trend of this process. The alien traditions have been adopted first by the elite circles, then by the lower strata of the Russian population to finally become an authentic part of Russian culture. Borrowing foreign gastronomic vocabulary was the hallmark of such assimilation. Although unified fast food still remains the mainstream of the modern gastronomic culture, it is being challenged by a new tendency. The diversity of culinary traditions of different cultures in the globalized world offers an opportunity of forming a bodily identity by choosing one of the exported types of cuisines even at the level of so called Mac-variant. Today, the modern Russian food discourse reflects the process of globalization and macdonaldalisation of the domestic gastronomic culture. The major marker of the latest linguistic changes is the extension of food nominatives as the consequence of the adoption of new foreign nominatives, which denote new gastronomic practices and habits. Such words as “smoothie”, “fresh”, “sushi”, “macchiato” have become an integral part of the active gastronomic vocabulary of Russians. Gastronomic loanwords demonstrate a new crucial tendency in the modern Russian language: the substitution of the native gastronomic thesaurus with a new one of the foreign origin.

References

1. Zagidullina M.V. *Pishchevoy kod kak smyslovoy tsentr natsional'noy kul'tury i problema globalizatsii* [The food code as the pivot of the national culture and the problem of globalization]. In: Zlydneva N.V. (ed.) *Kody povsednevnosti v slavyanskoy kul'ture: eda i odezhda* [The codes of everyday life in the Slavonic culture: food and clothing]. St. Petersburg: Aleyteya Publ., 2011, pp. 392–403.
2. Romanova N.N., Doleshal' U., Weiss D. et al. *Eda po-russki v zerkale yazyka* [Russian food in the language mirror]. Moscow: Russian State University for the Humanities, 2013. 586 p.
3. Bart R. *Mifologii* [Mythologies]. Moscow: Akademicheskii Proekt Publ., 2010. 351 p.
4. Baudrillard J. *Obshchestvo potrebleniya: Ego mify i struktury* [The consumer society. Its myths and structure]. Translated from French by E.A. Samarskaya. Moscow: Kul'turnaya revolyutsiya Publ., 2006. 269 p.
5. Steele K. *Golodnyy gorod: Kak eda opredelyaet nashu zhizn'* [How food shapes our lives]. Translated from English by M. Korobochkin. Moscow: Strelka Press Publ., 2014. 456 p.