

**Проблема классификации гастрономических передач на современном
российском телевидении**

Научный руководитель – Андреева Анна Анатольевна

Мухин Александр Евгеньевич

Студент (бакалавр)

Тюменский государственный университет, Институт филологии и журналистики,
Тюмень, Россия

E-mail: 79504807877@yandex.ru

В современном мире тема еды, ее приготовления, дизайна и употребления прочно укрепились на современном российском телевидении. Среди огромного множества кулинарных телепередач, блогов, страниц в соцсетях каждый сможет найти для себя что-то полезное и интересное. Особую популярность данная тема приобрела на просторах интернета. Различного рода блоги, группы и форумы наполнены рецептами блюд на любой вкус и цвет. Пользователи социальных сетей активно обсуждают кулинарию, а также делятся своими рецептами. Исследователи массовой коммуникации анализируют жанровую природу, потребительские свойства подобных медиапродуктов, пытаются выявить тренды кулинарных и гастрономических форматов (С. А. Сивопляс, Е. С. Голоусова, К.Г. Абелян и др.). Между тем изучение представленности темы еды и связанных с ней образов в культурологическом аспекте может дать достаточно прочную методологическую опору, позволит понять смену парадигм бытования темы еды в человеческом универсуме.

Опираясь на труды философов, культурологов и социологов (Фрейденберг, Левинас, Булгаков, Сохань и др.), говорящих об особенностях отношений человек - пища (телесность, мир, святость и др.), мы сделали попытку классификации гастрономических телепередач на современном российском телевидении. На сегодняшний день еда является частью межкультурной коммуникации, пища - связующее звено между индивидом и обществом, еда стирает границы между элитой и массой. В понятие пищи заложены как материальные, физические основания, так и духовные. Безусловно, еду можно рассматривать с множества точек зрения. Еда - это не только изобилие продуктов на прилавках магазина. Еда является мощным средством массовой коммуникации. Вкус, запах, цвет, форма еды являются основными параметрами гастрономических репрезентаций. В определенном смысле, пища является универсальным языком общения между людьми не только одной страны, но и всего мира. Однако в античности еда воспринималась человеком как некий образ жизни, смерти и обновления вселенной. Иными словами, еда - это центральный объект в жизни общества. Связано это не столько с биологическими потребностями, а с производством и трудовым актом. В древнерусской же кухне, вплоть до XVI века, еда уподоблялась телесности человека, еда и акт поедания осмыслялись как творение мира.

В эпоху Нового времени еда начинает восприниматься как «средство межкультурной коммуникации». Происходит активный процесс смешения русской кухни и кухонь иностранных государств. Но уже в конце XIX - начале XX века происходит репрезентация национальных рецептов в зависимости от региональных особенностей. С XX века еда становится образом зримого изобилия, человеческий труд начинает отделяться от процесса потребления.

Несмотря на процесс глобализации и потребительского отношения не только к еде, но и контенту в массовой коммуникации (он идеально подстраивается под целевую аудиторию), проявления разных культурных парадигм, их одномоментное существование присутствует на одних и тех же площадках. В передаче «Едим дома» Юлии Высоцкой мы видим

и рекламу продуктов, и отдыхаем, развлекаемся, наблюдая, с какой легкостью ведущая готовит блюдо, и одновременно чувствуем дистанцию, заданную высокими стандартами технологий, многочисленных секретов, высокой эстетики. Продукты превращаются в космос тогда, когда Высоцкая готовит из них сотворенное блюдо.

В популярной телепередаче «На ножах», несмотря на очевидную скандальность, эпатажность, известный российский шеф-повар Константин Ивлев выступает в качестве «жреца», восстанавливающего нарушенный миропорядок «священной кухни». Можно сказать, происходит своеобразный универсальный обряд инициации, который выражается в осмеянии и унижении Ивлевым поваров. На следующем этапе Ивлев руководит ремонтом, разрабатывается новое меню, меняет концепцию. Иными словами, из хаоса создается космос. В «Адской кухне» прежде чем стать участником передачи, нужно пройти отборочные испытания, трагедийность которых делает передачу зрелищной, захватывающей. В то же время мы исполняем священным трепетом перед «белым фартуком», умением и тайными знаниями поваров, пришедших к финалу.

Классификация медиапродуктов гастрономической тематики, таким образом, должна включать в себя культурологический компонент, чтобы была ясна направленность, цель и выбор художественно-выразительных средств.

Источники и литература

- 1) Фрейденберг О.М. Поэтика сюжета и жанра. М., 1997
- 2) Левинас Э. Время и Другое. Гуманизм другого человека. СПб., 1998
- 3) Булгаков С.Н. Сочинения: В 2 т. М., 1993. Т. 1.
- 4) Сохань И.В. Архитектоника повседневности. Пицца //Культурология 27 ноября 2007 С. 39-44.
- 5) Сохань И.В. Деформации повседневности в современной культуре // Культурология 20 февраля 2008 С. 61-64.