

УДК 654.1 + 008  
ББК 76.032 + 71.05

DOI: 10.30628/1994-9529-2020-16.1-59-78  
received 10.06.2019, accepted 27.03.2020

**АМИНЕТ МАГАМЕТОВНА СИУХОВА**

Майкопский государственный  
технологический университет,  
Майкоп, Россия  
ORCID: 0000-0002-1629-0925,  
e-mail: aminsi@mail.ru

## ПОВСЕДНЕВНЫЕ ПРАКТИКИ В ДИСКУРСЕ НОВЫХ МЕДИА (НА ПРИМЕРЕ КУЛИНАРНЫХ ШОУ)

**Аннотация.** В статье раскрывается вопрос об использовании повседневных практик в качестве содержания программ экранных медиа. Главным объектом анализа становится телевизионные программы, посвященные еде и кулинарии как наиболее популярные в ряду программ о повседневных практиках. Цель исследования — выявление факторов, обуславливающих постоянное производство и особую популярность кулинарных шоу на телевидении. Методология исследования основывается на системном подходе, позволяющем рассматривать осознанное приготовление еды как культуропродуцирующий феномен с философских, социологических и культурологических позиций. Важным направлением исследования становится выявление эстетического и художественного потенциала изображения пищевых продуктов посредством искусства.

Философским тезисом проводится мысль о том, что изначально еда в пространстве живой природы является главным условием ее физического существования, а осознанно приготовленная еда представляется культурной универсалией, кардинально отличающей человека от диких

животных. Культурологический подход к исследованию феномена еды заключается в способности еды кодировать значимые смыслы человеческой жизни, что содействовало введению ее в контекст разнообразных символических практик, таких как магия, религиозные обряды, искусство. Эстетическое осмысление еды исторически обусловлено проявлением интереса коллективного сознания к имманентной сущности кулинарии как магии, основанной на ее способности к воссозданию метаморфоз, т.е. трансформации исходных продуктов в свою противоположность (твердое в мягкое, жидкое в густое и пр.). Социологическое понимание значения еды акцентирует мысль, что совместное добывание пропитания, отстранение от его запасов «чужаков», формирование определенных табу при дележе добычи, и пр. организовали социальную структуру. Семантика «вечной борьбы за хлеб насущный» реализуется в кулинарных шоу, связанных с жесткой конкурентной борьбой. Главный вывод исследования заключается в том, что кулинария как форма повседневных практик современности в контексте медиа-искусства способна нести разнонаправленные смысловые нагрузки и выполнять миссию, обусловленную ценностными ориентирами авторов контента — от гуманистических идей создания гармонии человеческого существования в природе и социуме, до идей массовизации общества с императивным мотивированием индивидов на избыточное символическое потребление товаров и услуг.

**Ключевые слова:** повседневность, повседневные практики, новые медиа, еда, кулинария, магия, конкуренция, общество потребления, гуманизм

**AMINET M. SIYUKHOVA**

Maikop State Technological University,

Maikop, Russia

ORCID: 0000-0002-1629-0925,

e-mail: aminsi@mail.ru

# EVERYDAY PRACTICES IN THE NEW MEDIA DISCOURSE (BY THE EXAMPLE OF COOKING SHOWS)

**Abstract.** The article addresses the everyday practices as the content of screen media programs. The main object of analysis is television programs devoted to food and cooking as the most popular ones in a series of programs about everyday practices. The purpose of the study is to identify factors that determine the constant production and particular popularity of cooking shows on television. The research methodology is based on a systematic approach that allows us to consider conscious cooking as a cultural-producing phenomenon from philosophical, sociological and cultural points of view. An important area of research is the identification of the aesthetic and artistic potential of representing food through art.

The idea that food in the space of living nature is initially the main condition for its physical existence, while consciously prepared food is a cultural universal that fundamentally distinguishes humans from wild animals, is drawn as a philosophical thesis. A culturological approach to the study of the phenomenon of food consists in the ability of food to encode meanings of human life, which contributed to its introduction into the context of various symbolic practices, such as magic, religious rites, and art. The aesthetic apprehension of food is historically determined by the interest of the collective consciousness in the immanent essence of cooking as magic, based on its ability to recreate metamorphoses, i.e. transformation of a product into its opposite (hard to soft, liquid to thick, etc.). The sociological understanding of the meaning of food emphasizes the idea that cooperative procurement of food, the removal of “strangers” from its reserves, the formation of certain taboos during the distribution of food, etc., have organized a social structure. The semantics of the “eternal struggle for daily bread” is realized in cooking shows associated with fierce competition.

The main conclusion of the study is that cookery, as a form of everyday practices of our time in the context of media art, can carry multidirectional semantic charges and fulfill missions determined by the values of the content authors—from humanistic ideas to harmonize our existence in nature and society, to ideas of society massification with an imperative motivation of

individuals for excessive symbolic consumption of goods and services.

**Keywords:** everyday life, everyday practices, new media, food, cooking, magic, competition, consumer society, humanism

Повседневность представляется такой же значимой категорией, как время, пространство, бесконечность, бытие и ничто. В повседневной жизни человек осознанно действует, вырабатывая ценностно-смысловые основания своего существования, включается в социальное взаимодействие в рамках своего общества на основе общих форм обыденных практик. Совместные действия в ходе естественного бытия организуют повседневный опыт участников этого взаимодействия, являются предпосылками повседневного познания, нормами общения и процедурами осмысления социальных фактов. Их специфической особенностью является то, что они представляют собой практическое повседневное социальное знание. Это знание имеет безусловный характер, является беспроблемным, однородным, предзаданным для каждого отдельного человека [1, с. 179].

Рутинa повседневности отдельного человека или группы людей охватывает большую часть времени их жизни. Уже только поэтому она требует разностороннего осмысления в границах социально-гуманитарного и философского знания. Так, в исследовании современного автора И.П. Поляковой «Повседневность в социально-философском контексте: теоретико-методологический анализ» отмечается, что традиционно интерпретация повседневности в трудах мыслителей, начиная с эпохи Античности до Нового времени, склоняется к негативному ее истолкованию как явлению нелогичному, вынужденному, довлеющему над человеком и вызывающему неустанную тревогу о личном благополучии. При этом высказывается справедливая мысль, что в последнее столетие отношение к повседневности поменялось, и в коллективном сознании социума возросла ее ценность [2, с. 18]. В подтверждение данному тезису можно привести мысли А. Щютца, трактующего повседневность с позиций феноменологической социологии. Дом как место постоянного обитания человека в повседнев-

ном взаимоотношении с близкими людьми, набором элементарных форм взаимодействия и обмена мыслитель определяет как место, откуда человек выходит и куда хочет вернуться для ощущения устойчивости бытия [3, с. 215]. В другом сочинении он пишет: «... повседневность предстает перед нами как смысловой универсум, совокупность значений, которые мы должны интерпретировать для того, чтобы обрести опору в этом мире, прийти к соглашению с ним». [4, с. 131]. Теоретически обосновывает повышение статуса повседневности исследователь В.Д. Лелеко, который указывает, что на рубеже XX-XXI вв. повседневность, бывшая прежде на периферии культуры, становится культурно значимой [5, с. 20]. Современный американский автор М.Т. Райан (M.T. Ryan) затрагивает близкую тему для нашего исследования, рассматривая средства массовой информации в контексте формирования образа жизни американцев в структуре повседневной жизни в гендерном, классовом и политическом аспектах [6].

В качестве аксиомы мы можем утверждать, что в обыденном сознании повседневность противостоит ритуализованному празднику и тризне, и реализуется в таких формах деятельности, как общение с ближайшими родственниками, стирка, уборка, уход за животными и растениями, приготовление и прием пищи, организация сна, ежедневные походы на работу и в магазин. Потребление информации из медиа-источников также сегодня прочно вошло в перечень повседневных практик. Домашняя, бытовая, повседневная среда пребывания человека в информационном обществе становится процессом постоянного научения и формирования новых культурных практик [7, с. 3].

Понятие «новые медиа» сегодня находится в процессе дискуссионного осмысления, и каждый исследователь имеет собственные основания вкладывать в него определенные характеристики, о чем пишет, например, А.Г. Пастухов. Он отмечает: «Изучение «новых медиа» и их форм принято ограничивать понятием «СМИ», но этого не достаточно ещё и по причине того, что новые формы массовой коммуникации, различаемые в прессе или на телевидении, исключают, по-видимому, всякое взаимодействие» [8, с. 184]. В рамках нашего

исследования под новыми медиа мы будем понимать электронные формы трансляции информации, в историческом контексте являющиеся самыми последними технологиями в сфере коммуникации по сравнению с печатными СМИ. Также к свойствам новых медиа нами относится качество интерактивности, т.е. возможность реципиента самостоятельно управлять временем и способом потребления контента.

В последние годы, как никогда ранее, новые медиа, к которым мы, помимо разнообразных форм передачи информации посредством электронных технологий, относим экранные формы (ТВ, Интернет), обладая способностью визуально-интерактивного репрезентирования потока информации, достаточно большой сегмент эфирного времени посвящают программам, так или иначе связанным с повседневными практиками. В фокусе авторов видео оказываются ремонт квартиры, работы на дачном участке, выбор и покупка одежды, приобретение и ремонт автомобилей и пр. Следует признать, что первыми в этом списке стоят программы о еде и ее приготовлении. Все общедоступные телеканалы имеют в своей сетке вещания подобные передачи, а также существуют специализированные каналы, полностью посвященные этой теме (Кухня-ТВ, Телекафе, Food Network и др.). Помимо официальных телевизионных каналов, действует множество любительских каналов на хостинге YouTube, где самодельные авторы предлагают собственные версии программ о кулинарии. Что же заставляет одних производить данные программы, а других стабильно их смотреть, невзирая на то, что практика приготовления и поглощения еды обыденна, часто рутинизирована, постоянна? Для ответов на эти вопросы мы осуществили экскурс в теорию проблемы, рассматривающую ее с позиций культурологии, социологии и отчасти психологии, провели контент-анализ сетки телевещания спутникового телевидения медиапровайдера Ростелеком за период с середины февраля по конец марта 2019 г. с вычленением из нее передач о питании и кулинарных шоу, а также проанализировали архивные записи популярных кулинарных шоу прошлого, размещенные в свободном доступе на Интернет-портале YouTube.

Вопрос о роли кулинарии в развитии общества достаточно широко обсуждается в научных кругах. Каждая отрасль гуманитарной науки высказывает собственные доводы в пользу особой важности социальной функции осмысленной деятельности по приготовлению пищи на раннем этапе формирования общественной жизни. Общепринятым тезисом звучит мысль о том, что изначально еда в пространстве живой природы является главным условием ее физического существования, а осознанно приготовленная еда представляется культурной универсалией, кардинально отличающей человека от диких животных. Исследуя этимологию слова «еда», Н.С. Марушкина отмечает близость понятий «есть — принимать пищу» и «есть — существовать, быть живым» [9, с. 21.].

Культурологический подход к исследованию феномена еды заключается, прежде всего, в том, что она (как предмет и как процесс) выражает собой культурный код, при помощи которого маркируются многие стороны человеческой жизни, придавая им этническую и национальную специфику, историческую и ландшафтно-климатическую определенность. Так, авторы Е.Д. Мелешко и Л.Н. Набилкина видят в повседневном аспекте еды «скрытый», сакральный смысл, определяющий духовное значение (поедание тотема, вкушение тела Христова) как ограничение и табуирование еды. Таким образом, считают они, феномен еды в контексте соотношения профанности и сакральности представляет собой фактор преодоления повседневности, переход к ее новому уровню «внеповседневного» [10, с. 28]. Исторический взгляд на еду в аспекте изменения потребляемых продуктов, способов принятия пищи и форм зависимости людей от еды за последние 10000 лет (голод, эпидемия ожирения, влияние на здоровье генно-модифицированных продуктов и пр.) раскрывает в своей книге «Вечный праздник: Десять тысячелетий продовольственной глобализации» Кеннет Ф. Кипл (Kiple K.F.) [11]. Американские авторы Кевин М. Фицпатрик и Дон Уиллис (Fitzpatrick K.M., Willis D. A) в сборнике междисциплинарных очерков исследуют отношения между едой и местом как типом культурного ландшафта, раскрывают темы глобали-

зации и локализации продовольствия, влияния изменений в форме производства и потребления пищи на наступление более широких социальных последствий [12]. С историко-культурологических позиций рассматривает тему еды и кулинарных текстов в широком смысле (сборников рецептов, кулинарных практик) К. Вестер (K. Vester). В них автор видит символический способ формирования культурной идентичности и социальной иерархии в Соединенных Штатах, метод эффективного влияния как на установление социального порядка, так и на проявления культурного сопротивления [13].

Наше исследование носит более прикладной характер. Оно затрагивает узкий сегмент проблемы значения концепта еды в культуре, касающийся причин постоянного использования образа еды в медиатекстах, вследствие чего в большей мере строится на анализе эмпирического материала.

Способность еды кодировать значимые смыслы человеческой жизни содействовало введению ее в контекст разнообразных символических практик, будь то магия, религиозные обряды, искусство. Если говорить об экранных искусствах, то первопроходцами в этом стали живописцы, на экране полотна запечатлевающие еду, означающую, помимо самой себя, еще нечто, несущее дополнительные смыслы — бренности жизни (натюрморты Караваджо и Снейдерса), религиозной веры (изображение еды и трапез у Веласкеса), неприкаянности советского быта и двойных стандартов в идеологии (натюрморт с рыбой на газете «Правда» Оскара Рабина), парадоксы общества потребления («Кока-кола», или «Суп» Энди Уорхола) и пр.

Самым ранним проявлением интереса коллективного сознания к сущности кулинарии как магии можно считать ее способность к воссозданию метаморфоз, т.е. трансформации исходных продуктов в свою противоположность: твердое может стать мягким (зерно — хлеб), жидкое — густым (студень), зеленое — красным (вареные морепродукты), зловонное — источающим тонкий аромат (грибы, капуста) и пр. Не единожды в кулинарных шоу мы могли наблюдать, когда ведущий программы, помешивая что-нибудь на сковороде, с таин-

ственным видом произносит: «Вот сейчас произойдет волшебство...». Сказка, волшебство, чудо как элементы мифологического сознания через кулинарные практики, заключенные в границы экрана, входят в современную рациональную, и часто пресную, жизнь индивида как форма искусства, придавая ей эмоциональную насыщенность и вкус. Очевидно, что это может являться одним из факторов популярности кулинарных передач на телевидении.

Метаморфозы, свойственные кулинарному ремеслу, проявляются прежде всего эстетически: через визуализацию сочетания цветов, форм, динамики процессов их изменения. Разнообразие продуктов, применяемых в гастрономии, бесконечно велико, что также становится источником для художественно-композиционного комбинирования кадра, вызывающего необходимый эмоциональный отклик у публики. Например, кадр-заставка к передаче «Еда живая и мертвая» представляет собой горку гамбургеров, сложенную в форме пирамиды (Рис. 1).



Рис. 1. Кадр из телепрограммы «Еда живая и мертвая» (канал НТВ, февраль, 2019).

Fig. 1. A shot from the program *Eda zhivaya i mertvaya* [Living and Dead Food]

(NTV channel, February, 2019).

Не без иронии, идейный посыл программы о вреде фастфуда выражается в обращении к форме и цвету египетской пирамиды — по

сути гробницы. Черный фон добавляет настроения смертности. Однако, яркие пятна овощей, выглядывающие из бутербродов, снимают трагичность содержания, настраивая зрителя на позитивный лад, т.е. те страхи, которые нагнетаются в вербальном тексте, в реальности кажутся не такими уж и страшными, и ничего не произойдет, если иногда позволить себе съесть что-нибудь вредное.

Красота еды иногда настолько изысканная и утонченная, что в кадре она присутствует как дополнительный аксессуар, украшающий ведущего. Больше всего на роль аксессуаров подходят фрукты и кондитерские изделия. Красивые пирожные или сочные фрукты как бы транслируют свою эстетическую энергию тому, кто их сделал или в кадре держит в руках, а тот в свою очередь передает эту энергию зрителям. Невозможность передать средствами визуальных медиа запахи, важную составляющую приготовленных блюд, легко компенсируется воображением воспринимающего сознания, имеющего опыт взаимодействия с едой на протяжении всей жизни.

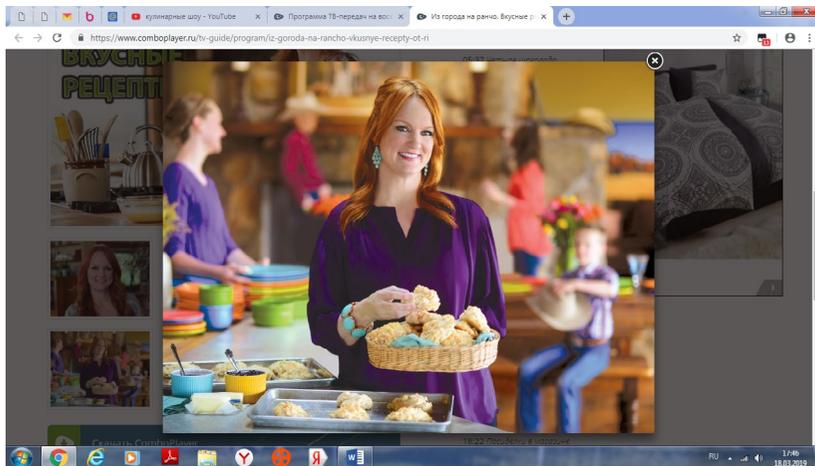


Рис. 2. Кадр из программы «Из города на ранчо. Вкусные рецепты от Ри» (канал Food Network, февраль, 2019).

Fig. 2. A shot from the program *Iz goroda na rancho. Vkusnye retsepty ot Ree* [From the City to the Ranch. Ree's Delicious Recipes; original name: *The Pioneer Woman*] (Food Network Channel, February, 2019).

Подойдем к значению пищи с социологических позиций. Социологи утверждают, что пища стала компонентом первичного социума, особенно его экономического базиса в виде отношений собственности. Так, Ю.В. Веселов обращает внимание на то, что уже в примитивном обществе хозяйственная деятельность по обеспечению продуктами питания социально нормирована, т.е. все, что производится посредством присваивающего способа, не сразу употребляется в пищу, а сначала делится между членами племени в соответствии с закрепленными в обрядах и обычаях принципами. Также ученый отмечает, что питание в широком смысле — как процесс производства продуктов, их приготовления и потребления — это институционально оформленная деятельность. Она строго нормирована и регулируется со стороны социальных групп — семьи и общины; народности и нации; общества в целом. Отличается мужская и женская пища, взрослая и детская и т.д. [14, с. 96]. Совместное добывание пропитания, отстранение от его запасов «чужаков», формирование определенных табу при дележе добычи, распределение ее особым образом среди членов первобытного стада/племени, в конечном счете организовали, по замечанию авторов И.Л. Андреева и Л.Н. Назаровой, социальную структуру [15, с. 101].

Как видим, помимо того, что еда выражает символические смыслы и является элементом духовной культуры, она обладает материальной ценностью — на начальном этапе человеческой истории самой значимой в аспекте конкурентной борьбы за ее обладание. Борьба за хлеб насущный может носить характер жесточайшего поединка, с мощным выбросом адреналина. В то же время, адреналин — важная составляющая успеха также и современных видов развлекательного телевидения. Становится понятным причина чрезвычайной популярности кулинарных шоу, в содержании которых есть открытое противоборство, и чем оно жестче, тем дольше продолжает существовать шоу. Ярким примером может служить сериальная программа «Адская кухня» (ведущий Гордон Рамзи), первый выпуск которой состоялся в США в 2005 г., а шоу продолжалось 18 сезонов.

В России права на использование идеи были реализованы в 2012 г., и до 2018 г. было снято 4 сезона. На кону состязания стоял выигрыш либо места шеф-повара в элитном ресторане, либо внушительная сумма денег. И то, и другое может быть рассмотрено с точки зрения эквивалента еды — «престижная работа — хороший доход — много вкусной еды». В дискурсе этого шоу непосредственное приготовление пищи отходит на второй план, а на авансцену выходит страсть, психологические столкновения соперников, а также драматичные конфликты единомышленников внутри команд. На жестоком противоборстве также построены отечественные серийные программы «Рецепт на миллион. Битва кулинаров» (2002-2016 гг., первый ведущий Дмитрий Назаров), «Битва шефов» (2016-2017 гг., ведущий Глеб Пьяных). Чрезвычайная популярность этих программ доказывается тысячами просмотров на YouTube. Драматизм содержания шоу поддерживается визуальными художественными средствами, основанными на метаморфозности. Миловидная девушка неожиданно «скалится» в объектив и демонстрирует «кусающую» мимику, на секунду превращаясь в дикого зверя, готового разорвать любого, кто посягнет на ее добычу (Рис. 3).

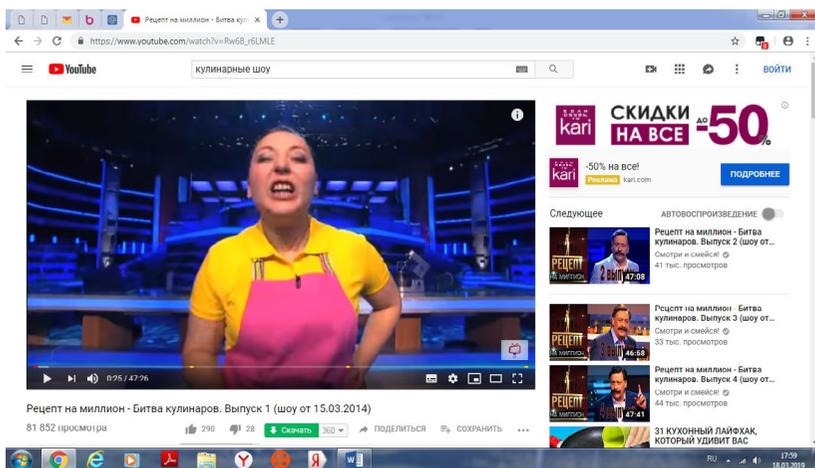


Рис. 3. Кадр из программы «Рецепт на миллион. Битва кулинаров», размещенной на YouTube.

Fig. 3. A shot from the program *Retsept na million. Bitva kulinarov* [A Recipe for a Million. Battle of the Cooks] posted on YouTube.

Привычные поварские инструменты могут быть показаны как опасные орудия, способные уничтожить врага (Рис. 4).

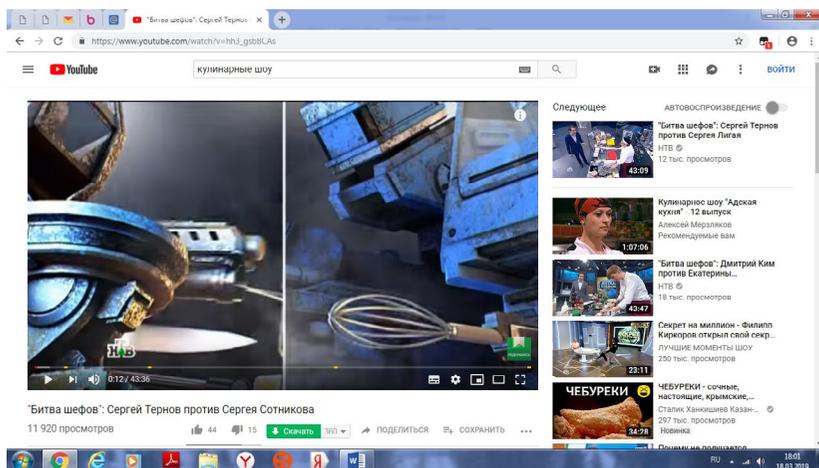


Рис. 4. Кадр из программы «Битва шефов», размещенной на YouTube.  
Fig. 4. A shot from the program *Bitva shefov* [Battle of the Chefs] hosted on YouTube.

По справедливому замечанию Е.Л. Яковлевой, индивид в пространстве современной городской жизни постоянно ощущает нехватку эмоций, что значительно ограничивает его мир и творческий потенциал [16, с. 9]. Психологический подход к значению кулинарии в системе экранных искусств основывается именно на этом постулате. Автор, ссылаясь на К.С. Пигрова [17, с. 151], замечает: «Чтобы «представить знание о полноте бытия», необходимо «само непосредственное переживание полноты бытия». Вследствие этого личность постоянно ищет свежие впечатления, осваивая новые горизонты и интересуясь, не в последнюю очередь, гастрономической культурой и кухней народов мира, то есть тем, что ему неизвестно с целью освоения Другого/иного и привнесения в свою жизнь» [16, с. 12]. Телевидение отвечает на данный запрос выпуском программ о путешественниках, совершающих вояжи, для того чтобы попробовать заморские яства («Поедем поедим» и др.).

Компенсаторная функция публикации кулинарного текста, снабженного ярким видеорядом иллюстраций, отмечалась по поводу издания культовой «Книги о вкусной и здоровой пище» выпуска пятидесятых годов XX века. Считалось, чем беднее жизнь и скуднее рацион питания в обществе, тем возникает больший интерес к изображению продуктового изобилия. Очевидно, что в кризисные времена усиливаются функции мифологического сознания, заставляющего первобытных людей изображать в пещерах животных в надежде, что они оживут по законам мистики, либо привлекут к себе живых собратьев. Времена страха голода канули в прошлое, в странах устойчивого принятия телевизионного сигнала и Интернет-трафика сформировалось общество потребления с избыточным производством пищевых продуктов, однако тяга к мистичному изображению снеди и восприятию изображенного осталась. «Раньше перед едой молились, сейчас — её фотографируют и выкладывают в Instagram», - выразительно звучит заглавие статьи А.Ю. Мельниковой и М.М. Чудиновой [18]. Можно утверждать, что сегодня изменился семантический смысл изображения снеди, ее приготовления и потребления — мистика изображенной еды стала теперь направлена не на притягивание сытости как условия существования и счастья, а как привлечение социального успеха, статусности личности. Еще в начале XX века выдающийся немецкий социолог Г. Зиммель заметил: «Там, где посредством еды, кроме цели насыщения, достигается еще эстетическое удовольствие, возникают дополнительные затраты, которые не только легче переносятся обществом, чем индивидом и которые благодаря этому получают значительную поддержку» [19, с. 189]. К эстетизации трапезы как таковой примыкает эстетизация изображения трапезы, и всего, что ей предшествует. Медиатекст кулинарных шоу, таким образом, по теории Бодрийера, выстраивает систему символического потребления, т.е. еда и кулинария в данном случае выступают «симулякром» [18].

В качестве обобщения можно перечислить основные положения, которые отвечают на вопрос: в чем состоит притягательность экранных публикаций о еде и ее приготовлении?

1. Приготовленная еда представляется одним из самых ранних носителей человеческих смыслов, т.е. является фактором формирования духовной культуры.

2. Мистика и волшебство превращения в свою противоположность ингредиентов кулинарии в процессе готовки в системе экранных искусств актуализируют мифологическое сознание современного человека, делают его более эмоционально восприимчивым.

3. Еда как материальная жизненно обеспечивающая ценность является источником постоянной скрытой или явной борьбы.

4. Продукты питания обладают чрезвычайной эстетической выразительностью благодаря своим физическим свойствам, а при изображении на экране данные качества еще более усиливаются.

5. В современном обществе еда как предмет и процесс представляется объектом символического потребления, укрепляющего статусные характеристики индивидов. Художественное изображение приготовления и поглощения еды призвано тиражировать символические образцы, стимулируя массовые продажи продуктов и услуг общественного питания.

6. «Рамочное», запрограммированное существование современного городского человека в условиях давления экономического менеджмента, с одной стороны, ограничивает получение новых впечатлений в реальной жизни, с другой — вызывает ностальгию по традиционной жизни, с размеренным темпом, без беспокойства о завтрашнем дне, с эмоционально естественным общением с близкими людьми (бессознательное тяготение к преодолению идеологии общества потребления). Кулинарные передачи о приготовлении еды для своих детей или друзей, радостное совместное вкушение часто очень незатейливых блюд настраивают зрителя на достижимость простого человеческого счастья.

Таким образом, кулинария как форма повседневных практик современности в контексте медиа-искусства способна нести разнонаправленные смысловые нагрузки и выполнять миссию, обусловленную ценностными ориентирами авторов контента — от гуманистических

идей создания гармонии человеческого существования в природе и социуме, до идей массовизации общества с императивным мотивированием индивидов на избыточное символическое потребление товаров и услуг, приносящее реальные прибыли их производителям. Претензия на универсальность темы кулинарии для использования в медиа-контенте выводит передачи данного содержания за рамки моды или «формата» в ограничительном смысле. Зрителю же для просмотра остается только выбирать из них, исходя из собственных предпочтений — эстетических, познавательных и этических в том числе.

### ЛИТЕРАТУРА

1. Анистратенко Т. Г. Самоопределение личности в повседневных жизненных практиках: трансдисциплинарный подход // Общество и право. 2017. № 1(59). С. 177–181.

2. Полякова И. П. Повседневность в социально-философском контексте: теоретико-методологический анализ: дис. ... д-ра филос. наук: 09.00.11. М., 2011. 352 с.

3. Шютц А. Смысловая структура повседневного мира: очерки по феноменологической социологии. М.: Институт фонда «Общественное мнение», 2003. 334 с.

4. Шютц А. Структура повседневного мышления // Социологические исследования. 1988. № 2. С. 129–137.

5. Лелеко В. Д. Культурология повседневности: становление и современное состояние // Фундаментальные проблемы культурологии: в 4 т. / отв. ред. Д. Л. Спивак. СПб.: Алетейя, 2008. Т. 1. Теория культуры. С. 377–389.

6. Ryan M. T. Lifestyle media in American culture: Gender, class, and the politics of ordinariness. New York; London: Taylor & Group, 2018. 222 p.

7. Банных Г. А. Информационная культура в повседневных практиках городского жителя // Экономика, общество, человек: теория, методология, реальность: сб. научных публикаций: в 2 ч. / Министерство образования и науки Российской Федерации, Уральский государственный экономический университет. Екатеринбург: Изд-во Уральск, гос. экономич. ун-та, 2015. Ч. 2. С. 3–5.

8. Пастухов А. Г. О границах медиа: новые медиа и новая медийная культура // Ученые записки Орловского государственного университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. 2015. № 1(64). С. 182–188.

9. Марушкина Н. С. Концепт «еда» в контексте диалога культур: дис. ... канд. культурологии: 24.00.01. Иваново, 2014. 154 с.
10. Мелешко Е. Д., Набилкина Л. Н. Феномен еды как культурный код // Гуманитарные ведомости ТГПУ им. Л.Н. Толстого. 2017. № 4(24). С. 26–31.
11. Kiple K. F. Ten Millennia of Food Globalization. New York: Cambridge University Press, 2007. 386 p.
12. Fitzpatrick K. M., Willis D. A Place-Based Perspective of Food in Society. New York: Palgrave Macmillan, 2015. 281 p.
13. Vester K. A Taste of Power: Food and American Identities. Oakland, California: University of California Press, 2015. 283 p.
14. Веселов Ю. В. Повседневные практики питания // Социологические исследования. 2015. № 1(369). С. 95–104.
15. Андреев И. Л., Назарова Л. Н. Социология жизни: динамика еды — от пищевых цепей к гуманистической биополитике // Социологические исследования. 2016. № 7(387). С. 101–109.
16. Яковлева Е. Л. Фронтирность гастрономических повседневных практик // Журнал фронтирных исследований. 2018. № 1(9). С. 7–16.
17. Пигров К. С. Философия в сенсорных пространствах // Звучащая философия: сб. матер. конференции. СПб: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2003. С. 147–158.
18. Мельникова А. Ю., Чудинова М. М. Раньше перед едой молились, сейчас — её фотографируют и выкладывают в Instagram // Диалоги о культуре и искусстве: матер. VI Всероссийской науч.-практ. конф. с международным участием: в 2 ч. / отв. ред. А. В. Макина. Пермь: Упр. науч.-исслед. деятельности Пермского гос. ин-та культуры, 2016. Ч. 2. С. 292–295.
19. Зиммель Г. Социология трапезы // Социология: теория, методы, маркетинг. 2010. № 4. С. 187–192.
20. Бодрийяр Ж. Система вещей. М.: Рудомино, 1999. 218 с.

#### REFERENCES

1. Anistratenko T. G. Samoopredelenie lichnosti v povsednevnykh zhiznennykh praktikakh: transdistsiplinarnyy podkhod [Personal identity in daily life practices: a transdisciplinary approach]. *Obshchestvo i pravo* [Society and Law]. 2017. No. 1(59), pp. 177–181.
2. Polyakova I. P. *Povsednevnost' v sotsial'no-filosofskom kontekste: teoretiko-metodologicheskii analiz* [Everyday life in the socio-philosophical context: theoretical and methodological analysis. Dr. Sci. Diss.]. Moscow, 2011. 352 p.

3. Schütz A. *Smyslovaya struktura povsednevnogo mira: Ocherki po fenomenologicheskoy sotsiologii* [The meaningful structure of the everyday world: Essays on phenomenological sociology]. Moscow: Institut fonda "Obshchestvennoe mnenie" Publ., 2003. 334 p.

4. Schütz A. *Struktura povsednevnogo myshleniya [The structure of everyday thinking]. Sotsiologicheskie issledovaniya* [Sociological Studies]. 1988. No. 2, pp. 129-137.

5. Leleko V. D. *Kul'turologiya povsednevnosti: stanovlenie i sovremennoe sostoyanie* [Cultural studies of everyday life: formation and current status]. *Fundamental'nye problemy kul'turologii* [Fundamental problems of cultural studies]. St. Petersburg: Aletheia Publ., 2008, Vol. 1, pp. 377–389.

6. Ryan M. T. *Lifestyle Media in American Culture: Gender, Class, and the Politics of Ordinarity*. New York and London: Taylor & Francis Group, 2018. 222 p.

7. Bannykh G. A. *Informatsionnaya kul'tura v povsednevnykh praktikakh gorodskogo zhitelya* [Information culture in everyday practices of urban residents]. *Ekonomika, obshchestvo, chelovek: teoriya, metodologiya, real'nost': sb. nauchnykh publikatsiy* [Economics, society, man: theory, methodology, reality: collection of scientific publications]. Ekaterinburg: Ural State University of Economics Publ., 2015, part 2, pp. 3–5.

8. Pastukhov A. G. *O granitsakh media: novye media i novaya mediynaya kul'tura* [About the boundaries of media: new media and new media culture]. *Uchenye zapiski Orlovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Gumanitarnye i sotsial'nye nauki* [Scientific notes of the Orel State University. Series: Humanities and Social Sciences]. 2015. No. 1(64), pp. 182–188.

9. Marushkina N. S. *Kontsept "eda" v kontekste dialoga kul'tur* [The concept of "food" in the context of a dialogue of cultures. Cand. Sci. Diss.]. Ivanovo, 2014. 154 p.

10. Meleshko E. D., Nabilkina L. N. *Fenomen edy kak kul'turnyy kod* [The phenomenon of food as a cultural code]. *Gumanitarnye vedomosti TGPU im. L.N. Tolstogo* [Humanitarian Bulletin of Tula State Lev Tolstoy Pedagogical University]. 2017. No. 4(24), pp. 26–31.

11. Kiple K. F. *Ten Millennia of Food Globalization*. New York: Cambridge University Press, 2007. 386 p.

12. Fitzpatrick K. M., Willis D. *A Place-Based Perspective of Food in Society*. New York: Palgrave Macmillan, 2015. 281 p.

13. Vester K. *A Taste of Power: Food and American Identities*. Oakland, California: University of California Press, 2015. 283 p.

14. Veselov Yu. V. Povsednevnye praktiki pitaniya [Daily nutrition practices]. *Sotsiologicheskie issledovaniya* [Sociological Studies]. 2015. No. 1(369), pp. 95–104.

15. Andreev I. L., Nazarova L. N. Sotsiologiya zhizni: dinamika edy—ot pishchevykh tsepey k gumanisticheskoy biopolitike [Sociology of life: dynamics of food— from food chains to the humanistic biopolitics]. *Sotsiologicheskie issledovaniya* [Sociological Studies]. 2016. No. 7(387), pp. 101–109.

16. Yakovleva E. L. Frontirnost' gastronomicheskikh povsednevnykh praktik [Frontier gastronomic everyday practices]. *Zhurnal frontirnykh issledovaniy* [Journal of frontier studies]. 2018. No. 1(9), pp. 7–16.

17. Pigrov K. S. Filosofiya v sensornykh prostranstvakh [Philosophy in the sensory spaces]. *Zvuchashchaya filosofiya: sbornik materialov konferentsii* [Sounding philosophy: Collection of conference materials]. Saint-Petersburg: St. Petersburg University Publ., 2003, pp. 147–158.

18. Mel'nikova A. Yu., Chudinova M. M. Ran'she pered edoy molilis', seychas — ee fotografiruyut i vykladyvayut v Instagram [Previously, they prayed before eating, now they take pictures of it and upload it on Instagram]. *Dialogi o kul'ture i iskusstve: materialy VI Vserossiyskoy nauch.-prakt. konferentsii* [Dialogues about culture and art: Collection of conference materials]. Perm: Perm State Institute of Culture Publ., 2016, part 2, pp. 292–295.

19. Simmel G. Sotsiologiya trapezy [The sociology of the meal]. *Sotsiologiya: teoriya, metody, marketing* [Sociology: theory, methods, marketing]. 2010. No. 4, pp. 187–192.

20. Baudrillard J. *Sistema veshchey* [The system of objects]. Moscow: Rudomino Publ., 1999. 218 p.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ:

**АМИНЕТ МАГАМЕТОВНА СИУХОВА**

доктор культурологии,

профессор кафедры философии,

социологии и педагогики,

Майкопский государственный технологический университет,

385000, Майкоп, ул. Первомайская, д. 191

**ORCID: 0000-0002-1629-0925**

e-mail: aminsi@mail.ru

ABOUT THE AUTHOR:

**AMINET M. SIYUKHOVA**

Doctor of Cultural Studies

Professor, Department of Philosophy,

Sociology and Pedagogy,

Maikop State Technological University,

385000, Maikop, Pervomaiskaya str., 191

**ORCID: 0000-0002-1629-0925**

e-mail: [amins@mail.ru](mailto:amins@mail.ru)