



Глобальное кулинарное пространство и гастрономические стратегии городов России

А.Б. РАХМАНОВ, доктор философских наук, МГУ им. М.В. Ломоносова, Москва. E-mail: azrakhmanov@mail.ru

В статье представлена концепция глобального кулинарного пространства, в котором взаимодействуют кулинарные традиции многих народов. На основе анализа популярности различных национальных кухонь в ведущих городах мира делается вывод о существовании иерархии кулинарных держав. Автор вводит понятие кулинарного суверенитета и рассматривает гастрономические стратегии Москвы, Санкт-Петербурга и других российских крупных городов. Наиболее популярными в российском кулинарном пространстве оказываются русская, итальянская, японская, американская и китайская кухни.

Ключевые слова: социология пищи, глобальное кулинарное пространство, гастрономические стратегии, кулинарная держава, кулинарный суверенитет, кулинарный национализм, кулинарный космополитизм

Кулинария как отрасль общественного производства

Пища (еда и питье) – одна из наиболее важных природных потребностей человека. В западной науке разработка философских, социологических, культурологических и иных аспектов пищи и питания ведется уже давно [1, 2, 3], в российской – подобные исследования только начинаются [4, 5]. В данной статье предпринята попытка анализа кулинарии как социального явления в эпоху становления глобального общества и позиций российских городов в глобальном кулинарном пространстве.

Кулинария – это деятельность по приготовлению пищи, готовой к непосредственному потреблению человеком, специфическая отрасль производства. Кулинария есть воплощение активного (производительного) отношения к пище, гастрономия – пассивного (потребительского).

Как отрасль общественного производства кулинария начала выделяться еще в античности, обособившись от сельского хозяйства, ремесла и торговли – например, в Древнем Риме с его

достаточно развитым разделением общественного труда уже существовали предприятия массового питания – харчевни, где готовили пищу. В этих предшественниках современных кафе и ресторанов, красочно описанных, например, в «Сатирико-не» Петрония Арбитра, трапезничали в первую очередь римские пролетарии. Становление кулинарии как особой отрасли общественного производства предполагало эволюцию средств кулинарного труда и появление специализированных работников – поваров, посудомоек, официантов и т.д. Вместе с тем процесс обособления кулинарии по сравнению с другими отраслями был более длительным и в начале XXI в. до конца не завершен даже в развитых странах.

Кулинария в значительной степени и донныне сохраняет характер ремесленного, основанного на ручном труде производства. Индустриализация коснулась ее только частично. И донныне не произошло полного отчленения кулинарии как отрасли от повседневной деятельности людей – большинство из нас потребляют пищу, приготовленную на своей кухне. Уже давно почти никто не изготавливает для себя обувь или одежду, мебель и домашнюю утварь, но ни один дом немислим без кухни и надлежащего кулинарного оборудования. Отставание кулинарии от других отраслей производства обусловлено различием природы потребности в пище и спецификой способов их удовлетворения. Потребность в пище требует регулярного удовлетворения несколько раз в день, тогда как, например, одежда и обувь приобретаются на длительный период времени. Это очень долго делало незбылемыми позиции домашнего приготовления пищи, превращая домашние кухни в цитадели кулинарии, что препятствовало и установлению господства индустриальных методов ее производства.

И все же в сфере кулинарии в развитых странах идет вытеснение ремесленно-ручного производства индустриальным и частного (семейно-домашнего) – общественным. Все больше людей питаются вне дома, на предприятиях общественного питания, либо покупают продукты-полуфабрикаты, приготовленные на таких предприятиях. В рыночных условиях кулинария становится бизнесом и функционирует с целью получения прибыли; в кулинарном производстве начинают доминировать крупные предприятия – не только отдельные рестораны, кафе,

пиццерии и т. д., но и общенациональные предприятия, выступающие как сети ресторанов и кафе, и даже транснациональные компании, действующие во многих странах мира (американские MacDonald's, KFC, японская Marugame seimen и т. д.). Процессы индустриализации и обобществления кулинарии продолжают, и в перспективе, по всей вероятности, они создадут основу для того, чтобы приготовление пищи из рутинной и утомительной деятельности по удовлетворению повседневных естественных потребностей людей трансформировалось в сферу творческой самореализации, креативного дерзания, сродни художественному творчеству.

Глобализация сегодня делает глобальной и кулинарию, чему способствуют изменение образа жизни, современные средства коммуникации и массовые миграции населения. В эпоху глобализации каждая национальная кухня развивается противоречиво: с одной стороны, воспроизводятся старые (традиционные, классические) блюда и вкусы, с другой – возникают новые блюда и новые вкусы благодаря, во-первых, развитию средств труда, технологий и повышению квалификации работников, во-вторых, заимствованиям из других национальных кухонь. Страны, которые создали наиболее совершенные кулинарные образцы и стали хранителями эталонов вкуса, отнюдь не являются монополистами данного вида продукции, которая с успехом производится вне данной страны. Например, пиццы в мире ныне производят и едят вне Италии, вероятно, больше, чем на родине этого блюда.

В кулинарии этот процесс приводит к возникновению глобального кулинарного пространства, в каждой точке которого сосуществуют, конкурируют, взаимодействуют и переплетаются национальные кухни из всех стран мира. Для него характерны такие атрибуты, как сжатие, детерриториализация и рефлексивность процессов, которые были отмечены Р. Робертсоном [6], М. Уотерсом [7] и другими представителями глобалистики.

Эмпирическое исследование глобального кулинарного пространства: методики и результаты

Всякая страна, располагающая своеобразной национальной кухней, специфическими кулинарными традициями, может рассматриваться как кулинарная держава. А вот масштабность

ее зависит от того, насколько национальная кухня той или иной страны является влиятельной и популярной в глобальном кулинарном пространстве, в какой мере гастрономические вкусы населения этой страны ориентированы на ее собственную кухню и кухни других стран.

Для установления иерархии кулинарных держав обратимся к анализу количества ресторанов различных национальных кухонь в наиболее важных городах разных стран. 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. Для выделения наиболее важных из них используем самый авторитетный рейтинг, разрабатываемый американской консалтинговой фирмой А.Т. Kearney (рейтинг Кёни) за 2014 [8]. Обратимся к списку таких 50 (из 84) глобальных городов.

Чтобы получить информацию о количестве ресторанов различных типов кухни в выделенных городах мира, используем данные самого крупного в мире сайта о путешествиях – TripAdvisor.com [9]. Сайт содержит сведения почти о 5 млн гостиниц, ресторанов и достопримечательностей всех стран мира, а также информацию о ресторанах национальной (итальянской, японской, китайской и др.) и макрорегиональной кухни (европейской, средиземноморской, ближневосточной, азиатской и т. д.).

Анализ статистики ресторанов мира обнаруживает, что в кулинарном пространстве 50 городов доминируют 23 разновидности национальной кухни. Обратимся к изучению статистики, касающейся количества ресторанов 23 национальных кухонь в каждом из 50 городов мира. Далее мы обрабатываем полученные 1150 чисел с тем, чтобы сформировать обоснованные представления об иерархии кулинарных держав, используя шесть методик обработки этих эмпирических данных.

Первая методика базируется на подсчете количества ресторанов каждой из 23 национальных кухонь в 50 городах мира совокупно. Вторая использует тот же алгоритм, но исключает данные, касающиеся городов соответствующих стран. Например, при вычислении количества ресторанов китайской кухни в 50 городах исключаются данные об их числе в Гонконге, Пекине, Шанхае и Тайбэе. Третья методика сложнее: в каждом глобальном городе выделяется иерархия 10 самых популярных кухонь,

и в зависимости от места в этой иерархии каждая из кухонь получает от 10 до 1 балла: кухне, занявшей первое место в данном городе, присваивается 10 баллов; второе – 9 и т. д. Баллы каждой из 23 кухонь суммируются по всем 50 городам. Методики 4–6 представляют собой усложненные варианты первых трех, а именно: результаты, полученные благодаря применению методик 1–3, в этом случае преобразуются в соответствии со степенью глобальности города. Очевидно, что, например, первое место в Нью-Йорке значит в глобальном кулинарном пространстве намного больше, чем первое в городах, занимающих позиции в конце списка 50 глобальных городов мира. В связи с этим данные, полученные благодаря первым трем методикам, мы умножаем на индикатор глобальности – значение от 100 до 2 с шагом в 2 (глобальность Нью-Йорка – 100, Лондона – 98 баллов и т. д.).

Данные о кулинарной иерархии городов, полученные по разным методикам, обнаруживают схожие тенденции и вместе с тем несколько различаются. Следующий шаг исследования – создание интегральной методики. На мой взгляд, для этого целесообразно каждой из 23 национальных кухонь поставить количество баллов в зависимости от 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, стран как кулинарных держав.

Если учесть не только количество баллов, присвоенных национальным кухням, но и их распределение (разрывы между показателями разных стран), то можно выделить следующие группы кулинарных держав: 1) сверхдержавы (Италия, Япония, Китай), 2) великие державы (США, Франция), 3) средние (Индия, Испания, Таиланд, Мексика, Корея), 4) малые (Вьетнам, Греция, Турция, Великобритания, Германия, Ливан, Аргентина) и 5) сверхмалые державы (Россия¹, Бразилия, Ирландия, Марокко, Индонезия, Малайзия). Группа сверхмалых кулинарных держав огромна, поскольку к ней относятся не названные в данной статье страны, обладающие незначительным кулинарным потенциалом – например, Венгрия, Польша, Швеция, Перу, Филиппины и т. д.

¹ TripAdvisor к русской кухне относит не только русскую в строгом смысле слова, но и кухню народов России (татарскую, чувашскую, якутскую и т. д.), отдавая приоритет, конечно, русской кухне в строгом смысле слова.

Сверхмалые кулинарные державы, входящие в наш список 23 кулинарных держав мира, образуют только высший слой многочисленной группы сверхмалых кулинарных держав.

Кулинарный суверенитет

Под кулинарным суверенитетом страны я подразумеваю степень ориентации ее кулинарии на национальную кухню, что определяется как отношение доли ресторанов национальной кухни к общему количеству ресторанов в ведущих городах данной страны.

Вычислим, опираясь на данные сайта, степень кулинарного суверенитета 30 наиболее важных стран мира. В качестве индикатора использовались данные о кулинарной ситуации в столицах стран либо экономических центрах (Нью-Йорк, Стамбул, Мумбаи и т. д.)². Наше исследование на основании подсчета по данным сайта TripAdvisor.ru (на русском языке) привело к следующим результатам (табл. 1). Рассмотрим классификацию государств по степени кулинарного суверенитета.

Страна обладает *полным кулинарным суверенитетом*, если ее национальная кухня в кулинарном пространстве абсолютно доминирует по популярности над кухнями всех других стран, вместе взятых. В этом случае более 50% ресторанов в ведущих городах представляют ее национальную кухню, а жители страны решительно ориентированы на потребление блюд своей кухни, и их следует квалифицировать как радикальных кулинарных националистов (Турция, Китай, Италия, Южная Корея, Испания, Япония, Венгрия, Франция). А жителям Турции, Китая и Италии присущ к тому же очень ярко выраженный кулинарный национализм.

В стране с *ограниченным кулинарным суверенитетом* ее национальная кухня в кулинарном пространстве относительно доминирует над кухнями других стран, но при этом последние в совокупности по популярности превосходят данную национальную кухню. В этом случае рестораны национальной кухни

составляют менее 50%, но более 30% от общего количества ресторанов в ведущих городах страны. К этой группе относится ряд стран от Аргентины до Украины: их жителей можно охарактеризовать как умеренных кулинарных националистов.

Таблица 1. Кулинарный суверенитет 30 стран мира

Страна (столица, экономический центр)	Всего ресторанов 23 национальных кухонь, ед.	Ресторанов кухни данной страны	
		ед.	%
Турция (Стамбул)	6810	5834	85,67
Китай (Пекин)	8834	7469	84,55
Италия (Рим)	5448	4398	80,73
Греция (Афины)	1416	963	68,01
Южная Корея (Сеул)	8217	5315	64,68
Испания (Мадрид)	3950	2341	59,27
Япония (Токио)	29998	17601	58,67
Вьетнам (Ханой)	966	537	55,59
Франция (Париж)	8996	4802	53,38
Венгрия (Будапешт)	1545	804	52,17
Аргентина (Буэнос-Айрес)	1739	850	48,88
Тайвань (Тайбэй)	5465	2592	47,42
Австрия (Вена)	1839	871	47,36
Индонезия (Джакарта)	4080	1924	47,16
Мексика (Мехико)	1519	706	46,48
Гонконг (Гонконг)	3223	1328	41,2
Таиланд (Бангкок)	3862	1470	38,06
Ливан (Бейрут)	366	128	34,97
Польша (Варшава)	936	305	32,59
Украина (Киев)	766	232	30,29
США (Нью-Йорк)	6105	1773	29,04
Россия (Москва)	5442	1526	28,04
Бельгия (Брюссель)	1998	479	23,97
Великобритания (Лондон)	9805	2318	23,64
Бразилия (Сан-Паулу)	3367	794	23,58
Индия (Мумбаи)	5312	1208	22,74
Нидерланды (Амстердам)	1541	344	22,32
Австралия (Сидней)	2263	498	22,01
Германия (Берлин)	2860	581	20,31
Канада (Торонто)	2783	295	10,6

Примечание. По большинству стран данные за 11.11.2015. Данные по Ливану, Польше, Украине, Индонезии, Вьетнаму и Греции – за 13.11.2015, по Австралии, Бельгии, Австрии, Канаде, Таиланде, Венгрии – за 14.11.2015.

² Подчеркнем, что отождествление кулинарных ориентаций наиболее важного города (столицы либо экономического центра) и страны в целом является упрощением, но вполне приемлемым: как показали наши исследования, выходящие за пределы предмета данной статьи, кулинарные предпочтения наиболее важных городов различных стран и этих стран в целом различаются незначительно.

Кулинарная полуколония – в стране национальная кухня на ее территории с незначительным преобладанием более популярна, чем кухня любой другой страны. В этом случае доля ресторанов национальной кухни данной страны составляет менее 30%, но их количество больше, чем ресторанов любой из иностранных кухонь (США, Россия, Великобритания, Бразилия, Нидерланды и Австралия). Причем кулинарными метрополиями по отношению к США выступали Италия, Япония и Китай, в Великобритании – Италия и Индия, в Бразилии – Япония и Италия, в Нидерландах – Италия и Франция, в Австралии – Италия и Япония. Жители кулинарных полуколоний также относятся к умеренным кулинарным космополитам.

Кулинарная колония не обладает даже малой степенью кулинарного суверенитета, ее национальная кухня в ее же кулинарном пространстве по популярности уступает кухням других стран (Бельгия, Индия, Германия и Канада). Причем Бельгия является кулинарной колонией Франции, Индия – Китая, Германия – Италии, а Канада – Италии, Японии и Китая одновременно. Кухни каждой из трех последних стран более популярны в Канаде, чем канадская, которая на своей территории все же опережает американскую кухню. Жителей кулинарных колоний следует охарактеризовать как радикальных кулинарных космополитов.

Как соотносятся положение в иерархии кулинарных держав и степень кулинарного суверенитета? Примечательно, что многие страны со значительным уровнем кулинарной мощи – кулинарные сверхдержавы, великие и средние кулинарные державы – обладают полным или ограниченным кулинарным суверенитетом. В качестве исключений выступают США и Индия. США, будучи великой кулинарной державой, одновременно и кулинарная полуколония, а Индию, которая относится к средним кулинарным державам, одновременно можно считать кулинарной колонией. То, что США – единственная из кулинарных сверхдержав и великих держав, является кулинарной полуколонией, следует объяснить доминированием в американской кухне фаст-фуда. Россия (сверхмалая кулинарная держава) выступает как кулинарная полуколония. Страна, являясь сверхмалой кулинарной державой, может обладать полным кулинарным суверенитетом, например Венгрия, жители которой, судя по значительному преобладанию

ресторанов венгерской кухни в Будапеште, отличаются ярко выраженной ориентацией на свои кулинарные традиции.

Гастрономические стратегии городов России

Сеть ресторанов различных национальных кухонь является воплощением гастрономических стратегий, т. е. целенаправленного и устойчивого пищевкусового поведения жителей любого города. Эмпирический анализ сетей ресторанов различных национальных кухонь в ведущих городах России позволяет сделать ряд заключений об их гастрономических стратегиях. Вывод о России как кулинарной полуколонии мы сделали на основе данных о гастрономических пристрастиях жителей Москвы. Рассмотрим гастрономические ориентации других городов (с населением от 500 до 1 млн чел.) России, чтобы выяснить, какие национальные кухни доминируют в их кулинарном пространстве.

Анализ сетей ресторанов выявил предпочтение, отданное 19 кухням – русской, итальянской, японской, китайской, американской, французской, мексиканской, вьетнамской, испанской, индийской, немецкой, британской, тайской, корейской, греческой, грузинской, узбекской, армянской, украинской³. Эмпирический анализ сетей ресторанов на основании нашего подсчета по данным сайта TripAdvisor.ru обнаруживает следующую иерархию национальных кухонь в Москве, Санкт-Петербурге и городах-миллионерах (табл. 2).

Мы видим, что в кулинарном пространстве двух российских столиц и городов-миллионеров иерархия национальных кухонь обладает чертами как сходства, так и различия с тем, что наблюдается в глобальном кулинарном пространстве. В Москве, Санкт-Петербурге и городах-миллионерах России доминирует русская кухня. Самая популярная из иностранных – итальянская, немного уступает ей японская, а американская, в отличие от того, что характерно для всего мира, заметно более востребована, чем китайская и французская. Ведущие города России более прохладно, чем глобальные города мира, относятся к китайской кухне, зато в них, напротив, присутствует заметный

³ Были учтены те национальные кухни, к которым относились не менее 30 ресторанов в Москве.

спрос на немецкую кулинарию. Кухни народов бывшего СССР и, прежде всего, армянская, грузинская и украинская, успешно соперничают с признанными во всем мире тайской и вьетнамской кухнями.

Таблица 2. Иерархия национальных кухонь в кулинарном пространстве Москвы, Санкт-Петербурга и городов-миллионеров России

Кухня	Количество ресторанов в 15 городах	Кухня	Количество ресторанов в 15 городах
Русская	5015	Испанская	149
Итальянская	2643	Тайская	142
Японская	2561	Грузинская	135
Американская	1006	Украинская	126
Китайская	559	Греческая	113
Французская	400	Британская	90
Немецкая	256	Вьетнамская	82
Мексиканская	219	Корейская	80
Армянская	180	Узбекская	62

Примечание: данные на 26.09.2016.

Отметим, что ни один из ведущих городов России не может похвастать тем, что его жителям присущ радикальный кулинарный патриотизм – доля ресторанов русской кухни в них не достигает 50% от общего их количества. Ближе всех к этому порогу подходят Омск, Новосибирск и Нижний Новгород, но не перешагивают за него. Жители Москвы, Перми, Волгограда и Воронежа являются умеренными кулинарными космополитами, а эти города – полуколониями Италии или Японии.

Санкт-Петербург – самый «западный» в социокультурном смысле город России, демонстрирует довольно высокий уровень кулинарного патриотизма, превосходя по этому показателю Москву. Это нельзя объяснить ориентацией на зарубежных туристов, поскольку в Москве их несравненно больше. А вот Казань, Самара и Уфа оказываются центрами радикального кулинарного космополитизма, так как в этих городах русская кухня теряет свое первенство, а в Казани и Самаре она уступает и итальянской, и японской. Эти города можно охарактеризовать как кулинарные

колонии Японии и Италии. Средний же показатель ориентации на русскую кухню по 13 городам-миллионерам (кроме Москвы и Санкт-Петербурга) равен 33,63%.

Таким образом, в среднем российские города-миллионеры населены умеренными кулинарными националистами. Примечательно также, что самая популярная иностранная кухня в Москве и Санкт-Петербурге – итальянская, а в 13 городах-миллионерах – японская, которая является первой среди зарубежных кухонь в восьми городах, тогда как итальянская – в пяти.

А теперь выявим гастрономические предпочтения крупных городов России на основании нашего подсчета по данным TripAdvisor.ru (табл. 3). Города ранжированы по популярности в них русской кухни (в порядке убывания).

Таблица 3. Три самые популярные национальные кухни в крупных городах России

Города	1-я по популярности	Доля среди 19 кухонь, %	2-я по популярности	Доля среди 19 кухонь, %	3-я по популярности	Доля среди 19 кухонь, %
Иркутск	Русская	36,7	Итальянская	21,52	Японская	11,39
Тюмень	Русская	33,86	Итальянская	23,28	Японская	19,05
Тула	Русская	33,04	Итальянская	24,11	Японская	23,21
Барнаул	Русская	32,95	Японская	28,41	Итальянская	14,77
Оренбург	Русская	32,39	Японская	23,94	Итальянская	18,31
Архангельск	Русская	32,14	Японская	25	Итальянская	19,64
Ярославль	Русская	31,02	Японская	24,6	Итальянская	24,06
Рязань	Русская	29,45	Итальянская	27,37	Японская	22,11
Томск	Русская	28,92	Итальянская	20,48	Японская	15,66
Кемерово	Русская	28,79	Итальянская	24,24	Японская	10,56
Владивосток	Китайская	29,76	Русская	27,98	Итальянская	11,31
Липецк	Японская	33,9	Русская	27,12	Итальянская	20,34
Ижевск	Итальянская	35,63	Русская	26,44	Японская	13,79
Пенза	Японская	31,94	Русская	26,39	Итальянская	23,61
Ульяновск	Японская	39,52	Итальянская	23,39	Русская	22,58
Новокузнецк	Японская	40,63	Русская	21,88	Итальянская	15,63
Тольятти	Японская	27,08	Итальянская	25	Русская	21,88
Хабаровск	Китайская	33,33	Итальянская	16,94	Русская	18,03
Набережные Челны	Японская	47,83	Итальянская	20,65	Русская	15,22
Саратов	Японская	36,3	Итальянская	26,67	Русская	11,85

Примечание. Данные на 27.09.2016.

Мы видим, что для крупных городов характерна заметно меньшая по сравнению с городами-миллионерами степень кулинарного патриотизма. Средний показатель популярности русской кухни по всем 20 крупным городам – 26,93% (в Москве – 28,8%). Семь городов, от Иркутска до Ярославля, отличает умеренный кулинарный патриотизм. А вот для жителей Рязани, Томска и Кемерово характерен умеренный кулинарный космополитизм. Эти три города являются кулинарными полуколониями, причем в качестве кулинарной метрополии для них выступает Италия. Целых 10 городов, от Владивостока до Саратова, демонстрируют радикальный кулинарный космополитизм. Эти города являются кулинарными колониями Японии, Китая или Италии. При этом Ульяновск, Тольятти, Хабаровск, Набережные Челны и Саратов обнаруживают значительную степень зависимости от зарубежных кухонь – в каждом из этих городов две иностранные кухни опережают по популярности русскую. Кулинарное пространство крупных городов разнообразнее, чем городов-миллионеров России: к доминирующим кухням, наряду с русской, японской и итальянской, добавляется китайская, которая превалирует во Владивостоке и в Хабаровске.

Как объяснить выявленные выше гастрономические стратегии Москвы, Санкт-Петербурга, городов-миллионеров и крупных городов России? Мы можем попытаться дать лишь частичный ответ. Например, в случае Владивостока и Хабаровска ведущие позиции китайской кухни объясняются географической близостью к Китаю – одной из трех кулинарных сверхдержав. Но тогда почему японская кухня во Владивостоке уступает не только китайской и русской, но и итальянской? Слабые позиции русской кухни в Казани, Уфе и Набережных Челнах, вероятно, можно объяснить тем, что население этих городов наполовину татарское или татаро-башкирское, и оно, по всей вероятности, в связи с этим тяготеет к ярко выраженному кулинарному космополитизму. Но тогда как объяснить еще более слабые позиции русской кухни в почти полностью русском по национальному составу Саратове?

Можно предположить, что действуют несколько факторов – приверженность населения собственной традиционной (русской) кухне, кулинарная мощь японской, итальянской

и китайской кухонь, географическое положение, динамика состава населения (циркуляция туристов, трудовых мигрантов и т. д.), национальный состав и т. д. Зависимости носят сложный характер. Проблема обусловленности гастрономических стратегий и кулинарных практик населения городов России должна стать предметом дальнейших исследований.

Литература

1. *Beardsworth A., Keil T.* Sociology on the Menu. An invitation to the study of food and society. – London and New York: Routledge, 1997. – 288 p.
2. *Kaplan D.* The Philosophy of Food. – Berkeley, Los Angeles, London: University of California Press, 2012. – 320 p.
3. *Korthals M.* Before Dinner. Philosophy and Ethics of Food. – Dordrecht: Springer, 2004. – 219 p.
4. *Веселов Ю. В.* Повседневные практики питания // Социологические исследования. – 2015. – № 1. – С. 95–104.
5. *Носкова А. В.* Питание как объект социологии и маркер социального неравенства // Вестник Института социологии. – 2016. – № 3 (14). – С. 49–64.
6. *Robertson R.* Globalization. Social Theory and Global Culture. – London: SAGE Publications, 1992. – 211 p.
7. *Waters M.* The Globalization. – London, New York: Routledge, 1996. – 185 p.
8. *Kearney A. T.* Global Cities Index, 2014 // <https://www.atkearney.com/research-studies/global-cities-index/2014> (дата обращения: 01.11.2015).
9. Трипадвизор. Россия. URL: // <http://www.tripadvisor.ru/> (дата обращения: 10.12.2015).