



САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Профиль «Экономическая социология»

Гастрономический портрет Санкт-Петербурга

Выпускная квалификационная работа
студента 4 курса бакалавриата
очной формы обучения
Каминской Анны Руслановны

Научный руководитель:
доктор соц. наук, проф. Веселов Ю.В.

Санкт-Петербург

2018 год

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение	3
Глава 1. Теоретико-методологические основы социологического изучения питания.....	8
1.1 Функционалистский подход в социологии питания	8
1.2 Структуралистский подход в социологии питания.....	11
1.3 Материалистический подход в социологии питания.....	16
Глава 2. Потребление продуктов питания в Санкт-Петербурге	18
2.1 Гастрономический портрет Петербурга в исторической ретроспективе	18
2.2 Отличительные особенности потребления и потребительские предпочтения петербуржцев.....	29
2.3 Результаты проведенного исследования	34
2.4 Туризм и общественное питание в Санкт-Петербурге	37
Глава 3. Экономическая составляющая гастрономического портрета: производство и торговля продуктами питания в Санкт-Петербурге	42
3.1 Пищевая промышленность Санкт-Петербурга.....	42
3.1.1 Специализация сельского хозяйства	44
3.1.2. Основные категории производства.....	46
3.2 Петербургский рынок продовольствия	47
Заключение.....	50
Список литературы	52
Приложение А. Программа исследования.....	57
Приложение Б. Вопросы для интернет-опроса.....	60
Приложение В. Гайд интервью	68

Введение

Питание является одной из основных человеческих потребностей, которая сталкиваясь с неизбежной трансформацией современного общества, претерпевает ряд изменения. Простое удовлетворение первостепенных потребностей в современном обществе требует открытия новых граней – различных интерпретаций символов, значений, имеющих под собой не только биологическую и физиологическую подоплеку, но и социокультурный контекст. Потребление еды можно считать важнейшим элементом социальной жизни, играющим важную роль в процессе социализации. Привычки, образы и ритуалы приёма пищи можно рассматривать как фактор формирования социальной структуры, социального порядка [30]. Питание - одно из главных условий существования, но в данной работе мы будем понимать термин «питание» более конкретизировано - как акт потребления.

В экономической науке питание рассматривается с точки зрения полезности для человека или коллектива. В социологии же фокус сосредоточен на коммуникативных связях, возникающих между людьми в процессе потребления пищи, на роль пищи и питания в организации социальной жизни людей. Эти отношения и есть предмет изучения социологии питания. Несмотря на то, что продукты питания материальны, они так же являются социальной конструкцией, равно, как и потребность в питании – это социальная потребность помимо естественной физиологической. В связи с чем будет правильным сказать, что не мы выбираем себе пищу, а скорее пища выбирает нас. Даже на уровне примитивного общества люди едят только то, что одобряет окружение [6]. Практики питания содержат в себе совокупность привычных действий, структурированных правилами, и определяемых не физиологией и экономикой как системой производства пищи, а социальными институтами, культурными ценностями и традициями [22].

Предметная область не ограничивается только лишь потреблением пищи. Основная задача социологии питания – исследование общественных отношений в процессе производства, распределения и потребления продуктов питания, так как потребление пищи неотрывно связано с ее приготовлением, а приготовление пищи — с производством продуктов питания. Между ними зачастую стоит обмен (торговля) или распределение, поэтому в научной области социологии питания — целая цепочка общественных отношений. Также социология питания охватывает такие вопросы, как уровень жизни, благосостояние и здоровье различных слоев населения, социальное расслоение, дифференциацию в потреблении продуктов питания и т. д. [46].

Из обычного удовлетворения потребности употребление пищи перешло в важную культурную практику, со своими характерными чертами не только на уровне государств, но и в рамках регионов, а также городов. Санкт-Петербург - это особое политическое, социальное, культурное и экономическое пространство со своей спецификой питания, культурными особенностями и историческим своеобразием. Наиболее важной характеристикой, выделяющей Санкт-Петербург из общей массы множества российских городов, является его культурный капитал. Петербург всегда стоял особняком, находясь как бы «вне России», что было обусловлено местоположением на западной границе страны, а также позиционированием себя в качестве культурной столицы [47].

Понятие «гастрономический портрет», используемое в данной работе - это своеобразная метафора. Включить в такой портрет можно множество сфер, начиная от предпочтений горожан, перечня основных потребляемых продуктов и заканчивая медициной и кулинарией. Но, в связи с тем, что охватить все сферы в данной работе невозможно, мы будем придерживаться рамок экономико-социологического подхода и подразумевать под этим понятием:

- 1) Социальные практики потребления продуктов питания в Санкт-Петербурге: основные тенденции горожан к потреблению
- 2) И как это обеспечивается с экономической точки зрения.

В рамках социологии питания сформировались определенные методологические направления исследования. Основными направлениями в данной работе выступают: функционализм, структурализм и материализм.

Функционалисты утверждают, что питание не просто обеспечивает жизнедеятельность людей, а также представляет собой важнейший социальный институт, который обеспечивает социализацию индивида в обществе; питание социально нормировано и формирует границы между социальными классами. В рамках структуралистского подхода процесс питания описывается с точки зрения его структуры и символического содержания. Еда и сам процесс её потребления нередко подразумевают под собой некий смысл или значение: пища представляет собой систему социальной коммуникации; её потребление маркирует типические социальные ситуации в обществе. Материализм объединяет питание и производство в единую социально-экономическую систему, описывает создание современной индустриальной системы питания.

В рамках работы мы попытаемся выявить специфические практики питания петербуржцев и понять, как социально-исторический и культурный контекст города влияет на них. В данной работе будет проведено исследование социальных практик питания в городе Санкт-Петербург с точки зрения экономической социологии. Подходить к исследованию питания мы будем комплексно и системно. Так же нас интересует влияние питания на здоровье населения конкретного города. Мы должны рассмотреть потребление в связи с ценами продуктов; анализом семейных бюджетов и долей доходов, которая уходит на покупку продовольствия.

Целью данной работы является составление гастрономического портрета города Санкт-Петербург с точки зрения экономической социологии и выявление потребительских предпочтений петербуржцев.

С точки зрения экономической социологии для достижения этой цели необходимо решить следующие задачи:

- Обозначить исторические особенности питания в Санкт-Петербурге
- Определить отличительные особенности питания в Санкт-Петербурге
- Выделить основные тенденции горожан к потреблению: что и сколько едят петербуржцы, правильно ли питаются, сколько денег тратят?
- Проанализировать рынок общественного питания
- Проанализировать пищевую промышленность Санкт-Петербурга и рынок продовольствия

Объектом исследования являются жители г. Санкт—Петербург

Предмет исследования — социальные практики питания жителей г. Санкт-Петербург

Гипотезы исследования:

1. Жители города с высоким достатком питаются так же плохо, как и средне- и малообеспеченные слои населения. От роста дохода изменяется не структура потребления продуктов, а объём расходов на питание;
2. При высоком культурном капитале и низком экономическом у жителей города проявляется интерес к этнической кухне;

В современном обществе питание определяет общественное здоровье, поэтому различные исследования питания - очень важная практическая задача, выполнение которой обеспечивает увеличение продолжительности жизни населения, улучшение её качества. Согласно статистике, жители Петербурга из-за потребления значительного количества быстрых углеводов, жирных продуктов и сладкого имеют такую проблему, как избыточный вес и даже ожирение. Из-за этого петербуржцы страдают специфическими заболеваниями, а продолжительность жизни в регионе держится на относительно низком уровне, в среднем 74 года. Степень заболеваемости в регионе крайне высока: показатели города и области также значительно хуже средних российских показателей, в

особенности по сравнению со столицей. [41]. В связи с этим, данная тема на наш взгляд является актуальной.

Глава 1. Теоретико-методологические основы социологического изучения питания

1.1 Функционалистский подход в социологии питания

Функционалисты утверждают, что, исследуя некоторое специфическое явление, необходимо определить его функцию касательно целого и оценить необходимость его существования в том или ином процессе, в нашем случае, в процессе приема пищи.

В чем социальная функция питания? Потребление пищи является одной из основных функций организма, она поддерживает жизнедеятельность и воспроизводство организма в качестве биологической системы. Питание, являясь первичной биологической потребностью каждого человека, также выступает в роли института социализации, ведь в процессе потребления социальная группа идентифицирует своих членов, а также отделяет их от других групп. Питание человека в отличие от животных не ограничивается биологическими или географическими факторами. В данном случае оно ограничивается социальными факторами, ведь человек, как правило, ест то, что установлено и одобрено обществом. Потребности в питании приобретают культурную и социальную форму. Следовательно, питание является функцией в первую очередь общественного организма, а потом уже только индивидуального. Таким образом, функционалисты приравнивают общество к живому организму, а функции питания в свою очередь состоят в воспроизводстве и поддержании социальных взаимоотношений, объединении членов общества и их самоидентификация с данным обществом.

Самый яркий представитель данного направления - П. Сорокин. Он считал, что функция питания сильнее всех функций организма. Когда человек голоден, он способен думать только о еде. Любые другие рефлексы, например, болевые или половые, притупляются. Об этом он писал в работе "Голод как фактор: Влияние

голода на поведение людей, социальную организацию и общественную жизнь” (1922) [43]. Сорокин обращался также к различию питания среди социальных классов. Он утверждал, ссылаясь на эмпирические исследования, что практики питания выступают в роли маркеров уровня цивилизованности, а потребление некачественной пищи взаимосвязано с соответствующими социальными характеристиками. Некачественная, грубая, не изысканная пища, употребляемая низшими классами, служит одной из причин их физического и умственного отставания, что в свою очередь приводит к закреплению низкого статуса. В труде П. А. Сорокина можно найти множество ссылок на различные исследования, указывающие на физиологическое, психологическое и умственное отставание тех индивидов, кто испытывает нехватку еды. Также голод отрицательно влияет на их моральные качества [20].

Телесная норма определяется культурой общества и социальными отношениями в нем. Она также явным образом связана с одобряемым обществом нормативным стандартом питания. Еще в античной традиции утвердилось представление о том, что каждый отдельно взятый тип питания порождает соответствующую ему телесность, отвечающую социальной норме или противоречащую ей. В наши дни, в контексте современной культуры, трансформации представлений о нормативной телесности повлекли за собой перемены и в практиках питания. Регулирование процесса потребления пищи, выбор продуктов, различные дисциплинарные практики, такие как диеты, самоограничения стали базовыми механизмами достижения нормативной телесности, а также методами самоорганизации, явно или латентно навязываемыми обществом. В России нормативная телесность общества интенсивно развивалась в советскую пору [21]. Телесная норма предполагала прежде всего здоровье как одну из главных основ функциональности. Как и физическая форма, здоровье рассматривалось не в качестве естественной данности, а как продукт постоянной работы, в первую очередь над собой.

Нормативной телесности соответствовало научно обоснованное питание. Оно ориентировалось, в первую очередь, на массовое формирование функциональности, которая необходима для решения производственных задач, а также на создание особого нового образа жизни, сильного отличающегося от дореволюционного – буржуазного, априори пассивного и непродуктивного образа жизни. Для этого было решено покончить как с традиционным «несбалансированным» домашним питанием, так и с «необоснованной растратой» продовольственных ресурсов. Важная социальная проблема, которая требовала быстрого решения после окончания Великой Отечественной войны, – преодоление неблагоприятных для здоровья населения последствий голода и нехватки продовольствия. Создание новых практик питания в советскую пору реализовывалось благодаря постоянным научным исследованиям в сфере физиологии питания, также разрабатывались новые типы пищевого сырья и т. д. Среди населения распространялись научно обоснованные знания об энергетической ценности и составе потребляемых продуктов, чего ранее не было. Из-за закрепленного в умах населения представления о функциональности, при формировании практик питания вкус и развитие кулинарии как особой формы искусства были на втором плане. Конечно, на это повлиял и дефицит продуктов в стране. В связи с экономическими реформами 90-х гг. XX в. советская распределительная система обеспечения продуктами питания сменилась на рыночную. Этот переход стал шоковым для большинства населения страны и повлек за собой перемены в практиках питания. Рынок дал людям то, о чем они так мечтали в условиях постоянного дефицита: изобилие и доступность продуктов [22]. Представления о функциональности как основе нормативной телесности существенно поменяло смысл. Функциональность теперь означает достижение успеха в условиях рыночной конкуренции: здоровое, ухоженное, красивое, спортивное тело стало значимым символом успеха для представителей различных классов, в то время как как запущенное и некрасивое тело наоборот маркирует неудачников [21].

Помимо этого, рассматривая потребление с точки зрения функционализма, о продуктах питания можно говорить с точки зрения их влияния на человеческий организм, например, их полезность для здоровья или наоборот.

1.2 Структуралистский подход в социологии питания

Структурализм в отличие от функционализма акцентирует внимание на структуре конкретного явления и отношении элементов в нем, а структура, в свою очередь - это совокупность отношений, которые остаются устойчивыми на протяжении длительного исторического периода. Структурный метод рассматривает практики питания как систему идей и ценностей, выявляет их структуру и рассматривает составные части по отдельности. Занимаясь исследованиями питания, структуралисты первыми попытались выявить общие формальные законы питания. Главным аспектом исследований была интерпретация тех смыслов и значений, которые человек придаёт продуктам питания и технике приготовления пищи. В социологии структурализма главенствует постулат о том, что еда является знаковой деятельностью и способом коммуникации. Еда обозначает нечто для человека и общества, это не просто продукт, а некий символ или знак, ровно так же, как это было и в первобытном мире. Однако означаемое и означающее в ходе истории значительно изменялись. К примеру, многие первобытные общества верили, что отвага и сила передается им при поедании мяса убитого животного. Современный человек также обладает своими убеждениями в отношении приёма пищи: забота о «правильном» и «здоровом» питании, беспокойство о наличии «консервантов» и вредных химических добавок в продуктах, подсчет калорий.

Клод Леви-Стросс впервые попытался применить структурный метод к анализу питания. Стремясь выявить господство принципов структурирования во всех сферах человеческой жизни – от систем родства до языка, – он пришёл к

следующему выводу относительно питания: питание является особым языком, который отражает структуру определенного рассматриваемого общества, но этот язык обязательно работает по общим правилам. Принципы же структурирования Леви-Стросса строились на оппозиции: «сырое – вареное», «живое – мертвое», «старое – новое» и т.д. [19]. В своей работе под названием «Мифологии: Сырое и приготовленное» он утверждал, что процесс становления человеческой культуры - это превращение сырого продукта природы в приготовленный продукт [33]. В его работе представлена схема - своеобразный «кулинарный треугольник» - которую он в дальнейшем берет за основу. Вершины этого треугольника - «сырое», «приготовленное» и «разложившиеся», а точнее ферментированное, измененное естественным способом. Помимо этого, Леви-Стросс выделял два фундаментальных метода приготовления пищи: напрямую на огне, то есть жарка, и с помощью воды в определенной емкости (например, кастрюле), то есть варение. Первый способ в его классификации ближе к природному процессу (поскольку нет посредника), второй – культурен (поскольку есть культурный объект как посредник). Но в современном обществе “жареное” ближе к “аристократической” кухне, так как жарка считается расточительным способом приготовления (происходит разрушение и потеря части продукта – у жаривание, – так как сок мяса при жарке пропадает); “вареное”, в свою очередь, – “плебейская” кухня, несущая в себе экономность приготовления. Помимо этого, оппозиция “Жареное” / “Вареное” связывается с оппозицией “Гости” / “Домашние”, так как приготовленное на огне всегда принадлежит большой социальной группе (например, приглашение гостей на “шашлыки”), а вареное принадлежит узкому кругу семьи. Таков структурный анализ процессов приготовления пищи.

Р. Барт полагал, что любая культура может быть исследована как язык. Различным формам культуры свойственны собственные языки. Есть язык политики, моды, кулинарии. В работе “К психосоциологии современного потребления еды” Барт пишет, что еда не является элементарным набором продуктов, еда – это определённые знаки и образы, особый способ поведения;

потребляя же что-либо, современный человек этим обязательно что-то обозначает. Придавая определенные смыслы вещам, человек, использует их в процессе формирования своего собственного образа. Р. Барт говорил: «Еда – это система коммуникаций, где единицей являются не сами продукты, а смыслы и свойства, придаваемые продуктам, а человек, в свою очередь, является производителем этих смыслов» [38].

Помимо этого, питание нераздельно связано с типичными ситуациями жизни современного человека. Зачастую приём пищи – социальная ситуация (по характеру и форме), уже давно данный процесс не является банальным удовлетворением потребности в еде. Питание является методом кодировки социальных связей и отношений, так как процесс питания, как было сказано выше – набор типических социальных ситуаций (например, «бизнес-ланч», «кофе-брейк», «время перекуса» и пр.). Таким образом, еда постепенно теряет свою предметную сущность и все больше трансформируется в социальную ситуацию.

Современные практики питания имеют четкую модель. Например, “завтрак – обед – ужин” - это своеобразная упорядоченная структура во временном распорядке дня. То, что едят на ужин, скорее всего не будут подавать к завтраку, и наоборот. Состав и структура каждого блюда на протяжении дня также зачастую конкретны. Так, мясо с двумя гарнирами в рамках общепринятых воззрений – нонсенс, как и два основных блюда – мясо и рыба, смешанные вместе, абсолютно неуместны [14].

Процесс питания не только объединяет людей, но также и разделяет их: социальные классы отличаются в практиках питания и своих вкусовых предпочтениях. Практики питания находятся в рамках стратификации. Они демонстрируют сформировавшиеся в обществе неравенства и социокультурные различия. Что заставляет нас выбирать конкретный вкус? Очень интересны в этом контексте работы П. Бурдьё. Он связывает стили жизни и потребления с социальной структурой общества. Еда «различает» людей. С его точки зрения вкус и стиль жизни определяется габитусом. Каждому классу и социальной

группе присущ свой социальный габитус, отражающий уровень культурного капитала. В полной мере это относится к питанию. Рацион человека, а также форма приёма пищи – ритуальность и привычки (по П.Бурдье – габитус) – позволяют судить о принадлежности человека к определённому социальному слою, иногда же приём пищи и сама пища отображают социальные и религиозные воззрения человека. Бурдье считал, что при анализе вкуса социальных классов одних экономических различий между ними недостаточно, нужно в равной степени принимать во внимание и культурный капитал. На основании данного тезиса он предлагает внедрить в социальный анализ питания тех или иных классов кроме экономического фактора ещё один фактор - уровень культурного капитала, и разделить пространство пищи и способов её приготовления в зависимости от наличия или отсутствия того или иного [5].

Под категорией экономического капитала подразумевается материальный достаток. Категория культурного капитала в социологии означает комплекс интеллектуальных способностей, образованности, навыков, ценностей, моральных качеств. Это богатство человека в форме знаний и идей. В соответствии с Бурдье, культурный капитал выступает в трех ключевых состояниях: инкорпорированном, объективированном и институционализированном [5]. Первое связано с приобретенными способностями, умениями, знаниями, которые превратились в часть личности, стали габитусом, инкорпорировались в человека, зачастую не осознанно. Институционализированное состояние связано с академической квалификацией. Третья форма — объективированное состояние, то есть представление культурного капитала в материальных объектах. Но, согласно Бурдье, их символическая ценность, умение их правильно использовать могут различаться. Это символическое значение и служит развитию культурного капитала. Чтобы определить уровень культурного капитала необходимо в той или иной мере оценить все три состояния.

Бурдьё в книге «Различение: социальная критика суждения» [5] демонстрирует, как отдельно взятые классы или подклассы, в зависимости от уровня экономического и культурных капиталов обладают приверженностью к тем или иным видам пищи и используют соответствующие техники её приготовления. Так что, можно сказать, продукты становятся отличительными знаками того или иного социального класса.

При росте экономического капитала возрастает потребление еды и затраты на нее. С увеличением достатка изменяется не структура питания, а его стоимость, отражающая увеличение количества и повышение качества употребляемой пищи при сохранении вкусов и прежних привычек. Расходуется существенная доля бюджета на дорогостоящие продукты питания, в частности на мясо, в особенности на наиболее дорогостоящие его виды (индейка, баранина, ягнятина и т.п.), а также на свежие фрукты и овощи, рыбу и морепродукты. Употребляемая пища становится все более богатой (одновременно по цене и калорийности), но и более тяжелой [5].

При росте культурного капитала предпочтения отдаются «культурному потреблению» — блюдам народной кухни. Расходы на еду падают, возникает “скромный” вкус, способный отказываться от сию минутных порывов ради будущих желаний. Обладание немалым культурным, нежели экономическим капиталом, отличается аскетическим видом потребления и тягой к оригинальности с минимальными финансовыми затратами. Это, по мнению Бурдьё, приводит к экзотике - влечению к народной кухне и т.д. [5].

Именно теория вкуса П. Бурдьё легла в основу исследования практик питания в Санкт-Петербурге, проведенного нами. Так же в основу сформулированных ранее гипотез, так как описанную выше тенденцию мы можем наблюдать в этом городе: тут множество японских, китайский, итальянских, грузинских ресторанов и т.д. Так же, наиболее важной характеристикой,

выделяющей Санкт-Петербург из общей массы российских городов, является именно его культурный капитал, заключающийся в насыщенности культурного пространства и высокой образованности большей части населения. Петербург позиционирует себя как самый западный город в географическом и в культурном смысле этого слова. Город сам по себе является объектом культуры.

1.3 Материалистический подход в социологии питания

В рамках материалистического подхода социология питания объединяет материальное и социальное в одно целое, она рассматривает основные материальные структуры повседневности, воспринимаемые человеком как данное. Материальные структуры определяют действие человека: «не сознание людей определяет их бытие, а наоборот, их общественное бытие определяет их сознание» [29]. Социология питания имеет прямое отношение к материальным структурам повседневности, в которых разворачивается социальное действие и процессы жизнедеятельности человека. Материализм является связующим между питанием и производством. Он сводит их в единую социально-экономическую систему, демонстрирует процесс формирования современной индустриальной системы питания.

Фернан Бродель, как представитель теории материализма, в своей работе «Материальная цивилизация, экономика и капитализм» [19] продемонстрировал функцию так называемых структур повседневности. Поведение людей и их общественные отношения формируются под воздействием структуры обитания (города, деревни, района и т.п.), структуры производства (дом/работа), структуры питания (еда/напитки). В большинстве случаев мы питаемся тем, что продается в соседнем магазине, что предлагает нам экономическая система рынка. Несмотря на разнообразие продуктов, наше питание весьма скудно и однообразно. И дело не только в габитусе класса, виновата в этом также экономика. Посредством

скромных денежных затрат человек пытается достичь максимального результата – пользы. Так формируется вкус к доступной и питательной индустриальной кухне, к идентичным, неизысканным продуктам.

Материалисты оценивают потребление пищи с точки зрения существующей экономической системы. Это значит, что практики питания необходимо рассматривать совместно с производством продуктов питания (а также обменом и распределением). Питание как социально-экономическая система состоит из процесса производства продуктов (в наши дни, это массовое индустриальное сельскохозяйственное производство с использованием машинной техники и переработкой продуктов на базе передовых технологии и знаний в области химии и микробиологии); крупной системы обменов (национальные и международные рынки продовольствия, а также супермаркеты, в которых происходит сбыт полуфабрикатов (мясо с выделкой, пастеризованное молоко, хлеб в готовом виде, прожаренные и пропаренные крупы)); распределения продуктов питания (транспортировка, хранение и перераспределение продуктов); приготовления (человек в домашних условиях готовит уже частично приготовленный продукт–полуфабрикат) или индустриальное – массовое приготовление, при котором человек отстранён от процесса приготовления пищи) и потребления (оно, в свою очередь, подразделяется на домашнее и публичное).

Таким образом, современная система питания экономически связана с формированием капитализма, а точнее свободного предпринимательства, рыночного механизма, с эксплуатацией свободной наемной рабочей силы и с глобализацией.

Глава 2. Потребление продуктов питания в Санкт-Петербурге

2.1 Гастрономический портрет Петербурга в исторической ретроспективе

Петербург уникален не только своей культурой и архитектурой. За 300 лет истории в нем сформировалась также совершенно уникальная кулинарная и ресторанная традиция. Общественное питание в Петербурге менялось и развивалось с 1703 года.

Именно тогда, в 17 веке, Петербург в некотором смысле заложил совершенно новую гастрономическую модель питания в России. Пётр Первый остался в памяти подавляющего большинства великим реформатором, благодаря глобальным реформам не только в сфере армии, управления, экономики. Кухня России так же претерпела немало изменений.

К 17 веку в Европе вошли в обиход кухонные плиты – голландские печи, похожие на современные. В связи с этим появилось больше жареных блюд и меньше тушёных, томлёных и вареных. Именно через Петербург государь стал вводить голландские печи с плитой и технологию приготовления продуктов как в Европе. Он поменял всю традицию приготовления, и далее это стало распространяться уже по всей России. До данного эпохального события фундаментальной величиной русской кухни была русская печь. Она позволяла готовить все блюда, входившие в рацион людей на протяжении целого дня (формально – от завтрака до ужина) [22].

Летний дворец Петра Великого стал местом сооружения одной из первых плит голландского образца на территории России. С этого момента в столице началась работа, направленная на разработку очагов, плиточных настилов, конфорок и вьюшек нового образца. А за всем этим пришли и новые продукты, блюда. Вошли в употребление бифштексы, филе, лангеты, котлеты, шницели, клопсы (отбивные). В дворянский обиход стали входить блюда с усложнённым процессом приготовления. Появились вариации подачи тех или иных блюд (холодные и горячие закуски, жаренья, десерты и пр.) [29].

Таким образом, все технологии варения, жаренья пришли из петербургской кухни. Петербург как столица стал законодателем моды в смысле модернизации всей системы питания. Русская традиционная кухня перешла к европейской, то что мы сейчас считаем современной традицией питания.

В первом десятилетии 17 века, общественное питание представляли харчевни и австории (позднее рестораны). Австории первоначально служили для обслуживания иноземцев и русской знати. Харчевни находились в местах большого скопления людей, чаще всего возле рынков, и предлагали пищу обычному народу, по более низким ценам, нежели австории. Помимо харчевней на рынках существовали выносные очаги. На них готовились народные яства, такие как блины, оладьи и пироги. В 1716 году началась стройка первого трактира в новой столице, второй появился в 1725 году на Гагаринской пристани. Они служили не только в качестве жилья для приезжих, но и имели «общие столы» - места для питания. К концу 19-ого века в Петербурге действовало уже около 650 трактиров, в которых работало 11 тысяч слуг. В начале 40-ых годов 19 века в Санкт-Петербурге открываются кафе. Такие заведения отличались вполне демократичным характером, в них можно было поесть за не очень высокую цену, назначить встречу или просто посидеть с газетой. Как правило, кафе посещали люди, которых называли «столичные интеллигенты среднего достатка», то есть студенты, инженеры, небогатые чиновники и т.д. В августе 1882 появилась первая чайная, они очень быстро начали распространяться повсюду. В таких заведениях можно было выпить чаю, с которым подавали свежий хлеб и масло, молоко и сахар. Со временем там появились и газеты, которые каждый посетитель мог бесплатно почитать. Отдельную категорию представляли такие заведения, как народные столовые, они же закусовые. Чаще всего они располагались на окраинах Петербурга, и заметить их можно было по красной вывеске над входом, с надписью «чай и кушанье» [19]. Именно в 19 веке начало появляться разделение между фаст-фудами, выездными ресторанами и другими заведениями

общественного питания. Так, например, на Невском, рядом с Пассажем находился ресторан «Квисисана», в котором можно было очень быстро пообедать. Так же пользовалось популярностью заведение «Доминик», которое было известно своими кулебяками. Их можно было съесть как на месте, так и заказать на дом. После революции количество роскошных ресторанов значительно сократилось, появилось больше столовых и кухонь – фабрик. Во второй половине 19 века начали создаваться пивные, в которых устраивали встречи актеры и поэты того времени. Тогда же появились пышечные, которые прочно обосновались и очень полюбились петербуржцам [19].

Особое внимание стоит уделить Советскому периоду. С приходом советской власти появляется централизованная система распределения, в то время как частные магазины стремительно исчезают. В те годы для граждан внедрялись продуктовые карточки, а в 1932 году частная торговля была запрещена на законодательном уровне. Продукты теперь распределялись в зависимости от того, чем человек занимался, кем работал [27].

Крупнейшей вехой, связанной с попытками внедрения нового социалистического пищевого габитуса, стал период с первой половины 1920-х гг. до момента отмены карточной системы в 1935 г. и выхода культовой, настольной книги каждой советской квартиры – «Книги о вкусной и здоровой пище» в 1939 г. [43]. Книга выпускалась по указанию товарища А. И. Микояна редакцией газеты «Пищевая индустрия» и стала первой в СССР большой поваренной книгой, ориентированной на максимально широкие слои советских граждан. В данном постулате резюмировались основные стратегии новой культуры питания советского гражданина и регламентировались как уже состоявшиеся и внедренные в бытовую жизнь каждого. «Книга о вкусной и здоровой пище» предстаёт кулинарным памятником сталинской эпохи. В условиях индустриализации и жесткой коллективизации, в условиях дефицита и нормирования продуктов, их распределения и перераспределения в соответствии с принципом «кто не работает, тот не ест», культура питания советского человека

уже в большой степени базировалась на гастрономической мифологии, окончательно и в полной мере, увековеченной в уже упомянутой книге [45]. Рецептура и сопутствующие сведения о продуктах были выработаны с учетом сложнейшего положения в стране и возможностей потенциальных потребителей – советских граждан. Основная задача авторов заключалась в обучении тому, как можно приготовить вкусные и полезные блюда из недорогих продуктов. В книге не был сделан упор на традиционную кухню: на её страницах обнаруживались блюда, принадлежащие к кухням целого ряда западных государств, а также многочисленные блюда, принадлежащие к кухне советских республик. Государственные стандарты и рецептуры имели силу закона, нарушение которого строго каралось. А. Микоян называл врагами пищевой промышленности тех, кто выпускал недоброкачественные продукты или способствовал этому [38]. Авторы знаменитой «Книги о вкусной и здоровой пище» прописывали следующие суточные нормы калорийности продуктов питания:

	граммы	калории
белки	100	410
жиры	50	465
углеводы	400-450	1600-2000

Таблица 1

Исходя из данных норм, советскому гражданину необходимо было потреблять малокалорийную, но витаминизированную пищу в умеренных количествах. Завтрак по предписанной норме был обильнее, чем обед, а ужин ещё меньше. Ужин необходимо было употребить в 7-8 часов вечера. Для полноты эффекта пищу лучше принимать в определённое время. Также здоровый человек должен завтракать с удовольствием и аппетитом, чтобы пополнить запас сил на

весь грядущий день. А в течение дня питаться должен 4 раза, так как это считалось наиболее полезным вариантом [34, 43].

Помимо этого, в Большой советской энциклопедии (Том 24, часть II) были опубликованы данные о потреблении основных продуктов питания на душу населения в год по стране, и в сравнение этому в Ленинграде (в семье текстильщика):

	1913 *	1950	1965	1970	1975
Мясо и мясопродукты в пересчёте на мясо (включая сало и субпродукты в натуре)	29	26	41	48	57
Молоко и молочные продукты в пересчёте на молоко	154	172	251	307	315
Яйца, шт.	48	60	124	159	215
Рыба и рыбопродукты	6,7	7,0	12,6	15,4	16,8
Сахар	8,1	11,6	34,2	38,8	40,8
Масло растительное	...	2,7	7,1	6,8	7,9
Картофель	114	241	142	130	120
Овощи и бахчевые	40	51	72	82	87
Фрукты и ягоды (без переработки на вино)	11	11	28	35	37
Хлебные продукты (хлеб и макаронные изделия в пересчёте на муку, мука, крупа, бобовые)	200	172	156	149	141

Рисунок 1

Вектор направления внутренней политики СССР заключался в усилении социального контроля над жизнью, общественной и частной, каждого советского гражданина. Это, в свою очередь, привело к обобществлению частного пространства: уплотнённый жилищный фонд с популяризацией коммунальных квартир стал причиной ликвидации частных кухонь. Приём пищи, будучи ключевой структурной единицей культуры еды, был полностью перенесён из пространства частного в пространство общественное. Общественное пространство гарантировало общественный надзор [45].

В 20-30-е гг. XX в. был основан «Всенарпит» — Всесоюзное общество народного питания. По всей стране были спроектированы фабрики-кухни (например, на Васильевском острове в Петербурге, это нынешний торговый центр «Балтийский» на Большом проспекте), производящие простую пищу в огромных количествах, в дальнейшем доставляемую в рабочие столовые. Главные теоретики большевизма в СССР исходили из убеждения, что в обществе

будущего, лишённого буржуазных пережитков, домашняя же кухня неизбежно исчезнет как рудимент. Питание должно было стать обычной общественной потребностью, удовлетворение которой необходимо осуществлять в общественной столовой. Тот же Микоян говорил: «Трудящиеся должны иметь в своем распоряжении фабричный продукт или полупродукт, требующий лишь небольшого подогревания, должны иметь к этому продукту приправы любых рецептов. Любого вкуса» [34].

Важнейшей целью системы общепита в СССР было превращение питания частного и семейного в общественную практику, что в итоге так и не реализовалось. Искоренить подчистую семейные традиции употребления пищи, а также целую культуру домашнего хозяйства не удалось. К концу 20-х годов было очевидно, что общественному питанию в новом обществе отводится двойственная социокультурная роль. Отдельно стоит сказать о неоднозначной роли ресторанов в новом, советском обществе: рестораны, с одной стороны, были необходимы, так как позволяли проводить крупные торжественные мероприятия, сопряжённые с приёмом пищи, с другой же – в ресторанах сохранялся дух и атрибут буржуазного, неприемлемого образа жизни, который априори искоренялся. К тому же, рестораны расценивались как рассадники богемы и маргинальной прослойки общества. В конечном итоге, коммуникативная функция приёма пищи в пространстве общепита в СССР свелась к минимуму – приоритет отдавался функциональности [36].

50-е гг. были ознаменованы расширением сети заведений и предприятий общепита. Росло оснащение заведений холодильными камерами, появлялось всё больше торгового, кассового оборудования, бурными темпами рос выпуск кухонной продукции, становился качественнее сервис. В рамках пятой пятилетки на 1956-1960 годы планировалось расширить сети общепита, расширить и модернизировать имеющиеся столовые, построить новые [24].

На рубеже 50-х – 60-х гг. практически все заведения общепита являлись обособленными предприятиями (это касалось как настоящих локальных гигантов,

так и мелких кафетериев). В рамках данных предприятий были заключены все производственные процессы, которые включали в себя как первичную обработку сырья, так и непосредственное приготовление блюд.

При наличии даже скромной суммы денежных средств советский студент, как и любой гражданин, мог, например, позавтракать, пообедать и поужинать в заведениях общепита. К таковым заведениям относились кафетерии, столовые и пр. В 1959 году в Ленинграде насчитывалось около 116 столовых и кафетериев-ресторанов, а также 103 закусочных и буфетов. Существовали также чайные и фабрики-кухни. К 1959 году в Ленинграде, совокупно, функционировали 3305 предприятия общепита (с учётом промышленных столовых и кафетериев). Данный показатель являлся прорывом, т.к. в 1955 году в городе на Неве функционировали 2981 точка общепита. Наблюдался рост продовольственно-потребительского сектора [33].

В 1956 году «Ленинградская правда» писала о неравномерном размещении на территории города продовольственных магазинов. Так, в Невском, Сталинском и Свердловском районах не было торговых точек по продаже мяса, в Свердловском также не было рыбы. Все предприятия, занимавшиеся продажей овощей и фруктов, в подавляющем большинстве, находились в центре города [46].

Общественное питание постепенно развивалось, но препятствовало этому развитию отсутствие пригодных для этих целей зданий. Стали более рационально использовать помещения действующих столовых, торгующим организациям передавали помещения, занятые не по назначению. Многие жилые дома теперь так же проектировались с учетом дальнейшего размещения на первых этажах небольших магазинов: хлебобулочных, овощных, молочных. Должное внимание необходимо уделить появлению в декабре 1954 года первых советских «супермаркетов» на территории Ленинграда. К середине 1955 года в городе работали уже 10 продовольственных и 4 хлебобулочных заведений с самообслуживанием. Ленинградские власти позитивно относились к развитию

сети «супермаркетов». К концу 1956 года в городе функционировало 90 «магазинов без продавцов» [31].

«Торговля без продавцов» являлась важной составляющей программы преобразования общественных отношений на коммунистических началах. Основаны данные отношения были на принципах всеобщего доверия. Но спустя 8 лет после открытия первых «супермаркетов», в 1962 году, магазины самообслуживания составляли 18% от общего количества точек продажи продуктов питания в Ленинграде [36].

Во многом проблемы в области популяризации магазинов самообслуживания были обусловлены отсутствием технологий по контролю над действиями посетителей, а также по упаковке продуктов. «Супермаркеты» 1950-1960-х. не имели для этого никакого оборудования [31]. Впрочем, взятый курс на автоматизацию предприятий общественного питания в той или иной степени реализовывался. Появлялись многочисленные автоматы по продаже готовых продуктов питания: выпечка, закуски, кафе-автоматы (например, в Ленинграде на пересечении улицы Рубинштейна и Невского проспекта). В таком автомате-кафетерии можно было приобрести газировку, бутерброды, пышки, пирожные, пиво и пр. Однако из-за технических недоработок в механизмах автоматических точек снабжения на длительный срок в обиход вошли только автоматы по продаже газировки. Проект по автоматизации общепита потерпел крах.

Кроме «супермаркетов», в 1950-1960-х гг. в Ленинграде резко возросло количество домашних кухонь (данные заведения готовили «обед на дом»). Первые домашние кухни появились в 1958 году. Об одной из подобных кухонь, открывшейся в доме № 200 на Московском проспекте, писала «Ленинградская правда»: «Здесь готовят не только вкусные блюда, но разнообразные. На выбор всегда три первых, 5-6 вторых блюд. Но это не всё. В продаже в широком ассортименте изделия мясной и рыбной кулинарии, полуфабрикаты, пироги, пирожки, кондитерские товары» [31]. Стоит отметить, что крупнейшая домашняя кухня в Ленинграде открылась в начале 1964 года в центре города - на улице Герцена, 14 [34].

Однако в 1960 году советское руководство заявляло об очевидной нехватке специализированных магазинов по продаже продуктов питания в силу того, что не снискали должной популярности у населения магазины без продавцов, работающие по принципу самообслуживания. К концу 1963 года магазинов продовольственного сектора насчитывалось больше двух тысяч, на район же приходилось в среднем около 140 мелких магазинов. Чаще всего встречались хлебобулочные магазины (в среднем около 30 в районе), реже мясные, рыбные, овощные (в среднем около 15 в районе). Любопытно, что немногочисленны были рыбные магазины – около 2 в районе. Число бакалейно-гастрономических магазинов составляло около 15 на район, плодовоовощных и консервных, а также молочных около 10. Кондитерских в городе было в общей сложности 14, магазинов вод и мороженого тоже относительно мало – в среднем, 4 на район. Меньше всего приходилось на алкогольную отрасль: на район приходилось 2 винно-водочных магазина [33].

Ускорение обслуживания – знаковая деталь в области сервиса в заведениях общепита – было связано с переходом столовых, ресторанов, чайных, закусочных и кафе на работу с полуфабрикатами. В 1959 году на использование полуфабрикаты перешло 375 ленинградских столовых, а в 1960 – уже около 900. Полуфабрикаты поступали с фабрик-кухонь и механизированных столовых. Но вот жители районов в свете данных преобразований новостроек страдали из-за фактического отсутствия магазинов полуфабрикатов. В центре города ситуация была несколько легче, впрочем, также ощущалась нехватка точек продаж.

Кулинарии к концу, так называемого, «великого десятилетия» открылись при крупнейших ресторанах, в частности, при легендарном «Метрополе». Снискал колоссальную популярность магазин полуфабрикатов при Гастрономе № 1 (Елисеевском), базировавшимся на Малой Садовой. В данном магазине существовал огромный ассортимент и часто на его полках можно было встретить редкие товары, например, экзотические фрукты, изысканные вина, деликатесы, что в условиях послевоенного дефицита являлось крайне необычным. В Гастрономе №1 всегда стояли очереди за печёночным паштетом и селёдочным

маслом [34]. До наступления эпохи тотального дефицита, в период середины 70-х годов, гастроном «Центральный» (как тогда именовали Елисейский) продолжал считаться дорогим и во многом элитарным. В позднюю брежневскую эпоху ассортимент гастронома слабо отличался от обычной продуктовой точки сбыта, но за счет масштабов универсама, в нем всегда можно было приобрести что-то редкое. Со стороны Малой Садовой улицы дислоцировалась кулинарная лавка магазина, в ней в 1963 году была установлена одна из первых в Ленинграде эспрессо-машина марки «Omnia».

Ещё одной отличительной особенностью Ленинграда стала уникальная для страны сеть заведений «Кафе-мороженое». В «Кафе-мороженое» можно было приобрести в высшей степени качественное мороженое, изготовленное по ГОСТам. В заведениях сети имелись вина: шампанское и сухое вино. Жители Ленинграда отдавали предпочтение мороженому местного производства, ленинградское мороженое являлось культовым и считалось одним из лучших в стране. Продавали лакомство повсюду: «стаканчик» стоил девять копеек. За эскиммо на палочке брали одиннадцать копеек. Пломбирные стаканчики стоили тринадцать копеек, а сахарная трубочка – пятнадцать. Вершиной же подросткового и студенческого гастрономического фавора являлась пломбирная трубочка за двадцать восемь копеек. Она покрывалась шоколадом и посыпалась орешками[40].

Ключевое кафе Ленинграда - «Север», базировавшееся с довоенных времен по адресу Невский проспект, 44 [35]. Всегда именно «Север» становился местом для семейных выходов. Кафе было знаменито своим кондитерским цехом. Возвращаясь с отдыха, жители столицы и провинциал зачастую привозили из Ленинграда торты «Севера» с легендарным медведем на коробке. Бытовой, народной «роскошью» стали автоматы с газировкой, повсеместно появившиеся с середины 60-х годов. Популярность снискали пирожковые и чебуречные, дислоцировавшиеся по всему городу.

В Ленинградском университете находилось большое количество точек общепита. Существовала кофейня исторического факультета. За зданием

Двенадцати коллегий, в главном корпусе функционировала студенческая столовая с кофейным помещением. Всё же самым популярным среди прогрессивной молодежи местом являлась столовая Академии наук, которая стала культовой благодаря своему кофейно-пивным залом [40].

В 1970–80-х существовало необходимое количество простых столовых или кафе, в которых можно было приобрести, по низкой стоимости, сытный обед, но не хватало мест, в которых предоставлялась возможность «посидеть», т. е. провести время за беседой, сопровождаемой, некрепким изысканным алкоголем кофе или легкой закуской. Социокультурные трансформации первой половины-середины XX века привели к тому минимизации габитус утонченного наслаждения вкусом в СССР [20].

Из-за высоких цен на питание в начале 90-ых начали появляться киоски с шавермами. Они довольно быстро распространились по городу, благодаря невысокой стоимости, однако имели не лучшее качество продукции. Чуть позднее появились и международные сети фаст-фудов, в 1994 г. – «Сабвэй», а в 1996 г. – «Макдональдс» [14, 15]. Однако в Ленинграде с советских времён на Невском пр. 20 было очень популярное кафе-самообслуживания «Минутка», а на Невском пр. 45 – «Кафе-Автомат», в которых можно было быстро и достаточно вкусно поесть и которые полностью вписываются в современное представление о фаст-фуде. Фастфуд прочно вошел в практики питания россиян, во всяком случае, в городах. Сопоставляя сформировавшуюся в СССР практику общепита с последовавшим распространением фастфуда, можно отметить эффект стандартизации и упрощения. Всемирные сети фастфуда, ставшие доступными на закате СССР и с возникновением Российской Федерации, позволили российскому потребителю включиться в общемировые практики потребления продуктов питания [20]. Вместе с фастфудом в постсоветский период стали бурно развиваться иные, специализированные и индивидуализированные внедомашние практики. С 90-х годов увеличивается количество ресторанов и кафе во всех ценовых сегментах. Посещение ресторанов и кафе превратилось из церемониала в обыденное действие. Одни посещают их, чтобы почитать или поработать за чашечкой кофе в

уютной атмосфере. Для других посещение ресторанов - это атрибут повседневной культуры и символ не только статуса, но и просто причастности к современному образу жизни [25].

2.2 Отличительные особенности потребления и потребительские предпочтения петербуржцев

Существует ли специфическая «петербургская» кухня, каким-нибудь образом отличающаяся от кухонь других городов России? Петербургской кухне свойственны не столько определенные блюда и техника их приготовления, сколько некий своеобразный характер: прежде всего — гибридность, которая в советский период сопровождалась устойчивыми представлениями о «единости» «социализма на одном столе» [30]. Со времен советского союза с одной стороны шла адаптация русских традиций, а с другой - адаптация привозных. Если различия между кулинарными традициями советских республик были существенно приглушены, неудивительно, что еще меньшую роль играли региональные традиции. «Ленинградской кухни», по существу, не существовало и не существует. Различные вариации приготовления - это явление не столько локальное, сколько индивидуальное (например, семейные традиции или «фирменные блюда» отдельно взятых семей). Сейчас существуют общие представления о локальной кухне и ассоциации с особенной манерой готовить: например, «ленинградские щи» (холодные с грибами), «чебуреки по-ленинградски» (с повидлом), «рыба по-ленинградски» (запеченная с картошкой под сметаной).

В постсоветский период начало распространяться представление о корюшке как о «питерской» рыбе. С 2001 года в городе даже проводится официальное мероприятие «День корюшки». Многие «огуречный» запах корюшки связывают с наступлением в городе весны [30]. Так же пышки, кондитерские изделия фабрики

«Крупская», мороженое «Петрохолод», Василеостровское пиво причисляют к «ленинградской» кухне.

Что касается модели питания жителей Петербурга, то в целом она совпадает со среднероссийской моделью. Это видно из среднестатистических данных. Да, мы отличаемся по блюдам: у нас есть пышки, корюшка, мороженое «Петрохолод», но является ли это нашим специфическим лицом? Вряд ли. Наша региональная особенность в следствие советской индустриализации питания стала незначительной.

Что касается структуры потребления, то петербуржцы, как и жители других городов, так же три раза в день едят, традиционная модель обеда остается доминантной и т.д., нет никакой специфики. Это доказывает исследование, проведенное Верой Минной и Еленой Ганскау в 2015 году, результаты которого опубликованы в статье «Правильный обед глазами петербуржцев» [14]. В ней представлены результаты 26 глубинных интервью, проведенных с жителями Санкт-Петербурга. Респондентов просили рассказать о том, как они обычно питаются. В ходе исследования были выявлены представления петербуржцев о «правильном обеде» в контексте повседневных практик питания. Вот выдержки из текста:

«Режим питания обычно включает от 3 до 4 приемов пищи в день в одно и то же время. Приемы пищи происходят в определенной последовательности. Последовательность приемов пищи и их состав следуют традиционным нормам. Наиболее распространенный режим повседневного питания включает завтрак, ланч, обед и ужин» [14].

Питание, его качество и организация – важные составляющие жизни как самого человека, так и его семьи. Дискурс, посвящённый «правильному питанию», диетам, вечному подсчёту калорий, полезности той или иной пищи для

здоровья, а также способам приготовления этой пищи, по сей день является одним из наиболее важных [29].

Оценка количества и качества питания населения зачастую производится на основе принятой во всём мире концепции энергетического баланса. Концепция построена на основе следующей аксиомы: потребляемое количество калорий, получаемое при употреблении пищи, должно соответствовать количеству энергии, расходуемой человеком [22].

Качество же питания оценивается посредством утверждённой диетологами системы сбалансированного питания. «Баланс питания» достигается при грамотном соотношении белков, жиров и углеводов, получаемых из той или иной пищи. Сегодня к этому показателю принято добавлять наличие и количество в пище витаминов, минералов, пищевых волокон и пр. [46].

В таблице 2 приведены среднестатистические данные, показывающие потребление определенных продуктов в год (на человека в килограммах):

Продукты	Россия (2016)	Петербург (2016)	Петербург (начало XX века)
Хлеб, крупы	95	77	235
Мясо	85	79	44
Рыба	22	29	9
Молочные продукты	266	339	57
Овощи, фрукты	176	211	60

Картофель	59	52	97
-----------	----	----	----

Таблица 2

Основываясь на данных таблицы, мы можем видеть, что в отличие от средних цифр по России, жители Санкт-Петербурга едят в разы меньше хлеба, мяса и, что странно, рыбы, не смотря на проживание в морском городе. Однако очень популярны среди петербуржцев молочные продукты, их потребление является рекордным по стране [1; 45].

Относительно рекомендаций Всемирной организации здравоохранения петербуржцы употребляют недостаточно белков и полезных жиров, однако перебирают углеводов. Едят много колбас, сосисок, масла, майонеза и сладостей [6].

Если подходить к анализу картины питания с позиций бедного и богатого населения, то, как ни удивительно, отличий тут крайне мало. Богатое и бедное население потребляют практически идентичное количество мяса, молочных продуктов и сахара. Единственное серьёзное отличие можно проследить, разве что, в потреблении фруктов, ягод и овощей – более материально обеспеченное население употребляет эти продукты на 3-4% больше [46].

Изучение практик питания не сводится только к описанию компонентов меню, но также охватывает социальные, культурные и эмоциональные нюансы исследуемого феномена. «Правильная еда» – это не только гастрономическое или медицинское явление; это – социальный феномен. С точки зрения социологии, «правильная еда» – социальный конструкт, сформированный под воздействием социальных и культурных процессов, порядок и содержание его строго выстроены культурными нормами и правилами [9]. Именно они задают состав блюд и входящие в них компоненты, определенные способы приготовления и сочетания продуктов, а самое важное – определенный социальный контекст (например, религиозный).

Рост различных заболеваний, связанных с неправильным питанием, ненадлежащим качеством продуктов, и в связи с этим недовольство потребителей - всё это повлекло за собой изменения, так называемый «поворот в сторону качества» – рост спроса на натуральные продукты местного производства. Данная тенденция объясняется разочарованием потребителей в продуктах массового производства и импортных продуктах, приверженностью к самостоятельно выращенным овощам и фруктам у себя "на огороде", а также пришедшей с Запада модой на фермерские продукты. В настоящее время мода на фермерские продукты становится популярней с каждым днём, особенно в таких крупных городах, как Москва и Санкт-Петербург. Рестораны сотрудничают с местными производителями и выставляют это как маркетинговое преимущество, знаменитости также привлекают внимание к фермерским продуктам. В 2012 году в Санкт-Петербурге открылся ресторан новой русской кухни «Кококо», который позиционирует себя как первый в России фермерский ресторан. Его партнёром является фермерский кооператив «LavkaLavka. Петербург», а владельцем - певец Сергей Шнуров. Заявлено, что все блюда в ресторане готовятся из сезонных фермерских продуктов, а самое главное - местных [45].

Особенностью современного периода общественного развития является ускоряющаяся динамика социальных процессов, включая процессы модернизации еды, естественным образом изменяются и практики питания - что, каким образом, где и с кем едят люди. Метаморфозы, происходящие в наши дни, приводят к возникновению новых рисков и уязвимостей для индивида и общества в целом. Вследствие этого общество нуждается в политическом мониторинге и регулировании качества потребляемых им продуктов питания, так как самостоятельно это сделать оно не в силах. Это необходимо для сохранения здоровья и качества жизни населения. [30].

2.3 Результаты проведенного исследования

В связи с вышеизложенным, в рамках данной работы было проведено исследование. Было опрошено 116 респондентов посредством интернет-анкеты и 10 респондентов посредством интервью. Анализ результатов показал следующее:

В рамках первой гипотезы концепция Бурдые, где потребление является прямой функцией от уровня дохода, является верной. Но в то же время она не объясняет случаи, когда при одинаковом доходе выявляются различные по структуре типы потребления. Например, среди обеспеченных респондентов есть те, кто предпочитают исключительно здоровую и полезную пищу, а есть те, кто любит фастфуд, сладкое и т.п. В связи с этим мы не можем говорить, что финансовая обеспеченность гарантирует правильное питание.

Анализируя картину питания с позиции бедного и богатого населения, отличий тут немного. И те, и другие примерно в равном количестве употребляют далеко не полезную пищу – это фаст-фуд, полуфабрикаты, сладкое, консервы, лимонады, майонез и т.п. Богатое и бедное население потребляют практически идентичное количество мяса, преимущественно курицу. Единственное серьезное отличие можно проследить, разве что, в потреблении фруктов и овощей – более материально обеспеченное население употребляет их намного чаще.

Несмотря на вышесказанное, всё же большинство как бедных, так и богатых заинтересованы в полезности употребляемых продуктов, старается питаться правильно, правда это у них не всегда получается. Половина респондентов учитывает при покупке состав. Меньшинство не руководствуется принципами полезного питания (рис. 2, 3).

4. Как Вы оцениваете качество потребляемых продуктов?

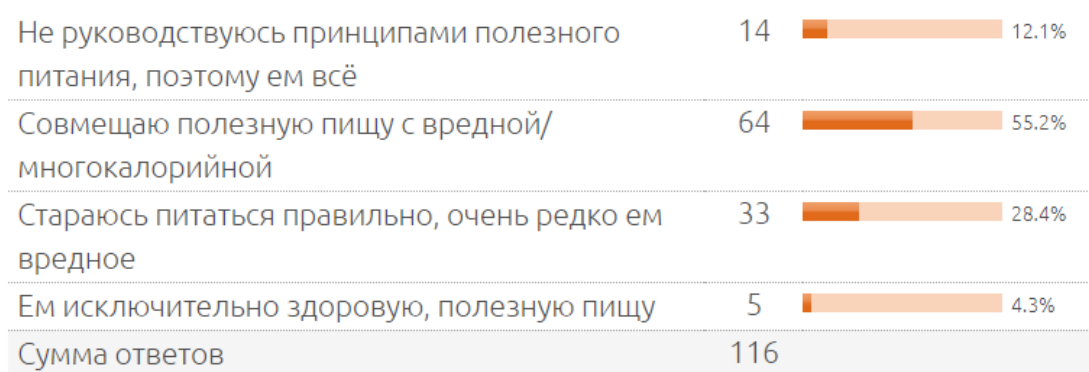


Рисунок 2

5. Важен ли для Вас состав продуктов?

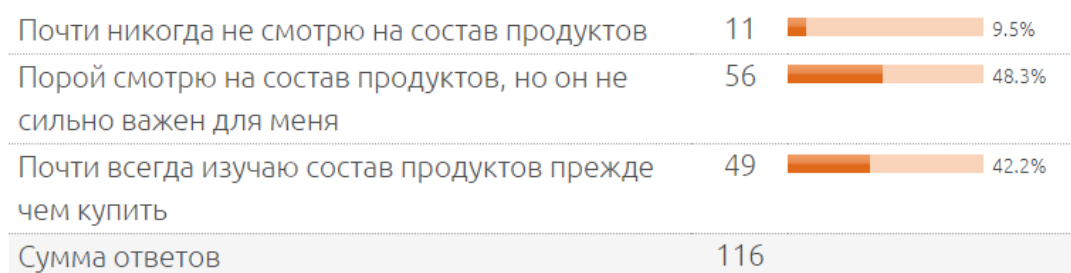


Рисунок 3

Среди несостоятельных слоев населения наблюдается тенденция к существенному сужению ассортимента продуктов и упрощению рациона. Очевидно, что дешевизна питания сказывается на его качестве, но тем не менее озабоченность «полезностью» не снижается. У состоятельных социальных групп под влиянием больших экономических возможностей растёт ассортимент продуктов высоких ценовых диапазонов, экономить на еде они не склонны.

Таким образом, затраты на еду растут прямо пропорционально росту дохода, но в то же время структура потребления меняется не сильно, а значит первая гипотеза исследования подтверждается. Продукты зачастую не становятся знаками отличия того или иного социального класса. Структура потребления продуктов питания богатых остается очень близкой и похожей на структуру низших классов.

Практики питания элитарного уровня в России находятся на стадии формирования.

В рамках второй гипотезы рассматривалась взаимосвязь между уровнем культурного и экономического капитала и степенью приверженности к кухням народов мира.

Что касается уровня культурного капитала, здесь следует сказать, что у большинства петербуржцев он высокий. Естественно, это связано с самим городом. Санкт-Петербург является культурной столицей России, его пространство насыщено различными культурными объектами. При проведении исследования во внимание брались только жители, проживающие в Санкт-Петербурге более 3-х лет. Половина же опрошенных проживает в нём всю жизнь. Так же уточнялся уровень образования, культурных ценностей и духовного развития.

В отношении экономического капитала следует говорить, что у жителей города его уровень невысок, по сравнению, например, с Москвой. В то же время, если сравнивать экономический капитал петербуржцев с экономическим капиталом жителей провинциальных городов, разница будет существенной. В связи с этим из выборки были исключены респонденты с высоким достатком для репрезентативности изучаемой корреляции.

По результатам исследования можно сделать вывод, что любовь к кулинарным традициям других народов и регионов мира характерна большинству населения города. Ассортимент супермаркетов полон предназначенных для подобных кулинарных опытов ранее недоступных продуктов, относящихся к европейской и азиатской традициям (от редких специй до кокосового молока). Доступ к привозным продуктам перестал быть маркером социального статуса, так как получил широкое распространение. Половина респондентов посещает кафе/рестораны с кухней другой национальности несколько раз в месяц, а также

предпочитает готовить блюда этнической кухни дома, хотя из-за недостатка средств зачастую не может себе это позволить. Выбирая между традиционной домашней едой и, к примеру, итальянской или японской кухней - выбор падет на второе. Так же результаты исследования показали, что потребление еды других народов мира больше присуще молодому поколению.

Таким образом, приверженность петербуржцев к этнической кухне связана с высоким культурным и низким экономическим капиталом, а значит вторая гипотеза исследования подтверждается.

2.4 Туризм и общественное питание в Санкт-Петербурге

Система питания современного мира, как уже не раз было сказано, постоянно претерпевает изменения, это касается и мест потребления пищи. Всё чаще и чаще мы предпочитаем есть вне дома - в общественном пространстве. Городская суэта выражается во многом, питание не исключение. Из-за быстрого ритма жизни, в особенности в крупных городах, людям необходимо экономить время, в связи с этим количество предприятий быстрого питания увеличивается с невероятной скоростью. Большую часть потребителей интересуют вкусовые качества продуктов, легкость и быстрота приготовления. Именно такие характеристики лежат в основе предприятий быстрого питания. Столовые залы на рабочих местах, кафетерии и фудкорты, рестораны и кейтеринги, а также «еда с собой» формируют истинный характер потребления пищи как общественного и публичного процесса [29].

Всё больше и больше наблюдается сдвиг от домашнего, частного питания в сторону общественного. Каждый человек доверяет сфере общественного питания одну из своих ключевых потребностей – потребность в питании. Вследствие данного факта люди теряют навыки готовки, кухня начинает становиться модой

или развлечением. Процесс приготовления пищи перестаёт представлять жизненно важной практикой.

В наши дни общественное питание предназначается для всех слоёв населения, включая как бедных, так и богатых. В связи с чем рестораны разделяются на рестораны высокой кухни и ориентированные на массового потребителя (рестораны быстрого питания, далее fastfood). Самым известным рестораном fastfood можно считать американскую сеть «McDonald's». Самой большой сетью ресторанов fastfood является «Subway». Самым лучшим в России признан Subway на Невском проспекте в Петербурге [29]. Помимо ресторанов быстрого питания также существует огромное количество кафе, закусочных, столовых, баров, пиццерий, бистро. Помимо всего прочего в Санкт—Петербурге стремительно развивается рынок кофеен, целевая аудитория которых главным образом это молодёжь в возрасте 16—25 лет, что свидетельствует сравнительно невысокая сумма среднего чека. Но, безусловно, в течение дня они могут служить местом для бизнес-встреч различных людей независимо от возраста.

Сфера ресторанных услуг стремится к универсальному упрощению. Востребованной становится изящная простота, а не помпезность, скорость и качество обслуживания. Широким спросом пользуется демократичный западный сервис, кухня и интерьер.

В Санкт-Петербурге соединены гастрономические культуры разных стран и народов. Здесь невидимой нитью объединены культуры Азии, Европы и Америки [11].

Восточный мир оказывает мощнейшее, пусть непроблематичной и скрытое влияние на западные страны. Например, огромное количество китайских (прежде всего), японских и корейских туристов. В контексте пищевого сектора и общепита это проявляется в модернизации и «подстраивании» меню ресторанов и кафе в целях привлечения широчайшей клиентской базы [30].

Количество китайских ресторанов в Санкт-Петербурге более 90. Рост числа китайских ресторанов в определенной степени увеличивает пространство для распространения китайской культуры питания [30]. Распространение китайских ресторанов менее активно в отличие от восточного фаст-фуда в связи с их нацеленностью преимущественно на китайских клиентов. В Петербурге всюду можно наблюдать уличные закусовые с шавермой. Этот восточный фаст-фуд вполне способен конкурировать с американскими бургерами и итальянской пиццей.

Но Восточная кухня не является наиболее популярной среди жителей. Большинство все же предпочитает гамбургеры, созданные и массово распространяемые такими американскими сетями как McDonald's, BurgerKing и т.д. [11].

Говоря о туристической стороне, гастрономический облик города является дополнительным мотивом к посещению для путешествующих туристов. Гастрономия является важнейшим звеном, формирующим позитивное впечатление и воспоминания о пребывании в городе. Туристы зачастую проявляют интерес к кухне, посещаемой ими страны, дабы лучше познакомиться с обычаями и традициями. Подтверждает это тот факт, что удельный вес затрат на еду составляет около 30-40% в общей системе туристических карт. Зачастую, приезжие не сокращают траты на еду [29].

Специалисты в области туризма заявляют, что ресторанный сегмент города непригоден для иностранцев. В городе функционируют всего лишь 3–4 крупных ресторана русской кухни, позитивно выделяющихся высоким уровнем сервиса и качеством предлагаемых блюд. На данный момент в Санкт-Петербурге сложилась ситуация, когда большую часть предприятий общественного питания представляют заведения с восточной или итальянской кухней. Очевидно, что туристы, которые приехали знакомиться с городом подобным интересоваться

будут не сильно. Таким образом, можно сделать вывод, что вся инфраструктура общественного питания Петербурга, который позиционирует себя на мировом туристическом рынке как «культурную столицу России», направлена на интересы местных жителей и, к сожалению, не учитывает запросы туристов [29]. Единственные рестораны, внесшие вклад в формирование гастрономического имиджа Санкт-Петербурга - это “Достоевский”, “Астория”, “Палкин”, “Русская рюмочная № 1”, “Столовая №1”.

Туроператоры по всему миру прибегают к гастрономическому брендингу, для популяризации тех или иных городов и стран, туристических направлений. В рамках программы по развитию креативных городов, ЮНЕСКО ежегодно присуждает звание «гастрономического города», и позиционирует гастрономию как культурное наследие [29].

Гастрономический бренд территории возникает посредством двух способов. Первый способ – самостоятельное формирование бренда с течением времени, например, итальянская кухня. Второй способ – искусственное формирование бренда, как новая азиатская кухня, почти полностью проработанная за крайне малый промежуток времени, и не имеющая многовековой связи с традициями и гастрономическим каноном.

На данный момент, в современной России пока лишь предпринимаются попытки обратиться к кулинарии. Так, например, организовываются конкурсы, направленные на формирование российского гастрономического бренда. В этих конкурсах зачастую имеет возможность поучаствовать любой желающий.

По мнению аналитиков, в области гастрономии Петербург не обладает подобным брендом [29]. Многие связывают данный факт с огромным влиянием иностранной кухни (западной), также это часто объясняют тем, что с момента застройки, Петербург был крупным, в первую очередь, европейским городом, поэтому и не имеет уникальной кулинарной культуры.

Неимение у Петербурга уникальных продуктов с всемирно известным именем, предстаёт проблемой в процессе формирования гастрономического бренда. У туристов есть возможность вкусно поесть с северо-русским колоритом в Петербурге, но отсутствуют возможности что-либо увезти в качестве сувенира. Петербургу недостаёт простых гастрономических сувениров, сладостей с «памятной» упаковкой явно недостаточно [41].

Чтобы решить проблему с отсутствием гастрономического бренда Санкт-Петербурга, необходимо для начала положить основу для его формирования. Во-первых, можно использовать образ бывшей столицы богатой и пышной империи, как представление о Петербурге. Ведь именно царские дворцы и прочие архитектурные ансамбли задают вид всего города. То есть, имеет смысл создание ресторана именно в таком стиле. Во-вторых, впору увязать художественную историю города. Создать атмосферу кафе серебряного века, с его богатой художественной жизнью. Наконец, можно угостить приезжающих туристов корюшкой, которая является частью образа Петербурга [41].

Глава 3. Экономическая составляющая гастрономического портрета: производство и торговля продуктами питания в Санкт-Петербурге

3.1 Пищевая промышленность Санкт-Петербурга

Предметная область не ограничивается только лишь потреблением пищи. Социология питания исследует общественные отношения так же и в процессе производства, распределения и обмена продуктов питания, ведь потребление еды неотрывно связано с ее приготовлением, а приготовление пищи — с производством продуктов питания. А между ними, как правило, стоит обмен (торговля) или распределение. Таким образом, целостный портрет — это не только, что мы едим, но и что производим

Пищевая промышленность города включает в себя множество направлений производства: выращивание овощей, ягод, изготовление хлебобулочных и кондитерских изделий, быстрозамороженных изделий, мучных и макаронных изделий, производство молочных продуктов, птицеводство, рыболовство, скотоводство, изготовление полуфабрикатов.

Промышленность пищевого сектора Северо-Западного региона развита в должной мере. В Санкт-Петербурге и окрестностях дислоцируются крупные производства молочной, мясоперерабатывающей и хлебопекарной отраслей. Также в городе базируется целый ряд иных предприятий пищевого сектора: мясокомбинаты, предприятия по изготовлению кондитерских изделий, производства компаний «Coca-Cola», «Pepsi», производящие безалкогольные напитки, завод компании «Wrigley» и пр [37].

Санкт-Петербург является крупнейшим центром российского пивоварения — заводы города производят почти пятую часть всего пива в России. Здесь же располагается штаб-квартира крупнейшей российской пивоваренной компании «Балтика».

В большинстве производственных секторов есть мощные локальные игроки. Например, успешно функционирует молочный "Пискаревский" завод, гатчинский завод "Галактика". За долю рынка на хлебопекарном поприще конкурируют местный "Каравай" и финский "Father", "Петрохлеб".

На протяжении более чем ста лет и по сей день функционируют такие предприятия пищевой промышленности, как Полюстрово, Масложировой комбинат, Бадаевский хлебозавод, Хлебозавод Московского района (ныне Хлебный дом), Петмол (ныне Данон), Фабрика имени Крупской, Пискаревский молочный завод

Центр кластерного развития Санкт-Петербурга в августе-сентябре 2017г провел мониторинг пищевой промышленности [37]. В ходе мониторинга было выявлено 2 199 организации, осуществляющих деятельность на территории Санкт-Петербурга и занятых в пищевой промышленности.

Продовольственный сектор традиционно значим для экономики Петербурга – в системе валовой добавленной стоимости комплекса обработки доля производства продуктов питания занимает 25,4%.

Санкт-Петербургский информационно-аналитический центр заявляет, что за сутки в Петербурге производится: 1200 тонн молочной продукции, 800 тонн хлебных изделий, 400 тонн продукции кондитерского сектора [40]. На рисунке ниже указаны объемы производства пищевых продуктов в 2015 году в Санкт-Петербурге:

Виды продукции	Единицы измерения	Произведено
Изделия колбасные	тыс. т	44,1
Полуфабрикаты мясные	тыс. т	52,7
Рыба и продукты рыбные	тыс. т	98,1
Цельномолочная продукция (в пересчете на молоко)	тыс. т	476,2
Мука из зерновых культур, овощных и других растительных культур	тыс. т	414,5
Хлеб и хлебобулочные изделия	тыс. т	304,7
Кондитерские изделия	тыс. т	242,8
Продукты пищевые из муки, крупы, крахмала (кроме детского питания)	тыс. т	17,4
Алкогольная продукция (без пива и напитков, изготавливаемых на основе пива)	млн дкл	9,4
Пиво, кроме отходов пивоварения	млн дкл	55,3
Напитки безалкогольные	млн дкл	32,3
Воды минеральные	млн полулитров	70,1

Рисунок 4

Предприятия пищевой и перерабатывающей промышленности в Санкт-Петербурге предлагают огромный ассортимент продукции. Он включает в себя практически все нужные для обеспечения жизнедеятельности населения продукты питания, начиная от хлеба и мяса, заканчивая кондитерской и молочной продукцией. По словам аналитиков, это обеспечивает потребительский рынок Санкт-Петербурга более чем на 60 процентов и является важнейшим фактором его продовольственной безопасности.

3.1.1 Специализация сельского хозяйства

Сельское хозяйство Ленинградской области за 2015 год в фактических ценах обеспечило выработку продукции на сумму около 99,0 млрд рублей. По показателю выработки Ленинградская область располагается на 17-й позиции среди всех регионов РФ [42].

За 2015 год Ленинградская область значится на первом месте по производству яиц в сравнении с другими регионами страны, на третьем месте по объему

производства мяса птицы, на девятом месте по выращиванию овощей открытого и защищенного грунта. Область также занимает 18-е место по производству молока.

Значительное место в сельском хозяйстве Ленинградской области занимает животноводство. В 2015 году, по данным Росстата, стоимость продукции данного производства в регионе составила почти 70 млрд руб. Что касается процентного соотношения видом мяса, то на птицу пришлось 82,0% убойного веса, на свинину – 11,9%, на говядину – 6,0%, на баранину и козлятину, на другие виды мяса – менее 0,2% [42].

Необходимо принять во внимание, что российское сельское хозяйство за последние десятилетия претерпевало глубочайший кризис, и относительно недавно данный сектор стал стабилизироваться, однако о независимости от импортной продукции говорить еще рано. Положение фермеров всё еще уязвимо, особенно в Ленинградской области, так как их доля в сельскохозяйственном производстве очень мала (по сравнению со средним показателем по России) [42].

Администрации районов пытаются оказывать посильную помощь местным производителям и в сбыте готовой продукции. Так, например, ими часто поощряется более лояльное отношение сетей сбыта продуктов питания к местным производителям. Среди других каналов сбыта можно выделить различные фестивали и ярмарки, например, «АгроРусь», «Продовольствие от производителя». Их большинство либо полностью организовывается городской или районной администрацией, либо поддерживается ей с целью продвижения местного производства. В августе 2010 года в Санкт-Петербурге открылся Центр фермерской торговли, миссия которого – помощь российским фермерам в продаже собственной продукции как на рынках, так и напрямую супермаркетам, а также предоставление возможности потребителям приобретать свежие продукты по более низким ценам. Тем не менее, на данном рынке, доля фермеров крайне низкая, большая же часть готовой продукции продается перекупщиками [45].

3.1.2. Основные категории производства

Молочные продукты

Наряду с мясом и злаковыми культурами молоко составляет основу рациона питания практически всех российских семей. Согласно статистике, за 2015 год, среднее потребление молочной продукции на душу населения в России составило 239 кг в год. В пятёрку лидеров по этому показателю входит Санкт-Петербург – в нём на человека ежегодно приходится 312 кг продукции молочного сектора [42].

Развитие молокопереработчиков подстегнул запрет импорта из стран ЕС, под который попала популярная у петербуржцев продукция финского Valio.

Местное производство:

- Гатчинский Молочный Завод производит молочную продукцию для Санкт-Петербурга и Ленинградской области более шестидесяти лет.
- Молочный комбинат «Петмол» (ныне «Данон») — крупнейшее предприятие молочной промышленности Санкт-Петербурга.
- «Лужский молочный комбинат»
- Молочное хозяйство "Лосево"

Импорт продуктов молочного продовольственного сектора в российских магазинах около 8%, почти 87% его объема приходится на Белоруссию. Белоруссия крайне продуктивно сумела воспользоваться запретом на поставки продукции в Россию из стран Евросоюза и заняла весомое место в качестве ключевой страны-импортера.

Мясо, птица

Синявинская птицефабрика — крупнейший производитель яиц на Северо-Западе России, занимает более трети рынка яйца в Санкт-Петербурге и Ленинградской области. По масштабам выработки товарной продукции птицефабрика является крупнейшим агропромышленным комплексом в России и Европе.

Рыба

Сегодня петербуржцы предпочитают не замороженную рыбу, а охлажденную или живую (правда, ассортимент живой рыбы невелик: карп, толстолобик, осетр и форель – не во всех рыбных отделах есть аквариумы) [42].

Жители города преимущественно потребляют мурманскую треску, карельскую форель и корюшку. Серьезную долю рынка занимает охлажденная фермерская рыба – лосось с Фарерских островов, сибас и дорадо, форель и сиг из Лен. области и Карелии, карп и толстолобик – из Ростовской акватории и других регионов страны, осетр – со всех регионов России, а также из Армении.

Охлажденная морская рыба на прилавках Петербурга – треска, пикша, зубатка, камбала, мурманский палтус. Также рыба поступает с Дальнего Востока, но традиционно ассортимент дальневосточной рыбы представлен в Петербурге в замороженном виде. С Дальнего Востока в Петербург поставляют крабов, устриц, морских гребешков

Если же говорить о ближайших источниках морской рыбы, то это Мурманск и Баренцево море. Там не замерзает ни порт, ни район лова.

3.2 Петербургский рынок продовольствия

Рынок продовольственных сетей Петербурга небезосновательно является одним из самых насыщенных в современной России. В наши дни, можно сказать, практически нет жилых кварталов, в которых не было бы продовольственного магазина, расположенного в пешей доступности [30]. Сопоставляя число продуктовых магазинов с количеством жителей города, их концентрация в Санкт-Петербурге опережает сложившуюся ситуацию в столице (в Санкт-Петербурге концентрация равна 1,21 шт./100 тысяч человек, а в Москве - 0,6шт./100 тысяч человек) [2].

В рамках исследования, проведенного в 2017 году Центром пространственных исследований [2], в Петербурге было выявлено 8 основных сетей гипермаркетов. Наиболее распространенной сетью гипермаркетов в Санкт-Петербурге является «О'Кей», однако максимальный охват по районам города у «Ленты» - гипермаркеты этой сети работают в 11 районах Петербурга. В Московском районе находится наибольшее количество различных гипермаркетов. А вот Центральный и Петроградский, к сожалению, остаются без этого формата. Это объясняется нехваткой земель для их строительства и высокими ценами на аренду.

В Санкт-Петербурге действует более 500 супермаркетов, работающих под различными сетевыми брендами. Лидером по обеспечению продовольствием и по количеству самих супермаркетов является Приморский район - в нем функционирует 60 сетевых супермаркетов. Безусловный лидер - это сеть «Пятерочка». Из 18 районов города магазины сети функционируют в 17, единственный район, где сеть не представлена – это Центральный район. Так же среди лидеров «Перекрёсток».

В Петербурге существуют 13 сетей дискаунтеров и магазинов у дома, под брендами которых работают более 300 магазинов. Лидеры среди дискаунтеров - это сети магазинов «Дикси» и «Магнит», на их долю приходится более трети рынка сетевых дискаунтеров.

Отдельного внимания требует ситуация на рынках города. Рынок является сосредоточением особой городской культуры. С их широким ассортиментом, выделяющимися продавцами и атмосферой, способствующей коммуникации они – альтернатива супермаркетам.

Статистика подтверждает: на долю рынков в городе приходится всего 0,1% объёма розничной продовольственной торговли. По данным Петростата, в прошлом году её оборот составил немногим более 438 млрд руб.

Рынок часто – причина ярких воспоминаний об ушедших эпохах. Сейчас рынок стал менее востребованным в силу ускорения хода жизни. Но при всей палитре современных торговых центров покупатели всё же обращаются к услугам рынков, т.к. свежая фермерская продукция остаётся прерогативой классического рынка. [44]. Организация рынка зачастую поделена между представителями национальных диаспор. Существует исторически обусловленная система. Азербайджанцы занимаются продажей овощей и фруктов, выходцы из Таджикистана и Узбекистана реализуют орехи, сухофрукты и рис. Специи сбывают уроженцы Абхазии.

С мясом и птицей деления по национальному признаку не существует. Говядина и свинина зачастую поступают на рынок из хозяйств Ленинградской и Псковской областей. Баранина поступает из Дагестана.

Заключение

Гастрономическая культура изучается с разных точек зрения – исторической, политологической, психоаналитической, этнографической, социологической. В ходе работы была изучена такая отрасль в социологии как социология питания, а также ее предмет. Были проанализированы подходы к изучению питания в социологии. Можно выделить несколько подходов: функционализм, структурализм, материализм. Первый подход объясняет, что питание обеспечивает не только функционирование и жизнедеятельность организма, но является социальным институтом, обеспечивая социализацию индивидов. Структурализм говорит, что процесс питания, продукты, еда несут за собой определенный смысл, это система социальной коммуникации. Материализм показывает, как связано производство и питание, объединяя их в единую экономическую систему, а также как развивается современная система питания, основанная на разделении труда и торговле.

Практики питания являются важными составляющими повседневной жизни любого общества, они социокультурно значимы для него. Данные практики находятся за рамками банального удовлетворения элементарной потребности человека в питании и включают в себя целый спектр действий, структурированных правилами. Правила, в свою очередь, по большей части формируются не столько физиологией питания, сколько социальными институтами (культурными ценностями, канонами и традициями общности, особенностями габитусов). Быт вырабатывает в людях привычку редко задумываться о том, что приготовленная и употреблённая ими пища – не банальная биологическая субстанция, направленная на насыщение и удовлетворение физиологических потребностей, но и форма социокультурной коммуникации (сообщаемые окружающим символы, говорящие о традициях, культурных нормах и пр.).

Был раскрыт ряд факторов, влияющих на культуру питания, наряду с факторами была описана специфика культуры питания в Санкт-Петербурге. Специфика города несомненно накладывает отпечаток на повседневность его жителей, Петербург не исключение. Так же практики питания были рассмотрены в исторической ретроспективе. Индустриализация питания, фабрики-кухни и особенно массовое производство продуктов питания - всё это привело к тому, что Петербург потерял свои гастрономические черты, свой уникальный портрет.

Петербуржцы за историю города испытали на себе как нехватку, так и избыток импортных и экзотических продуктов, фастфуда и т.д. Однако, петербургские потребители чаще выбирают отечественные продукты питания, так как считают их более натуральными и заслуживающими доверия. Также существуют определенные группы потребителей, которые регулярно покупают исключительно фермерские продукты.

В ходе работы было проведено исследование, результаты которого подтвердили сформулированные гипотезы. Подводя итоги, можно уверенно заявлять о двойственном, крайне неоднозначном отношении населения современной России к правильному питанию. Осознавая важность правильного питания, постоянно говоря о необходимости популяризации правильного питания, подавляющее большинство граждан России его не придерживаются. На данный момент, в рамках российского общества не сформирована культура здорового образа жизни, у граждан отсутствуют необходимые для формирования данной культуры установки и даже банальные привычки, направленные на заботу о своем здоровье.

Список литературы

1. Абатуров А. Расширять торговую сеть, лучше обслуживать посетителей//Смена. 1956. №143
2. Анализ рынка продуктовых розничных сетей в Санкт-Петербурге Центром пространственных исследований. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.foodmarket.spb.ru/current.php?article=1704> (Дата обращения: 10.12.2017)
3. Антонова А.Б., Пятковская Е. Ю. Инфраструктура общественного питания как элемента туристской дестинации: использование кластерного подхода при разработке направлений совершенствования // Общество. Среда. Развитие. 2012. №1 С.45-49.
4. Бродель Ф. Материальная цивилизация, экономика и капитализм, XV-XVIII вв. / Пер. С фр. Куббеля Л. Е.; вступ. Ст. И ред. Афанасьева Ю. Н. - М.: Прогресс, 1992. - Т. 3: время мира. - 679 с
5. Бурдые П. Различение: социальная критика суждения // Экономическая социология. 2005. №3 С.25-48.
6. Веселов Ю. В. Повседневные практики питания // Социологические исследования. 2015. № 1. С. 95-104
7. Веселов Ю. В. Экономическая социология одного города: пространство Петербурга // Журнал социологии и социальной антропологии. 2009. Т. 12, № 2. С. 153-185.
8. Веселов Ю.В. История и социология питания // Былые годы. Российский исторический журнал. 2016. № 41-1 (3). С. 917-926.
9. Веселов Ю.В. Современная социальная система питания // Журнал социологии и социальной антропологии. 2015. Т. XVIII, № 1 (78). С. 68-82.
10. Веселов Ю.В., Никифорова О. А., Цзинь Ц. Питание и здоровье в истории общества [Электронный ресурс]. URL: http://dom-hors.ru/rus/files/arhiv_zhurnala/spp/2017/11/sociology/veselov-nikiforova-junkai.pdf

11. Веселов Ю.В., Цзинь Ц. Процессы глобализации питания: взаимное влияние культур Запада и Востока // Журнал научных статей «Здоровье и образование в XXI веке». 2016, Т. 18, № 9. с.135-141
12. Ганскау Е. Ю., Минина В. Н. и др. Повседневные практики питания жителей Санкт-Петербурга и Ленинградской области // Журнал социологии и социальной антропологии. 2014. Т. XVII, № 1 (72). С. 41-58.
13. Ганскау Е. Ю., Минина В. Н. Правильная и здоровая еда: практики питания в Санкт-Петербурге // Панорама общественного здравоохранения. 2017. Т. 3, № 1. С. 49-58.
14. Ганскау Е. Ю., Минина В. Н. Правильный обед глазами петербуржцев // журнал социологии и социальной антропологии. 2015. Т. XVIII. № 1 (78). С. 83-99.
15. Гастрономическая культура и власть: [Электронный ресурс]. URL: <https://spb.hse.ru/news/67803617.html> (Дата обращения: 19.05.2017)
16. Глущенко И. В. Общепит. Микоян и советская кухня // Издательский дом Высшей школы экономики. — М. 2010.
17. Громашева О., Брунори Дж. Производство, сбыт и потребление в Санкт-Петербурге: плодородная почва для развития коротких цепочек поставок фермерских продуктов? // Лабиринт. Журнал социально-гуманитарных исследований. 2014. №2 С.35-51.
18. Данилевич Е. Кому мешают рынки?[Электронный ресурс]. URL: http://www.spb.aif.ru/city/komu_meshayut_rynki_chast_iz_nih_mogut_zakrytsya_uzhe_v_etom_godu (Дата обращения: 20.12.2017)
19. Демиденко Ю.Б. «Рестораны, Трактиры, Чайные... Из истории общественного питания в Петербурге в XVIII-нач. XX века» — М. Издательство Центрполиграф, 2011 – 285 с.
20. Зарубина Н. Н. Практики питания как маркер и фактор социального неравенства в России: история и современность // Историческая психология и социология истории. 2014. №2 С.46-62.

21. Зарубина Н. Н. Представления о «Нормативном теле» как детерминанты изменений в практиках питания россиян // Историческая психология и социология истории. 2015. №1 С.75-91.
22. Зарубина Н. Н. Трансформации практик питания в современной России: детерминанты // Вестник МГИМО. 2014. №6 (39) С.199-208.
- 23.Зубкова Е. Ю. Общество и реформы. 1945-1964. С.284
- 24.Ивченкова М. С. Противоречия в культуре питания россиян в контексте здорового образа жизни (по результатам социологического исследования) // Изв. Саратов. ун-та Нов. сер. Сер. Социология. Политология. 2010. №4 С.8-11.
- 25.Ильин В. И Быт и бытие молодежи российского мегаполиса:Интерсоцис. 2007.
- 26.Как устроены 7 главных городских рынков. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.the-village.ru/village/food/food-guide/139993-rynki> (Дата обращения: 20.12.2017)
- 27.Келли К.Ленинградская кухня / L'acuisineleningradaise — противоречие в терминах? // Антропологический форум, 2011, 15, с. 241–278.[30]
28. Книга о вкусной и здоровой пище. / Под. ред. Я. И. Бецофен. — М.: Пищепромиздат, 1939. —391с.
- 29.Коробкина Н. Гастрономические традиции Петербурга: [Электронный ресурс]. URL: <http://antennadaily.ru/2017/03/04/гастрономические-традиции-петербург/> (Дата обращения: 20.05.2017)
30. Кравченко С.А. Социокультурная динамика еды: риски, уязвимости, востребованность гуманистической биополитики. — М.: МГИМО Университет, 2014. — 198 с.
- 31.Лебина Н.Меню для девушки с веслом//Родина.-2003.- № 8.- С.89, 93.
- 32.Леви-Строс К. Мифологии: Сырое и приготовленное. М.: ИД «Флюид», 2006. -399 с.
- 33.Ленинград и Ленинградская область в цифрах. -Стат.сб.-1964.С.80, 91,176.
- 34.Ленинградская правда.1964. №132
- 35.Лурье, Лурье: Ленинград Довлатова. Исторический путеводитель

36. Молчанова Т. Ленинградский общепит в 1950-х и начале 1960-х годов: [Электронный ресурс]. URL: http://www.sovetika.ru/opit/molchanova_01.html (Дата обращения: 20.07.2017)
37. Мониторинг пищевой промышленности Санкт-Петербурга [Электронный ресурс]. URL: http://spbcluster.ru/files/monitoring_piwevoj_promyshlennosti_spb_na_sajt_dobavit_prezentaciyu_foodnet.pdf (Дата обращения: 10.12.2017)
38. Носкова А. В. Питание: методологические подходы к исследованию и повседневные практики // Вестник МГИМО. 2014. №6 (39) С.209-218.
39. Пыстин А. Откуда в Петербург привозят свежую рыбу. [Электронный ресурс]. URL: ... (Дата обращения: 10.12.2017)
40. Рекшан В. Ленинградское время, или Исчезающий город. СПб.: Торгово-издательский дом «Амфора». 2015. — 46с.
41. Селина М. В. Санкт-Петербург нуждается в гастрономическом бренде: [Электронный ресурс]. URL: <https://iq.hse.ru/news/177664729.html> (Дата обращения: 19.05.2017)
42. Сельское хозяйство Ленинградской области [Электронный ресурс]. URL: <http://ab-centre.ru/page/selskoe-hozyaystvo-leningradskoy-oblasti> (Дата обращения: 15.12.2017)
43. Сорокин П. Голод как фактор. Влияние голода на поведение людей, социальную организацию и общественную жизнь. М.: Academia&LVS, 2003. – 684 с.
44. Сохань И. В. Как исследовать гастрономическое? к вопросу о дефинициях и подходах // Вестн. Том. гос. ун-та. Культурология и искусствоведение. 2013. №1 (9) С.99-109.
45. Сохань И. В. Тоталитарный дискурс культуры еды в советской России 1920-1930-х гг. // Вестн. Том. гос. ун-та. 2010. №332 С.63-68.
социальная структуризация повседневности общества потребления. СПб.:

46. Яковлева С. Гастрономический бренд: с чем его едят: [Электронный ресурс]. URL: <https://vecherka-spb.ru/2016/09/28/gastronomicheskij-brend-s-chem-ego-edyat/> (Дата обращения: 20.05.2017)
47. Simmel G. The Sociology of Meal, Food and Foodways, 1994, 5(4), pp. 343–351.

Приложение А. Программа исследования

Для реализации целей и задач дипломной работы было проведено эмпирическое исследование практик питания жителей Санкт—Петербурга. Социология питания охватывает такие вопросы, как уровень жизни, благосостояние и здоровье различных слоев населения, социальное расслоение и дифференциация в потреблении продуктов питания и т. д.

В основе данного исследования лежит теория вкуса французского социолога П. Бурдьё, согласно которой практики питания групп, занимающих разные позиции в социальном пространстве, определяются материальными возможностями, родом деятельности и уровнем культуры.

В книге П. Бурдьё «Различение: социальная критика суждения» описывается, как каждый класс или подкласс в зависимости от уровня экономического и культурного капитала предпочитает конкретные продукты питания и обладает определенным вкусом. При росте экономического капитала возрастает потребление еды и затраты на нее. С увеличением достатка изменяется не форма питания, а его стоимость, отражающая увеличение количества и повышение качества употребляемой пищи при сохранении вкусов и прежних привычек. Расходуется существенная доля бюджета на дорогостоящие продукты питания, в частности на мясо, в особенности на наиболее дорогие его виды (телятина, баранина, ягнятина и т.п.), а также на свежие фрукты и овощи, рыбу и морепродукты. Употребляемая пища становится все более богатой (одновременно по цене и калорийности), но и более тяжелой [47].

При росте культурного капитала предпочтения отдаются «культурному потреблению» — блюдам народной кухни. Расходы на еду падают, возникает “скромный” вкус, способный отказываться от сию минутных порывов ради будущих желаний. Обладание немалым культурным, нежели экономическим капиталом, отличается аскетическим видом потребления и тягой к

оригинальности с минимальными финансовыми затратами. Это о мнении Бурдые приводит к экзотике (например, влечение к итальянской, китайской кухне и т.д.) [47]. Данную тенденцию мы можем наблюдать в Санкт-Петербурге: тут множество японских, китайский, итальянских, грузинских ресторанов и т.д. Также, наиболее важной характеристикой, выделяющей Санкт-Петербург из общей массы множества российских городов, является именно его культурный капитал (не относительно образованности, а относительно насыщенности культурного пространства). Петербург позиционирует себя как самый западный город в географическом и в культурном смысле этого слова [47]. Сам город является объектом культуры.

В связи с этим были сформулированы следующие **гипотезы исследования**:

1. Жители города с высоким достатком питаются так же плохо, как и средне- и малообеспеченные слои населения. От роста дохода изменяется не структура потребления продуктов, а объём расходов на питание.
2. У петербуржцев высокий культурный капитал при низком экономическом, в связи с чем проявляется интерес к этнической кухне.

Цель исследования — выяснить, как питаются жители Санкт-Петербурга.

Задачи исследования:

- Выделить основные тенденции горожан к потреблению: что и сколько едят петербуржцы, правильно ли питаются?
- Выявить структуру питания у различных слоев населения
- Определить факторы, влияющие на предпочтения
- Проанализировать семейные бюджеты и долю доходов, которая уходит на покупку продовольствия
- Выявить предпочтения к этнической кухне

Объектом исследования являются жители г. Санкт—Петербург

Предмет исследования — социальные практики питания жителей г. Санкт-Петербург

В исследовании используется количественная стратегия, в которой сочетаются качественный и количественный метод: интернет-опрос и полуструктурированное интервью.

Опрос предполагает набор четко сформулированных вопросов, на которые респондент выбирает один из предложенных вариантов ответа. Генеральная совокупность - жители Санкт-Петербурга. Тип выборки - вероятностная выборка - стихийная выборка, то есть опрашиваются наиболее доступные респонденты, в нашем случае – пользователи интернета, согласившиеся заполнить анкету.

Полуструктурированное интервью представляет собой интервью с путеводителем (гайдом) – списком вопросов, которые будут заданы. Такого рода интервью позволит респонденту говорить свободно, но вектор беседы будет направлен в русло основной тематики исследования. Беседа рассчитана на время до часа. Количество информантов – около 10, относящихся как к населению с высоким достатком, так и к средне-, малообеспеченному.

Приложение Б. Вопросы для интернет-опроса

Добрый день!

Приглашаем Вас принять участие в опросе, направленном на изучение практик питания в Санкт-Петербурге и составление гастрономического портрета города.

Большинство вопросов имеют уже готовые варианты ответов. Если Вам трудно выбрать подходящий ответ, пожалуйста, выберите тот ответ, который точнее всего отражает ваше мнение.

Опрос является анонимным, все данные будут использоваться только в обобщенном виде. Прохождение опроса займет у Вас около 5-7 минут.

1 блок вопросов

1. Укажите Ваш средний доход в месяц (в рублях). **Под доходом подразумевается Ваш собственный заработок плюс финансовая поддержка от родственников, друзей (если она есть).*

1. до 15 000
2. 15 000 – 30 000
3. 30 000 – 45 000
4. 45 000 – 60 000
5. 60 000 – 80 000
6. 80 000 – 100 000
7. 100 000 – 200 000
8. 200 000 и более

2. Сколько денег в месяц Вы тратите в среднем на питание (покупка продуктов в магазинах + посещение мест общественного питания)? *В рублях; на 1 человека (на себя).

1. до 10 000
2. 10 000 - 15 000
3. 15 000 - 20 000
4. 20 000 - 30 000
5. Больше 30 000

3. Как Вы оцениваете качество потребляемых продуктов?

1. Не руководствуюсь принципами полезного питания, поэтому ем всё
2. Совмещаю полезную пищу с вредной/многокалорийной
3. Стараюсь питаться правильно, очень редко ем вредное
4. Ем исключительно здоровую, полезную пищу

4. Важен ли для Вас состав продуктов?

1. Почти никогда не смотрю на состав продуктов
2. Порой смотрю на состав продуктов, но он не сильно важен для меня
3. Почти всегда изучаю состав продуктов прежде чем купить

5. Что Вы предпочтёте?

1. Очень вкусную, но вредную и калорийную еду
2. Менее вкусную, но полезную еду

6. Как часто Вы едите мясо?

1. Не ем
2. Очень редко
3. Редко
4. Часто
5. Практически при каждом приёме пищи

7. Какое мясо Вы едите чаще всего?

1. Курица
2. Свинина
3. Говядина
4. Не ем мясо
5. Другое

6. Что Вы предпочтёте?

1. Мясо
2. Рыбу
3. Ни то, ни другое

7. Как часто Вы едите «фаст-фуд» (например, ходите в Макдоналдс, покупаете шаверму, едите бургеры и т.д.)?

1. Не ем никогда
2. Несколько раз в год
3. Раз в месяц
4. Несколько раз в месяц
5. Чаще чем раз в неделю

8. Как часто Вы едите фрукты/овоши?

1. Не ем
2. Очень редко.
3. Редко
4. Часто
5. Практически при каждом приёме пищи

9. Как часто Вы едите полуфабрикаты (например, пельмени, сосиски, наггетсы и т.п.)?

1. Не ем никогда
2. Несколько раз в год
3. Раз в месяц
4. Несколько раз в месяц
5. Чаще чем раз в неделю

10. Как часто Вы покупаете готовую продукцию (например, колбасы, паштеты, консервированную продукцию)?

1. Не ем никогда
2. Несколько раз в год
3. Раз в месяц
4. Несколько раз в месяц
5. Чаще чем раз в неделю

11. Как часто Вы едите блюда с майонезом?

1. Никогда.
2. Практически никогда
3. Если ем, то только с домашним
4. Редко. В основном только на праздники
5. Как придётся. Не заикиливаюсь на том, что это вредно.
6. Часто. Блюда с майонезом – это вкусно

12. Как часто Вы пьёте лимонады (такие как Coca-Cola, Sprite и т.п.)

1. Никогда
2. Очень редко
3. Раз в месяц
4. Несколько раз в месяц
5. Чаше чем раз в неделю

13. Как часто Вы жарите еду на масле?

1. Никогда
2. Редко
3. Часто
4. Практически при каждом приёме пищи

14. Как часто Вы едите сладкое?

1. Не ем никогда
2. Несколько раз в год
3. Раз в месяц
4. Несколько раз в месяц
5. Чаше чем раз в неделю
6. Практически каждый день

15. Выберите, какого типа сладкое Вы едите чаще всего

1. Практически любое. Для меня не сильно важна его калорийность и полезность
2. Сладкое с низким содержанием сахара, низкокалорийное. Желательно содержащее только полезные ингредиенты.
3. Сладкое из специализированных отделов/магазинов/кондитерских полезного питания, низкокалорийное.
4. Не ем сладкое

2 блок вопросов

16. Укажите, как долго Вы проживаете в Санкт-Петербурге?

1. Всю жизнь
2. Меньше 3х лет
3. Больше 3х лет, но меньше 10
4. Более 10 лет

17. Укажите уровень Вашего образования

1. Среднее
2. Среднее специальное
3. Неоконченное высшее
4. Высшее
5. Несколько высших

18. Укажите общую сумму лет, затраченную на обучение (здесь учитывается обучение в школе, колледже, ВУЗе, на различных курсах повышения квалификации)?

...

19. Оцените престижность школы/колледжа/университета, в которых Вы учились/ учитесь? *возможен множественный выбор

1. Моя школа входит в список лучших школ моего города
2. Мой колледж входит в список лучших колледжей моего города
3. Мой университет входит в список лучших ВУЗов России/мира

20. Как часто Вы посещаете культурные заведения (театры, музеи, выставки и т.п.)

1. Не посещаю
2. Раз/несколько раз в год
3. Почти каждый месяц
4. Несколько раз в месяц

21. Как часто Вы посещаете кафе/рестораны с кухней различных народов мира?

1. Никогда
2. Несколько раз в год
3. Раз в месяц
4. Несколько раз в месяц
5. Чаше чем раз в неделю

22. Расставьте, пожалуйста, кухни по приоритету (где 1 – Вы не любите эту кухню, а 5 – она нравится Вам больше остальных)

- Русская
- Японская
- Китайская
- Ближневосточная
- Итальянская

23. Как часто Вы готовите еду, относящуюся к другой национальной кухне?

1. Никогда, люблю только обычные/традиционные блюда
2. Редко. Не очень люблю такое
3. Редко. Хотелось бы чаще, но не позволяет бюджет
4. Часто
5. Практически всегда

Приложение В. Гайд интервью

1 блок вопросов. Практики питания: что едят, пьют; сколько. Расходы на питание. Распорядок питания, структура. Оценка качества.

Как часто Вы едите в течение дня? Завтрак-обед-ужин?

Что Вы обычно едите - объем и количество потребляемой еды: на завтрак? на обед? на ужин? Есть другие приёмы пищи? Едите с хлебом?

Что пьёте: чай; кофе? Алкоголь?

Какой процент от общего дохода Вы тратите на питание? Сколько рублей в день? Считаете ли Вы, что это много/мало?

Где, что покупаете: супермаркеты, рынки, интернет?

Устраивает ли Вас то, что Вы едите? Качество? Цена?

Едите полуфабрикаты? Это плохо?

Как часто едите пельмени, готовые котлеты, сосиски, колбасы и прочее? А сладкое, выпечку?

Как часто посещаете фаст-фуд? Это вкусно, но вредно?

Часто Вы готовите? Как? Часто жарите, особенно на масле?

Какие Ваши любимые продукты? Есть ли специфические петербургские продукты?

Важно для вас правильное питание? Что для Вас правильное питание? Это структура питания, его содержание? Придерживаетесь его?

Важна ли для Вас экологичность потребляемых продуктов? Смотрите на состав? Считаете ли проблемой избыточное/недостаточное питание; много не полезных продуктов, химии?

Питание для Вас важно? Для здоровья?

Считаете ли Вы, что богатые и бедные питаются по-разному? В чем разница? Пища богатых более дорогая и изысканная?? По количеству потребления есть разница? К какому слою населения Вы себя отнесёте? Что ест ваше окружение?

По качеству питание среди богатых и бедных отличается? Чем?

2 блок вопросов. Этническая кухня: отношение к ней, частота потребления, готовки.

Какое у Вас образование? Влияет ли образование на структуру питания (что и как едят)?

Считаете ли, что Вас высокий культурный капитал? Часто посещаете культурные заведения, мероприятия?

Часто Вы едите вне дома?

Часто ли Вы посещаете кафе/ресторане?

Вам нравится китайская, японская, грузинская кухня? В ресторанах подобных кухонь были? Понравилось? Дорого?

Какие в Петербурге рестораны лучшие на Ваш взгляд?

Какая кухня Ваша любимая? Готовите ли ее дома? Почему да/нет?

Как часто Вы едите блюда этой кухни?

Нужно ли много денег, чтобы приготовить кухню другой национальности? Много времени? Это вкуснее традиционной домашней еды?

Почему кухни других национальностей Вам нравятся больше, Ваше собственное мнение (если это так)?