

Василенко Инна Викторовна

доктор философских наук, профессор,
профессор кафедры социологии
Волгоградского государственного университета

Ткаченко Ольга Викторовна

доктор социологических наук, доцент
кафедры медико-социальных технологий
с курсом педагогики и образовательных
технологий дополнительного
профессионального образования
Волгоградского государственного университета

ПРАКТИКИ ПОТРЕБЛЕНИЯ КОФЕ И ОБРАЗ ЖИЗНИ (НА МАТЕРИАЛАХ ОПРОСА ЖИТЕЛЕЙ ВОЛГОГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ)

Аннотация:

В статье представлены результаты количественного (формализованное интервью) и качественного (глубинное интервью) исследований повседневных практик потребления кофе россиянами (на материалах опроса жителей Волгоградской области). Рассмотрение напитков как компонента питания является важным источником информации о социокультурной специфике различных стран, их регионов и городов. Формирование традиций в области потребления напитков связано с образом жизни населения и его изменением, с процессами создания респондентами социальных смыслов этого потребления. Основное внимание авторы сконцентрировали на определении значения употребления кофе в различных сферах жизнедеятельности регионального населения России. Отмечается, что данный напиток люди предпочитают пить, как правило, утром дома и днем на работе с целью получения заряда бодрости и повышения своей трудоспособности. Выбор вида и марки кофе зависит от его цены, немаловажными являются также простота и быстрота приготовления напитка. Обосновывается, что социальное значение кофе проявляется больше на индивидуально-личностном уровне: люди пьют ароматный напиток для того, чтобы получить удовольствие от ощущения его вкуса. При этом нельзя отрицать значимость кофейной церемонии и приверженность традиции. В то же время пристрастие к кофе молодого поколения во многом можно объяснить влиянием на него семейных практик потребления этого напитка и теплыми воспоминаниями о том, как в детстве приятно пахло кофе.

Ключевые слова:

практики потребления кофе, образ жизни, жизненные смыслы, совместное общение, кофе и социализация, семейные традиции, факторы выбора кофе, индивидуально-личностный смысл кофе в образе жизни населения региона.

Vasilenko Inna Viktorovna

D.Phil., Professor,
Department of Sociology,
Volgograd State University

Tkachenko Olga Viktorovna

D.Phil. in Social Science,
Associate Professor,
Department of Medical and Social Technology with
a Course of Pedagogy and Educational Technologies
of Supplementary Vocational Education,
Volgograd State Medical University

COFFEE CONSUMPTION PRACTICES AND LIFESTYLE (BASED ON A SURVEY OF RESIDENTS OF THE VOLGOGRAD REGION)

Summary:

The research presents the results of quantitative (formalized interview) and qualitative (in-depth interview) studies of daily practices of coffee consumption by Russians. Considering beverages as a component of nutrition is an important source of information about the socio-cultural specifics of various countries, their regions and cities. The formation of traditions in the field of beverage consumption is associated with the lifestyle of the population and its dynamics, with the processes of creating social meanings of this consumption by respondents. The authors focused on the importance of coffee consumption in various spheres of life of the regional population of Russia. It is noted that, as a rule, people prefer to drink coffee at home in the morning and in the afternoon being at work in order to increase their energy levels and working capacity. The choice of type and brand of coffee depends on the price, as well as the simplicity and speed of preparation. It is proved that social significance of coffee manifests itself more at the individual-personal level. Therefore, people drink a fragrant drink in order to enjoy the sensation of its taste, although the importance of the coffee ceremony and the commitment to tradition cannot be denied. At the same time, the young generation's addiction to coffee can be largely explained by the influence of family practices on the consumption of this drink and warm memories of a pleasant coffee smell from their childhood.

Keywords:

coffee consumption practices, lifestyle, life meanings, joint communication, coffee and socialization, family traditions, factors of coffee choice, individual and personal meaning of coffee in the lifestyle of the population of the region.

Питание является одним из основных видов деятельности человека, удовлетворяющих его базовые потребности. Кроме того, сама его организация, способы приготовления блюд, напитков отражают культуру народа, его традиции, обычаи. В целом процесс принятия пищи и питья имеет гораздо большее значение для человека, нежели просто утоление физиологического голода или

жажды. Питание оказывает непосредственное влияние на социокультурную среду, включаясь в нее и постепенно преобразовывая, формируя привычки и образ жизни людей. При этом образ жизни – это одна из социологических категорий, которая включает в себя совокупность типичных видов жизнедеятельности индивидов, социальных групп, региональных сообществ, общества в целом и исследуется в единстве с условиями жизни, влияющими на нее [1, с. 327]. Почему для исследования нами была выбрана именно категория образа жизни? Она дает возможность комплексно изучить влияние процесса потребления на основные сферы жизнедеятельности людей: труд, семью, социальные отношения, культуру, а также определить основные варианты их пищевого поведения. В данной статье нам хотелось сосредоточить свое внимание на практиках потребления кофе и их воздействии на образ жизни жителей одного из регионов современной России – Волгограда и Волгоградской области.

При этом выбор объекта исследования – процесса потребления кофе – был сделан случайно. Во-первых, напитки вообще всегда играли важнейшую роль в развитии общества, в формировании образа жизни основных категорий населения [2]. Во-вторых, кофе имеет специфическую историю возникновения и потребления в России, что вызывает закономерный к нему интерес [3]. В-третьих, процесс потребления кофе имеет большое социальное значение, так как формирует определенные ценности общения, организует коммуникацию, наполненную жизненными смыслами, вносит ориентиры в социализацию, в построение ситуаций жизненного пути, качества и стиля жизни, изменяет распорядок дня, способствует активности в организации деятельности и досуга [4]. Эти аргументы подтверждаются теоретическими исследованиями значимости питания и напитков в социокультурной жизни людей.

О роли процесса питания в социализации человека писал Г. Зиммель. Он характеризовал значение совместного употребления еды и напитков как первостепенное для организации эффективного социального взаимодействия, имеющего «надличностное значение» [5, с. 188–189]. Действительно, во время потребления пищи, напитков субъекты ситуации включены в процесс обмена и усвоения норм и правил питания, поведения, они ощущают сопричастность к коллективному чувству эстетического удовольствия. Взаимодействие, опосредованное употреблением кофе, способствует постепенному превращению человека из автоматически насыщающегося в того, для которого процесс питания – это церемония, приобщающая его к ценностям своей и иной культуры. Закрепляется это взаимодействие не фактом сиюминутной коммуникации, а «временной регулярностью» принятия пищи и напитков, «иерархией трапезы», которая предполагает определенную последовательность приготовления и употребления еды и напитков [8]. Данная мысль особенно актуальна для кофе, так как традиционное его приготовление требует времени и точности.

В акте питья кофе можно увидеть наличие особого смысла, который является результатом и ядром образования новых сообществ посредством доминирования той или иной модели потребления [6, р. 89–164]. Кофе в этом смысле является средством конструирования и поддержания социальных отношений, построения коммуникаций. Так, М. Дуглас и Б. Ишервуд отмечают, что товары (в нашем случае – кофе) являются ритуальными реквизитами, а их потребление становится определенной церемонией, главной функцией которой является придание смысла потоку событий. Потребитель в соответствии с этими смыслами конструирует свою социальную жизнь [7]. К примеру, употребление кофе может происходить на индивидуальном, личностном или социальном уровне, и тогда этот напиток выступает инструментом погружения в себя, поводом встретиться с другом или способом стать «своим» в новом коллективе.

Следовательно, в существующих практиках питания не только сохраняются традиции народа, но и реализуется процесс обогащения социокультурных отношений между разными цивилизациями за счет новых продуктов питания, напитков, рецептов приготовления блюд, заимствованных в ходе конструирования этих отношений. Так, в России в перечень распространенных среди населения продуктов питания и напитков в разные эпохи включались и те, которые были обогащены традиционно-церемониальным смыслом Востока и Запада; практики их употребления перемешивались, создавали свое неповторимое сочетание, трансформировали ритуалы потребления [8]. Итогом становился совершенно новый продукт, претендовавший на исключительность ввиду аккумуляции в себе традиций разных этносов.

Перемены в социально-экономической жизни, например, развитие капиталистических отношений, приводили к существенным трансформациям в питании населения, которые выражались в расширении состава пищи в связи с введением в культуру питания новых сельскохозяйственных культур и распространением привозимых извне продуктов. Характер процессов изменения социально-экономической среды сказывался на социуме и культуре, изменяя рацион питания широких слоев населения либо в сторону разнообразия и богатства, либо в сторону его оскудения.

Целью статьи является исследование влияния практик потребления кофе на изменение образа жизни населения на индивидуальном и социальном уровнях современного российского регионального сообщества.

Вместе с тем для того, чтобы говорить о развитии кофейной культуры, проникновении ее в социокультурную среду России и влиянии на социальные отношения, необходимо исследовать специфику ее распространения по территории России, тенденции формирования кофейных традиций в повседневных практиках региональных жителей, выявить социальное значение этой культуры в регионах России. Для исследования был выбран Волгоградский регион (Волгоград и Волгоградская область), поскольку он является достаточно развитым федеральным образованием, а непосредственно Волгоград – крупным, но удаленным от центра страны городом. Регион выступил базой для изучения практик употребления кофе: было проведено социологическое исследование, выполненное с использованием количественных (формализованное интервью) и качественных (глубинное интервью) методов.

Методологическая схема исследования

Методологическая схема исследования повседневных практик потребления кофе в одном из регионов России (Волгоград и Волгоградская область) включала следующие элементы.

1. Определение распространенности практик употребления кофе среди граждан, проживающих на выбранной территории, и их отношения к этому напитку. Данное направление исследования позволило установить факт проникновения в сознание населения образа кофе как продукта, на употребление которого формируется определенная установка в соответствии с качеством напитка (находящегося в прямой зависимости от его стоимости), традициями его употребления, личными предпочтениями, образом жизни. Кроме того, установлена степень пристрастия к кофе у опрошенных граждан, на основе ответов которых фиксируется укоренение практик потребления кофе в образе жизни россиян и определяется потенциал влияния этих практик на модели потребления и социальные отношения людей.

2. Установление предпочитаемых видов и марок кофе. Разнообразие вкусов кофе определяется различной степенью обжарки, особенностями подготовки кофейных зерен к обработке, фракцией помола и т. д. Все это находит отражение во множестве видов кофе. Выбор индивидом одной или нескольких предпочитаемых марок можно расценивать как свидетельство уровня его благосостояния, желание следовать сложившейся традиции употребления напитка, выражение потребительских предпочтений населения региона, а также как демонстрацию факта сформировавшейся культуры потребления кофе. Немаловажное значение имеют и критерии выбора продукта. Выявление таких критериев открывает доступ к информации о вкусах, индивидуальной реакции организма на употребление кофе, жизненных ценностях и целях респондентов.

3. Определение места кофе в жизни субъекта, что отражает содержательно-культурную сторону практик его употребления, включенность кофе в жизненные ситуации и его влияние на моделирование этих ситуаций. Значение кофе в жизни человека трудно переоценить: напиток оказывает выраженное влияние на коммуникативную сферу субъекта его потребления, в частности на построение им ситуаций общения со своим ближайшим окружением и прочими контактами. Следует отметить универсальность кофе как напитка общения ввиду его проникновения во все сферы жизнедеятельности респондентов.

4. Характеристика объема выпиваемого кофе респондентом. Данное направление исследования позволяет установить частотность и количество употребления напитка гражданами, устойчивость их пристрастий, регулярность и закреплённость практик его питья в образе жизни россиян.

5. Определение режима употребления кофе членами семьи респондента. Совпадение существующих практик питья кофе родственниками косвенно свидетельствует о влиянии ближайшего круга индивидов на потребительские практики населения в отношении кофе, что позволяет дифференцировать характер его употребления (инновационный или традиционный), показать особенности совместного употребления кофе, являющегося центром интеграции семейных отношений и формирования образа жизни.

Данная методологическая модель отражает систему анализа повседневных практик потребления кофе, характеризующих социокультурную ситуацию в стране, содержание ее основных аспектов, касающихся воздействия на образ жизни жителей России.

Описание исследования

Для выявления специфики современных практик потребления кофе у жителей города Волгограда и Волгоградской области, а также отражения этих практик в образе жизни граждан в сентябре 2018 года было проведено количественное эмпирическое социологическое исследование. Опрос был выполнен при помощи метода формализованного интервью. Полученные данные обрабатывались с использованием пакета прикладных программ SPSS Statistics 21.

Объектом исследования стали жители 6 районов города Волгограда, а именно: Тракторозаводского, Краснооктябрьского, Центрального, Дзержинского, Советского и Красноармейского (N = 400), и 3 районов Волгоградской области: Камышинского, Фроловского и Михайловского (N = 300). Всего в выборку вошло 700 человек, из них мужчин – 43 %, женщин – 57 %. Выборка была стратифицирована по районам города и области. Административные районы разделены по признаку типичности на промышленные, центральные, сервисные. В Волгоградской области – по признаку населенности и хозяйственной развитости: были выбраны самые населенные и развитые в промышленном отношении территории, поскольку жители многочисленных и экономически развитых районов более склонны употреблять кофе. Объем выборки по каждой страте определялся пропорционально ее размеру в генеральной совокупности. Далее в каждом районе случайным образом устанавливалось домохозяйство, в котором в соответствии с квотой осуществлялся отбор респондентов.

Информанты, вошедшие в выборку, являлись представителями разных видов и уровней профессиональной деятельности: 11,7 % опрошенных составили руководители и предприниматели; 28,3 % – специалисты, 13,3 % – служащие, 9,2 % – рабочие. Кроме того, в круг респондентов были включены учащиеся – 8,3 %, неработающие пенсионеры – 18,3 %, домохозяйки и безработные – соответственно 6,7 % и 4,2 %. Разнообразие выборки в возрастном, гендерном, профессиональном отношении позволило получить для исследования мнение представителей различных категорий населения по заданным проблемным вопросам.

Кроме того, в целях получения развернутой, комплексной картины практик потребления кофе в исследуемом регионе и установления специфики их связи с образом жизни респондентов было проведено качественное исследование, реализованное методом глубинного интервью с 20 информантами разного пола и возраста.

Место кофе в образе жизни населения российского региона

Подавляющее большинство опрошенных респондентов относятся к так называемым «любителям кофе» (77,5 %). В основном респонденты употребляют данный напиток утром, на завтрак (74,2 %). Популярность его одинакова у всех людей, принявших участие в опросе, независимо от их гендерной, половозрастной или профессиональной принадлежности. Его любят употреблять примерно в той же степени, что и чай, однако кофе все же привлекает рядом своих специфических свойств – насыщенным вкусом, специфическим ароматом, выраженным бодрящим эффектом, и присвоенных ему социальных смыслов – атрибута здорового образа жизни, традиции, привычки.

Ежедневное употребление кофе как напитка, который имеет приятный вкус, придает бодрость и дарит ощущение прилива жизненных сил, формирует определенный образ жизни.

Во-первых, современный ритм человеческой жизни, часто с ранним пробуждением и поздним отходом ко сну, требует поддержания организма в тонусе большую часть суток, что в большей степени и обеспечивает употребление кофе: *«Мне нравится кофе, в свое время я пил его очень часто, по пять-шесть раз в день, потому что он, особенно когда не выспишься, бодрит»* (мужчина, 26 лет).

Во-вторых, информантами признается, что наибольшая польза от кофе ощущается именно в утренние часы, когда после сна человек нуждается в быстром восстановлении работоспособности. Кроме того, согласно представлениям респондентов о здоровом образе жизни, пить кофе лучше именно с утра и не так часто и много: *«Я без кофе жить не могу, но пью кофе только по утрам, во второй половине дня уже не пью кофе»* (женщина, 54 года).

В-третьих, со временем утреннее употребление кофе входит в привычку и уже является частью необходимого для психологического комфорта индивида ритуала: *«Я не могу себе представить начало дня без чашки кофе, это уже традиция. Вот такое место он в моей жизни и занимает, то есть достаточно важен он для меня»* (женщина, 54 года); *«Ну он для меня важен, может быть, место занимает не самое первое, но по утрам очень его люблю пить, вошло уже в привычку это»* (мужчина, 64 года).

В-четвертых, для ряда информантов жизнь немислима без кофе в силу специфических индивидуальных физических особенностей, которые затрудняют выполнение обычных видов деятельности без их нивелирования. В частности, это касается пониженного артериального давления. Кофе воспринимается как своеобразное лекарство, которое его повышает: *«Кофе – это напиток, который я пью для повышения своего артериального давления. Это некий энергетик такой для меня»* (женщина, 24 года); *«Он обладает таким свойством, как повышение артериального давления, поэтому я могу его выпить, когда у меня проблемы со здоровьем, когда давление сильно упадет»* (женщина, 35 год).

И, наконец, в-пятых, потребление кофе в ряде случаев становится следствием семейной традиции. Многие респонденты вспоминают, как их родители пили кофе и любили это делать, что и заложило основы для формирования у наших информантов соответствующего желания

сохранить в своей жизни ритуал употребления данного напитка на основе подражания. Утренний кофе для многих семей – это способ сплочения, создания совместных, эмоционально окрашенных отношений: *«Мне нравится его вкус, это все с детства идет, кофе всегда пили в нашей семье, поэтому я тоже его люблю»* (женщина, 30 лет); *«Помню этот особый запах с детства, просыпаюсь, а мама кофе варит»* (мужчина, 35 лет).

Таким образом, можно сказать, что употребление кофе современными членами общества осуществляется на регулярной основе и обусловлено рядом психологических и физических причин, что становится основой для формирования особой культуры потребления кофе в нашей стране.

Интересную информацию дает нам исследование пристрастий респондентов к определенным видам кофейной продукции. Растворимый кофе предпочитают более половины опрошенных (52,5 % респондентов). Четверть информантов выбирают либо молотый кофе (15,0 %), либо зерновой – 10,0 %. 22,5 % информантов либо вообще не употребляют кофе, либо пьют его редко. Такое ранжирование респондентов по их предпочтениям объясняется тем, что растворимый кофе стоит дешевле, а значит, он доступнее для людей с невысоким доходом. Те же, кто может себе позволить потратить больше денег на покупку кофе, выбирают молотый и зерновой кофе, которые имеют более насыщенный и натуральный вкус. Кроме того, немаловажную роль играет и то, что, используя растворимый или молотый кофе, можно быстрее приготовить чашку ароматного напитка. Информанты, которые любят растворимый кофе, говорят о том, что *«его не надо заваривать, просто залил и все»* (женщина, 30 лет), *«удобно, залил в кружку кипятка, насыпал кофе и все»* (мужчина, 30 лет). Респонденты, которые предпочитают молотый кофе, отмечают, что *«у него более натуральный вкус, чем, к примеру, у растворимого или кофе в пакетиках»* (женщина, 24 года). Выбор в пользу растворимого или молотого кофе также осуществляется еще и по той причине, что для заваривания зернового кофе нужно использовать специальные приспособления или особые бытовые приборы (кофеварка, турка, кофемашина): *«У меня просто нет кофемашины, чтобы варить кофе, варка его в турке занимает очень много времени, которого по утрам обычно не бывает»* (женщина, 22 года). *«Кофе в зернах требует особого приготовления, его надо заваривать в специальной турке, насколько я знаю»* (женщина, 47 лет).

Таким образом, предпочтение информантами какого-то определенного вида кофе обусловлено включенностью процесса его потребления в повседневную жизнь респондентов, что свидетельствует о развитии кофейной культуры среди широких масс населения. При этом для одних респондентов определяющим при выборе вида потребляемого напитка является быстрота, удобство и простота его приготовления, для других – натуральный вкус и качество кофе, для третьих – возможность соблюсти ритуал в виде процесса варки и неспешного употребления ароматного напитка. Преобладание среди респондентов любителей растворимого кофе легко объяснить существованием большинства из них в режиме нонстоп: современный образ жизни характеризуется постоянной нехваткой времени, люди вынуждены спешить и все делать «на бегу».

Особенности жизнедеятельности жителей Волгоградского региона сказались и на отношении их к маркам кофе. В нашем исследовании оказалось очень трудным выделить устойчивые предпочтения марок кофе среди респондентов. Более четверти опрошенных отметили важность вида кофе, а не его марки. Мнения остальных респондентов дифференцированно распределились между пятью наиболее предпочитаемыми торговыми марками кофе: Nescafe Classic (15 % респондентов); Жокей (9,0 %); Жардин и Carte Noire (по 6,0 %), MacCoffee (5,6 %).

Как уже было сказано, исследование показало, что респонденты чаще всего пьют кофе по утрам (по разным причинам) дома, а некоторые – еще и на работе. Это означает, что какая-то часть респондентов балует себя этим напитком один раз в день, а какая-то – больше. Исследование частоты употребления кофе позволило получить более конкретные данные. По результатам опроса выяснилось, что 20,0 % респондентов пьют кофе 1 раз в день и столько же – больше одного раза (чаще всего 2–3) в сутки, 27,5 % употребляют кофе 1–3 раза в неделю, 8,3 % – 1–3 раза в месяц. Остальные респонденты пьют данный напиток реже или вообще не пьют (22,5 %). При этом в своих комментариях опрошенные указывают, что кофе для них не является средством, способствующим выстраиванию социальных отношений. Чаще всего его употребление происходит в домашней обстановке или во время обеденного или какого-то иного перерыва на работе, второпях и преследует цель быстрого восстановления сил, а не создания условий для общения. Чаще объединяющим напитком для людей исследуемого региона становится алкоголь (пиво, вино, водка).

Объемы употребления кофе респондентами напрямую зависят от принятой в их семьях практики. По результатам исследования выяснилось, что в 22,5 % семей кофе покупают очень часто, в 39,2 % – часто, в 27,5 % – редко. 9,2 % информантов отметили, что в их доме данный напиток не принято пить вообще. Социальная природа процесса потребления кофе позволяет

предположить, что семья как благодатная среда для поддержания многолетних традиций оказывает решающее влияние на отношение респондентов к кофе и установление в их жизни определенных практик его потребления.

Для проверки гипотезы о влиянии семейных традиций потребления на роль кофе в повседневной жизни респондентов была построена кросс-таблица сопряженности переменных «Наличие практики употребления кофе» и «Частота употребления кофе» касательно волгоградской семьи. Оказалось, что наблюдается прямая зависимость между особенностями потребления кофейной продукции членами семьи респондентов и самими опрошенными (см. табл. 1).

Результаты показывают, что если в семье существует традиция употреблять кофе «очень часто» и «часто», то и значительная часть респондентов из этих семей часто пьет данный напиток. Чем реже употребляют кофе домохозяйцы участников опроса, тем меньшая доля выросших в таких семьях приобщается к кофейным практикам.

Таблица 1 – Зависимость факта употребления кофе респондентами от частоты его питья другими членами семьи, %

Факт потребления кофе	Частота употребления кофе членами семьи				Итого
	очень часто	часто	редко	не употребляю	
Да	32,4	50,0	11,8	5,9	100,0
Нет	6,3	18,8	43,8	31,3	100,0
Итого	24,0	40,0	22,0	14,0	100,0

Таким образом, повседневные практики потребления кофейной продукции в регионе имеют следующие характеристики:

- большинство опрошенных являются «любителями», которым нравится кофе, но в особенностях его потребления они не разбираются и не собираются разбираться;
- определяющими характеристиками для выбора кофе являются его вкус и способность бодрить, давать энергию;
- предпочтение отдается растворимому или молотому кофе, поскольку их готовить быстрее и проще, а растворимый еще и дешевле;
- кофе присутствует в образе жизни большинства респондентов и пьется ими чаще всего утром дома и на работе в перерывы, при этом объем потребления напитка составляет в среднем одну чашечку на каждый прием;
- кофе редко употребляется в кругу друзей и не является средством сплочения людей в исследуемом регионе; скорее он сопровождает прием пищи или является самостоятельным объектом потребления в целях быстрого восстановления сил;
- прослеживается влияние семейных традиций потребления кофе на приобщение респондентов к кофейным практикам;
- социальный смысл потребления кофе населением Волгоградского региона чаще имеет индивидуальный и личностный характер, проявляющийся в получении удовольствия от напитка, поддержании здорового образа жизни и стремлении к повышению своей трудоспособности. Однако употребление кофе играет значимую роль и в социализации индивидов, поскольку часто становится частью семейной традиции, которая поддерживается новым поколением.

Ссылки:

1. Российская социологическая энциклопедия / под общ. ред. Г.В. Осипова. М., 1999. 672 с.
2. Похлебкин В.В. Чай и водка в истории России [Электронный ресурс] // Книги онлайн. URL: <https://online-knigi.com/page/223058> (дата обращения: 16.05.2020).
3. Как кофе появился в России [Электронный ресурс] // Как варить кофе. Как варить кофе в турке, в кофеварке, рецепты кофе. Все о кофе и прочих радостях жизни. URL: <http://vashkofemem.ru/kak-kofe-poyavilsya-v-rossii.html> (дата обращения: 21.05.2020) ; Повседневные практики питания жителей Санкт-Петербурга и Ленинградской области / Е.Ю. Ганскау [и др.] // Журнал социологии и социальной антропологии. 2014. № 1. С. 41–59 ; Сюткина О., Сюткин П. Непридуманная история русской кухни. М., 2013. 460 с.
4. Григулевич Н.И. Питание как важнейший механизм этноэкологической адаптации // Традиционная пища как выражение этнического самосознания / под ред. С.А. Арутюнова и Т.А. Ворониной. М., 2001. С. 147–194 ; Шмелева М.Н. Традиции и народное питание русских // Русские народные традиции и современность. М., 1995. С. 235–258.
5. Зиммель Г. Социология трапезы // Социология, теория, маркетинг. 2010. № 4. С. 187–192.
6. Boorstin D.J. Consumption Communities // The Americans: the Democratic Experience. N.Y., 1974. P. 89–164.
7. Douglas V., Isherwood B. The World of Goods. Towards an Anthropology of Consumption. L., 1979. P. 213–238.
8. Похлебкин В.В. Указ. соч.

Редактор: Ситникова Ольга Валериевна
Переводчик: Кочетова Дарья Андреевна