Елена Александровна Селина

Московский государственный институт культуры

9265857758@mail.ru

**Food-журналистика как популяризатор культурного наследия**

Рассматривается культуроформирующая функция журналистики в контексте food studies. Ставится проблема изучения, сохранения и пропаганды культурного наследия с помощью репрезентации гастрономического контента в СМИ. Предлагается концепция телевизионного проекта, нацеленного на популяризацию культурного наследия народов России средствами food-журналистики.

Ключевые слова: журналистика, еда как культурный феномен, культурный код, традиции, социум.

В мировом общественно-гуманитарном познании сложилось направление исследований еды в качестве культурного феномена – food studies. Эта междисциплинарная область сосредоточена на анализе вопросов питания в контекстах науки, искусства, истории, общества. Пищевые продукты с таких позиций выступают как символические маркеры идентичности [3: 5].

Р. Барт в работе «К психосоциологии современного питания» подчеркивал, что еда «это не просто продукты питания, которые нужно исследовать с точки зрения диетологии, это также система коммуникации – образы, обычаи, ситуации и поступки» [1: 200]. М. А. Беллон отмечает, что в современных концепциях культуры продукты питания могут рассматриваться как определенные знаки (предметные или языковые), заключающие в себе культурные смыслы [2: 60]. Предметным знаком выступает сам продукт как элемент ритуала, традиции или иного символического действия. Пища при этом служит индикатором принадлежности к конкретной культурной общности, подчеркивает национальный характер народа. Языковые знаки заключены в названиях блюд, нередко отсылающих к культурной памяти. Расшифровка знаков, декодирование их скрытого смысла предполагает понимание глубинной сущности культурного явления.

Важную роль в раскрытии смыслов культурных явлений для самой широкой аудитории играют СМИ. Эта деятельность является одной из форм реализации культуроформирующей функции журналистики, которую теоретики относят к институтам культуры [4: 22]. Гастрономический контент заслуживает серьезного внимания в данном контексте, поскольку он обладает хорошим потенциалом в плане популяризации культурного наследия. Food-журналистика способна не только ориентировать аудиторию в сторону рационального питания для удовлетворения витальных потребностей, но и раскрывать многообразие гастрономических культур, тем самым участвуя в формировании культурной картины мира.

СМИ сегодня активно обращаются к гастрономической теме, освещая различные модели питания, повседневные пищевые привычки и кулинарные традиции. Вместе с тем контент-анализ российских телевизионных программ гастрономической тематики за период 2013–2023 гг. показал низкий процент программ, рассматривающих еду в ракурсе культуры. Связь кулинарных блюд с культурой социума прослеживается в телевизионных шоу о путешествиях, так или иначе затрагивающих гастрономическую тематику (7,8%), а также в телепередачах, включающих кулинарно-исторический экскурс, то есть рассказывающих о возникновении блюд и зарождении связанных с ними традиций (3,9 %).

Представляется возможным в целях популяризации культурного наследия России создать кулинарную телепередачу нового формата, в котором культурно-ценностные универсалии актуализируются через обращение к феномену еды как элементу культурной памяти социума. Приведем общие концептуальные положения предлагаемого телевизионного проекта. В качестве локаций будут задействованы различные объекты культурного наследия народов России, в частности – усадьбы русских писателей. При подготовке каждого выпуска передачи необходимо исследовать биографии владельцев усадьбы, включая их гастрономические предпочтения. Еда должна рассматриваться в историческом ракурсе с акцентом на ее месте в культуре повседневности. Для привлечения внимания аудитории в программу войдут кулинарные мастер-классы по приготовлению одного из блюд, упоминавшихся в выпуске.

Журналистское обращение к гастрономической теме может способствовать поддержанию народных традиций, что является важнейшим условием сохранения культурного наследия страны.

Литература

1. Барт Р. К психосоциологии современного питания. М., 2003.

2. Беллон М. А. Культура питания: особенности ценностных смыслов // Вестник Санкт-Петербургского гос. ин-та культуры. 2018. № 2 (35). С. 59–64.

3. Капкан М. В. Феномен гастрономический культуры: специфика форм репрезентации (на примере России XIX–XX веков): автореф. дисс. … канд. культурологии. Екатеринбург, 2010.

4. Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики. 3-е изд., испр. и доп. М., 2011.