

## **«FASTFOOD» ТА ЙОГО ЗВ'ЯЗОК ІЗ ДЕЯКИМИ АСПЕКТАМИ СУСПІЛЬНОГО ЖИТТЯ**

**Ніколенко Вадим Вікторович** – кандидат соціологічних наук, доцент кафедри соціології Дніпропетровського національного університету імені Олеся Гончара

*У статті висвітлюються питання щодо зв'язку гастрономії із соціокультурними характеристиками сприйняття часової перспективи. Робиться висновок, що поява фастфуду є органічним продовженням процесів раціоналізації суспільного життя. Саме в контексті таких процесів стихія Хроноса сприймається масовою свідомістю як вкрай дефіцитний ресурс, що впливає на всі сфери організації життя суспільства, в тому числі й гастрономічну. Це, в свою чергу, призводить до трансформації кулінарії та практик харчування. Наголошується, що фастфуд як певна форма прояву практик швидкого харчування не є безальтернативним вибором, яке суспільство вимушене робити за підвищення в ньому показників рівня та якості життя. В будь-якому випадку, така форма споживання їжі може стати як ще одним доповненням до урізноманітнення гастрономічного антуражу суспільного буття, так й дієюю мембраною поширення модернізаційних ідеалів західного світу. На разі харчові практики під брендом «золотої арки» значно розширюють гастрономічний радіус ойкумени масової людини (космополіта) безвідносно до його національної приналежності, що є красномовним символом глобальних інтеграційних ініціатив планетарного характеру.*

**Ключові слова:** гастрономія, образ життя, глобалізація, якість життя, фастфуд, часова перспектива.

*В статье освещаются вопросы, которые раскрывают связь гастрономии с социокультурными характеристиками восприятия временной перспективы. Сделан вывод, что появление фастфуда является органическим продолжением процессов рационализации общественной жизни. Именно в контексте таких процессов стихия Хроноса воспринимается массовым сознанием как исключительно дефицитный ресурс, который влияет на все сферы организации жизни общества, в том числе и гастрономическую. Это, в свою очередь, приводит к трансформации кулинарии и практик питания. Делается акцент, что фастфуд как определенная форма проявления практик быстрого питания не является безальтернативным выбором, который общество вынуждено платить за повышение в нем показателей уровня и качества жизни. В любом случае, такая форма питания может, с одной стороны, внести еще большее разнообразие в гастрономический антураж общественной жизни, а с другой, - стать действенной мембраной расширения модернизационных идеалов западного мира. На современном этапе практики питания под брендом «золотой арки» значительно расширяют гастрономический радиус ойкумены массового человека (космополита) безотносительно к его национальной принадлежности, что является красноречивым символом глобальных интеграционных инициатив планетарного характера.*

**Ключевые слова:** гастрономия, образ жизни, глобализация, качество жизни, фастфуд, временная перспектива.

*The article highlights the link between gastronomy and socio-cultural characteristics of perception of temporal perspective. It is concluded that the appearance of fast food is a natural continuation of the process of rationalization of social life. In the context of such processes the Cronus elements are perceived by public consciousness as a scarce resource that affects all spheres of society, including gastronomic. This eventually leads to transformations in cooking and eating practices. It is noted that fast food consumption as a practice is not non-alternative choices that society is forced to do by increasing the indicators of life level and quality of life. This way of eating can become as yet another addition to the gastronomic diversity entourage social life, and so efficient membrane spreading modernization ideals of the Western world. In the case of food practices under the brand "golden arches" do significantly expand the gastronomic radius of ecumene of an average person (cosmopolitan), regardless his nationality, and is an eloquent symbol of global integration initiatives of global level.*

**Key words:** gastronomy, lifestyle, globalization, quality of life, fast food, temporal perspective.

Гастрономічний вимір суспільного життя все більше привертає до себе увагу представників різних наук. Виявляється, що в такому контексті (через гастрономічне) можна прямо чи опосередковано розкривати секрети кожного суспільства, особливості масової свідомості, актуальної культури тощо. На нашу думку, гастрономію доцільно тлумачити як різновид певного знання, представники якого промовисто фіксують наявні зв'язки між практиками харчування різноманітних соціальних груп та загальним суспільним контекстом, в якому вони розгортаються. Такі зв'язки є доволі евристичним інформаційним матеріалом, який свідчить про прикметні характеристики повсякденного життя, що репрезентують певні соціальні зміни. На нашу думку, такі зв'язки можна більш рельєфно виокремлювати за допомогою використання концепту гастрономічної культури. В цілому, визначення гастрономічної культури, з одного боку, може деталізуватись через мистецтво режисування самою трапезою, відповідні кулінарні/харчові практики, продовольчі переваги та наявні харчові обмеження в життєдіяльності окремих соціальних спільнот, а, з іншого – через виокремлення закономірностей між присутністю певних страв на столі, кухонною атрибутикою, її розмаїттям, моделями поведінки за столом, вибором відповідних закладів харчування та повсякденними або урочистими культурними подіями, суспільними процесами, відносинами тощо.

Питання діагностики суспільного життя через концепт «гастрономічна культура» у вітчизняній соціологічній літературі піднімаються доволі спорадично, все ще спостерігається відсутність систематичного інтересу до комплексного вивчення гастрономічної проблематики в суспільному житті. В цьому контексті варто зауважити лише на роботах В.Бурлачука, Ю. Винничука, В. Панченка, І. Набруска, В. Коротича. З огляду на це, **мета цієї статті** – зафіксувати деякі закономірності між гастрономією (гастрономічною культурою) та деякими соціокультурними характеристиками сприйняття часової перспективи в різних цивілізаційних/культурних контекстах.

Доцільно зауважити, що історичною точкою відліку в нашому дослідженні буде початок Нового часу. Тож, після епохи Середньовіччя, на авансцену суспільного життя європейського суспільства почали все більше виходити й закріплюватися нові «культурні герої», що зрештою докорінним чином змінили «соціальне обличчя» великої частини земної кулі. Мова йде про появу та поширення в повсякденних господарських практиках представників суспільства старого ладу, насамперед, систематичності, методичності, раціоналізації, індивідуалізації тощо. Як наслідок, у вирі інших метаморфоз створилось родюча соціокультурна основа для виникнення капіталістичних відносин. Зважаючи на це, неабиякого значення набуває цінність часу. «Звичайного» часу, ставлення до якого, можливо, й досі залишається найсуттєвішою культурною відмінністю в різних цивілізаціях. Після цього, в окремих індустріальних суспільствах, де набула розвитку досяжницька мотивація, а часова перспектива сприймалась масовою свідомістю як вкрай дефіцитний ресурс, можна фіксувати процеси виникнення та стрімкого поширення структур «швидкого харчування». На своїй батьківщині, у США, вони були органічним додатком до американської автомобільної цивілізації, за допомогою якої американці прагнули (перш за все у професійних цілях) мінімізувати нерациональне використання бюджету свого часу. До речі, сам автомобіль у процесах зростаючої індустріалізації суспільства сприймався американськими промисловцями як пристрій для економії стихії Хроноса. Хоча перші фордівські моделі автомобіля вважалися «звеселяючим екіпажем» та предметом розкоші, згодом вони стали одним із промовистих символів американського способу життя. При цьому автомобіль поставав не тільки як гарант економії часу, але й як потужний провідник культури індивідуалізму. Американський історик Л. Зігельбаум наголошує на тому, що скрізь, де з'являвся автомобіль, особистість ставала все менш залежною від держави. З огляду на це, зазначимо, що доки в Радянському Союзі автомобіль був розкішшю, імперія була міцною та непохитною [5, с. 178].

Специфічне сприйняття цінності часу, неоднакове ставлення до нього на Заході та Сході красномовно фіксується багатьма відомими постатями минулого. На цьому тлі доволі симптоматичними є спогади князя М. Голіцина, які свідчать про сприйняття часової перспективи в різних культурах на зламі XIX–XX ст. Згадуючи своє життя в дореволюційному суспільстві, князь пише про артефакти власного повсякденного побуту, в тому числі про годинник, на якому хвилинна стрілка взагалі була відсутня. Такий годинник важко було уявити, припустимо, у кабінеті американського підприємця тієї доби. Більше того, на деяких сучасних хронографах американського виробництва можна побачити стрілки, які рахують навіть десяті частки секунди. У цьому вбачається справжній американський приклад ставлення до часової перспективи та розуміння її цінності. Тому цілком показовим стає факт появи саме в США, в країні з таким шанобливим ставленням до часу та пануючою досяжницькою мотивацією, авангардної для своєї епохи структури «швидкого харчування» (фастфуда).

Зважаючи на великий суспільний резонанс навколо цієї структури, який спостерігається навіть станом на сьогодні, вважаємо за доцільне розставити деякі смислові акценти. Автори теорій модернізації, які наголошують на привабливості західних ідеалів «золотого мільярда», намагаються представити

історію як процес еволюції суспільств «другого» та «третього» світів в орбіту західної цивілізації. Вважається, що найактивніше «лаковані» явища глобальної масової культури виробляються й поставляються на експорт саме Сполученими Штатами. Внаслідок цього з-поміж інших модернізаційних цінностей, не останнє місце посідає їжа по-американськи, точніше одна з форм її прояву – фастфуд. Як будь-яке резонансне явище, фастфуд є об'єктом жорсткої полеміки, де аргументи подекуди зумовлені не лише медичними, але й політичними та ідеологічними міркуваннями.

На нашу думку, будь-які крайнощі у стосунках між прихильниками американської їжі (фастфуда) та їхніми опонентами мають нівелюватися через «конструктивний набір золоті середини». Зазначимо, що активні прихильники глобалізації промовляють на кшталт: що добре для «Макдональдс», добре для людства в цілому (на зразок усім відомого твердження: що добре для «Дженерал моторс», добре для Америки), зауважуючи на місіонерській ролі «золотої арки». З іншого боку, їхні опоненти наголошують на шкідливості фастфуда для здоров'я людини, називаючи його «смітничковою їжею», сприймають фастфуд як загрозу, що може призвести до уніфікації смаку та соціокультурних, зокрема гастрономічних, особливостей окремих регіонів світу, які будуть позбавлені самобутніх національних відтінків [3].

Така риторика вже має доволі насичену історію. Зокрема, К. Давидова зазначає, що по закінченні Першої світової війни Сполучені Штати, зважаючи на своє географічне розташування та економічні інтереси, почали поставляти на експорт американські м'ясні консерви з відомою всім користувачам сучасного Інтернету назвою Spam. Примітним є те, що багато країн, що постраждали від військових дій, у яких вирувала продовольча криза, із задоволенням відгукнулися на нову харчову пропозицію [3]. Завдяки інтенсивному типу господарювання та домінуванню цінностей виробничої праці, помноженої на вільну конкуренцію багато країн вже всередині ХХ ст. ефективно вирішили продовольчу проблему. Їжа з категорії дефіцитного товару перетворилася на легкодоступний продукт, який сьогодні пропонується на полицях магазинів в широкому асортименті. Натомість процеси глобалізації, в тому числі, й через гастрономічне, а саме: «макдоналізацію», «кока-лізацію», тобто на рівні так би мовити шлунків, - продовжуються.

Прийнято вважати, як підкреслювалось вище, що такі процеси призводять до уніфікації смаків, хоча цілком можна поділити й думку прихильників глобальної системи харчування щодо зростаючого розмаїття страв та взаємозбагачення різних гастрономічних культур як наслідку інтеграційних ініціатив планетарного характеру. Якщо вважати, що поява «швидкого харчування» є не лише даниною моді, але й похідною все зростаючого темпоритму життя й поширення індивідуалістської культури, тобто поява фастфуду є об'єктивно зумовленим процесом, тоді навряд чи доречно говорити про цілковито штучну загрозу національним кухням з боку такої стандартизації гастрономічних звичок. На наш погляд, найактивніші візаві космополітизму в гастрономії мають розуміти, що глобалізація є невідворотним процесом. Тож, хочемо ми того чи ні «Макдональдс» ще довго залишатиметься бажаним чи небажаним гостем у багатьох країнах світу. У будь-якому випадку харчова промисловість як структура, що має гнучко реагувати на попит, буде приречена на повне фіаско, якщо стане нечутливою до потенційного вибору споживачів. Важко сказати про далеке майбутнє смакових уподобань, але в коротко- та середньостроковій часових перспективах, на нашу думку, не варто очікувати формування «єдиного смаку», створеного фастфудом. Така їжа смакує, якщо харчуватися нею інколи, в іншому випадку вона набридає. Сама фізіологія людського організму постійно змушує шукати різні відтінки смакової палітри, прагнути до розмаїття свого харчового раціону, звичайно, у визначених власною культурою межах. Фастфуд в Україні існує вже близько двадцяти років, утім однією з центральних страв українського столу все одно залишається борщ. Хоча, звісно, подекуди відбуваються й відхилення від «загального курсу». Натомість гамбургер та чізбургер – це не лише хліб, який ніколи не приїдається. Тому поява на гастрономічній мапі будь-якого регіону земної кулі ще одного ресторану «швидкої їжі» за наявності вибору з-поміж інших місць громадського харчування – явище цілком природне, до якого слід ставитися, скоріше, спокійно, аніж закликати до його повного виключення з повсякденного буття.

Звичайно, «Макдональдс» використовує можливі маніпулятивні важелі впливу, проте не більше й не менше, ніж деякі інші промислові гіганти. «Кожного дня сорок шість мільйонів людей харчуються в ресторанах цієї мережі, яка охопила більше ста двадцяти країн світу» [3]. Синонім фастфуда – «смітничкова їжа» – було вигадано самими американцями, доволі вагома частка яких вважає, що така їжа обманує шлунок, оскільки містить мінімум поживних речовин і максимум калорій [3]. Окрім того, часто-густо лунає думка, що зниження фізичної активності населення та «швидка їжа» призводять до стрімкого збільшення людей із зайвою вагою. Незважаючи на це, така їжа користується неабиякою популярністю. Відоме твердження, що можна ошукувати невелику кількість людей тривалий час, можна обманувати багато людей нетривалий час, але не можна вводити в оману всіх і постійно. Іншими словами, якщо б попит на таку їжу підтримувався лише штучно, поза реальними потребами споживачів, навряд чи «Макдональдс» був протягом тривалого часу однією з найуспішніших компаній світу.

Незважаючи на те, що опоненти фастфуда говорять про гастрономічну деградацію, «Макдональдс» продовжує крокувати світом, а його захисники знаходять нові аргументи «за». В їхньому арсеналі, окрім продовольчих, присутні майже місіонерські переконання. Зокрема, вони наводять вже згадуване нами вище правило «золотої арки», що було сформульовано американським публіцистом Т. Фрідманом, якого в цьому контексті можна вважати певною мірою послідовником І.Канта в його пошуках вічного миру [4]. Т. Фрідман вважає, що країни, в яких є «золоті арки», через культурну однорідність не будуть вести занадто активну ворожнечу одна з одною [3]. Виходить, що, чим більше ми знаємо про інших, тим менш агресивними є у власному ставленні до них. Як пише український дослідник О. Стражний, «соціологічні дослідження свідчать: у тієї людини, яка володіє не однією, а двома або декількома мовами, конфліктний потенціал нижчий» [8, с. 321]. За сучасних умов фастфуд стає для людей багатьох країн світу спільною «мовою їжі».

Ми не вдаватимемося до довгострокових прогнозів, тому що це безперспективно, а наголосимо лише на тому, що саме необхідно коригувати «тут і зараз». На нашу думку, варто вести дискусію здебільшого з приводу якості продуктів харчування, адже в гонитві за споживачем такі питання в найближчому майбутньому відіграватимуть не останню роль у боротьбі з конкурентами. У будь-якому випадку до негативних відгуків щодо «швидкої їжі» доцільно ставитися діалектично. Їх можна вважати як своєрідну данину за наявність інших суспільних чеснот, які виявилися похідними від домінування такої культурної традиції, яка дала світу фастфуд. Маємо на увазі ліберальну традицію суспільного життя із «серцевиною» у вигляді процесів раціоналізації та поширення культури досяжницької мотивації. Так, український соціолог Л. Малиш, посилаючись на емпіричні дані чотирьох етапів модуля «Соціальна нерівність» (1987, 1992, 1999, 2009) Міжнародної програми соціального дослідження (ISSP), доходить таких висновків: «Порівняльний аналіз сприйняття населенням різних країн нерівностей виявив наявність стійких... оцінок та настанов» [6, с. 119]. Далі вітчизняний фахівець говорить, що «першу (групу – прим. авт.) ...утворюють англомовні (країни - прим. авт.) Велика Британія, Австралія, США, Нова Зеландія, де успішність у житті опитані пов'язують передусім з амбітністю, наполегливою працею та освітою індивіда, оцінка гостроти нерівності в доходах у суспільстві є однією з найнижчих порівняно з іншими групами країн, а оцінка справедливості заробітку – найвищою» [6, с. 119]. Отже, деякі недоліки фастфуда, як одного з невід'ємних складників таких суспільних систем, повністю нівелюються високими стандартами життя та задоволеністю різними сторонами останньої.

Натомість у більш традиційних спільнотах, у яких не зміг глибоко вкоренитись дух підприємництва, а приватновласницька ініціатива є нерозвиненою, де панують колективні цінності в їхньому майже архаїчному вигляді, трапеза перетворюється на більш довготривалий, самодостатній процес, що передбачає не лише фізіологічне підживлення організму, але й можливість повноцінного відпочинку. Не можна цілком заперечувати, що така їжа і неквапливий процес харчування є більш корисними щодо їхнього ситуативного впливу на здоров'я людини; втім загальний рівень та якість життя в таких спільнотах є на порядок нижчими порівняно з суспільствами фастфуду. Виключенням із цього переліку є хіба що Франція, Італія та Японія, де процеси модернізації залишили неушкодженими гастрономічні культури цих країн.

Дійсно, протягом історії саме навколо обіднього столу, біля їжі людина почувалася найкомфортніше, тому намагалася в якомога більшому обсязі, у різноманітних формах прояву включати трапезу у власне дозвілля. Розуміння колективної трапези як задоволення й цікавого простору для розваг та спілкування (тобто як антиподу, повної протилежності фастфуду, де час на задоволення від їжі відсутній), походить ще з часів античності. Їжа, незважаючи на вітальні потреби, вже довгий час класифікується як одна з найвишуканіших насолод у житті людини. Невипадково представники європейського великосвітського суспільства (в основному добуржуазного періоду) в різні епохи сповна користувалися можливістю її отримання. Наприклад, дуже любив поїсти Людовик XIV, як свідчать про це історики французької кухні, і взагалі ненажерство, зазначають істориографи того часу, було притаманне усім Бурбонам [7, с. 308]. В цілому застілля того часу без перебільшення можна вважати фокусом повсякденного життя на тлі загальної соціокультурної константи, яка визначалася на зразок: ніхто нікуди не поспішає. Така концентрація уваги на їжі була зумовлена в низовому харчуванні тим, що цього вимагала звичайна фізіологія, а в куртуазному житті – пошуком нових задовольень та розрад. Як пише відомий український соціолог В.Бурлачук про харчову поведінку аристократії європейського суспільства старого ладу: «Настанови, що стосуються поведінки за столом, відігравали особливу роль. Їжа і напої ще посідали центральне місце в громадському житті; часто, хоча й не завжди, були тлом для бесіди і спільних розваг або служили початком їх» [1, с. 184]. Подекуди сама трапеза ставала окремою розвагою й задоволенням.

Тож, у реальному повсякденні аристократії їжа була основним тлом і простором для дозвілля й приємного спілкування, про що свідчать літературні документи, публіцистика. Приміром, наведемо

спогади князя М. Голіцина про звичайне життя бомонду дореволюційного періоду<sup>12</sup>. Він пише, що «розподіл дня... в сенсі прийняття їжі був таким: зранку по мірі вставання всі пили чай або кофе з калачами, булками тощо і з маслом кухликками... Нам, дітям, давали по одному або по два яйця; я, пригадується, і тоді не пив молока. О дванадцятій годині, а пізніше о дванадцятій з половиною, був сніданок, який складався із двох страв – одного м'ясного з гарніром і другого у вигляді риби або яєчні або омлету, якого-небудь сорту каші з маслом, пирога, млинців і т. ін. Годині о третій чи о четвертій пили чай, причому, якщо це був прийомний день, то чай подавали протягом усього прийому до п'ятої години... До чаю подавалися здобні кренделі, сухе печиво...» [2, с. 30].

Навколо столу з трапезою фокусувалися різноманітні соціальні відтінки тогочасного життя. Більше того, такі процеси мали потужні крос-культурні характеристики. Так, знаходилося місце навіть для гумору в його самобутніх формах прояву у просторі, що формувався навколо їжі. Наприклад, із появою сінематографу «обстріли тортами» стали на екрані звичайними моментами. Вперше така режисерська новація з'являється у М. Сеннета (1910 р), фільми якого були «насичені» рельєфним харчовим антуражем, зокрема погонями та «перестрілками тортами» [9, с. 20]. Він говорив: якщо «бажаєш по-справжньому розвеселити, втопи почуття гідності в супі» [9, с. 20]. Зазвичай жартують здебільшого навколо того, що визнається важливим, що являє собою універсальну цінність; саме до такої категорії, зважаючи на дефіцит продовольчих ресурсів для масової людини, відносили в минулому їжу, взагалі практики харчування.

Ставлення до їжі, процесу трапези, практик харчування як до відпочинку, простору для неквапливої приємної бесіди, приводу для жартів та гумору в американському суспільстві часів виникнення фастфуду уявити собі майже неможливо. Адже час в американців – це гроші (вважають, що 75% всіх розмов вони присвячують саме цьому предмету), тому витрачання свого часу на кулінарію, гурманство в конкурентному суспільстві з розвиненою досяжницькою мотивацією дорівнює капітуляції перед своїми опонентами. «Man made himself» – людина, яка творить сама себе, не могла собі дозволити такого задоволення. З іншого боку, вельми промовистим є епізод в одному з оповідань Б.Акуніна, де популярний письменник на авансцену дійства, що розгортається, виводить генерала царської армії XIX ст., який ділиться власним життєвим досвідом зі своїм значно молодшим, тож менш досвідченим співрозмовником. Зокрема, воєначальник високого рангу промовляє, що не існує у світі такої важливої справи, яка б не дозволила хоча б на десять хвилин затриматися й випити чашечку чаю. Звичайно, з таким ставленням до часу, гастрономічних задовольень та до власних професійних обов'язків не можна було очікувати на появу фастфуда. Разом із тим очікувати в подібному суспільному середовищі стрімкого економічного буму теж не доводилося.

Судячи з зазначеного вище, все ж таки не варто абсолютизувати думку про те, що фастфуд – це «менше зло», безальтернативний вибір та неминуча плата за прогрес після поширення суспільним простором цінностей та норм досяжницької мотивації. Знову візьмемо для прикладу хоча би Францію, де показники якості життя є ненабагато нижчими, ніж у США, а між тим гастрономічна культура куди більш розвинена й така, що забезпечує мешканців країни від багатьох харчових фобій, зокрема від зайвої ваги та, певною мірою, нав'язливого страху перед нею. Тож, на нашу думку, гастрономічне майбутнє уявляється доволі поліфонічним (додамо – лише в тому випадку, якщо є можливість вибору й висока якість харчових продуктів), унаслідок чого не таким проблемним. Усе залежить від дійсних та латентних намірів щодо його проектування, побудови й використання.

**ЛІТЕРАТУРА:** 1. Бурлачук В. Трапеза як предмет соціологічного дослідження В. Бурлачук // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2010. – №4. – С.179-186. 2. Голицын М. В., князь. Мои воспоминания (1983–1917) / Князь М. В. Голицын. – М.: Русский Мир: жизнь и мысль, 2007. – 768 с. 3. Давыдова Е. Гастрономическая деградация [Електронний ресурс] / Е. Давыдова. – Режим доступу: [http://politikhall.Com/index.php?page= filing&a\\_id = 378](http://politikhall.Com/index.php?page= filing&a_id = 378) (05.03.2010). 4. Кант И. К вечному миру: философский проект / И.Кант // Соч.: в 8 т. – М.: Чоро, 1994. – Т.7. – С.5–56. 5. Кононенко Р. В. Автомобиль – не роскошь, а средство десоветизации: рец. на кн.: Зигельбаум Льюис. Машина для товарищей. Жизнь советского автомобиля / Р. В Кононенко, Е. Р. Ярская-Смирнова // Социол. журн. – 2009. – № 4. – С.171–180. 6. Мальш Л. Общее и отличное в восприятии социального неравенства населением разных стран // Социология: теория, методы, маркетинг: наук.-теорет. часопис; Ін-т соціології НАН. – 2011. – №4. – С. 97–121. 7. Мишель Д. Ватель и рождение гастрономии. С приложением рецептов эпохи Людовика XIV, адаптированных Патриком Рамбуром / Д. Мишель; пер. с фр. Галины Галкиной. – М.: Новое лит. обозрение, 2002. – 419 с. 8. Стражний О. С. Український менталітет. Ілюзії. Міфи. Реальність / О. С. Стражний. – К.: Книга, 2008. – 368 с. 9. Хольм М. Кинокулинария: роскошные ужины и фантастические рецепты из волшебной страны кино / М. Хольм, М. Чиндблум; пер. со шв. Е. Хохловой. – М.: КоЛибри, 2010. – 136 с.

12 Князь Михайло Володимирович Голіцин – земський та громадський діяч (1873–1942). У своїх спогадах 1872–1917 рр. пише про повсякденне життя різних соціальних груп дореволюційного суспільства.