

УДК 130.2

Храброва О. В.

Харьковский национальный университет имени В. Н. Каразина

### СУЖДЕНИЯ ВКУСА: ОТ ИДЕОЛОГИИ К ГАСТРОСОФИИ

В статье разрабатывается проблема формирования вкуса и его обусловленность генами, воспитанием, природной или социальной средой. Рассматривается вопрос о влиянии идеологии на суждение вкуса. В статье показано, что несмотря на генетические и экологические детерминанты физиологического восприятия вкуса, в отношении суждения вкуса определяющую роль играет идеология. Определяется иерархия суждений вкуса, которая отражает социальное расслоение. На основании установленных И. Кантом уровней суждений вкуса (приятное, прекрасное, доброе) рассматриваются особенности влияния идеологии. Анализируется формирование и трансформация индустрии вкусов от гастрономии к гастропорнографии. Устанавливаются перспективы гастрософии определять вкус.

**Ключевые слова:** вкус, вкусовое восприятие, суждение вкуса, идеология, гастрономия, гастропорнография, гастрософия.

У статті розробляється проблема формування смаку та його обумовленість генами, вихованням, природним чи соціальним середовищем. Розглядається питання про вплив ідеології на судження смаку. У статті показано, що незважаючи на генетичні та екологічні детермінанти фізіологічного сприйняття смаку, щодо судження смаку визначальну роль відіграє ідеологія. Визначається ієрархія суджень смаку, яка відображає соціальне розшарування. На підставі встановлених І. Кантом рівнів суджень смаку (приємне, прекрасне, добре) розглядаються особливості впливу ідеології. Аналізується формування та трансформація індустрії смаків від гастрономії до гастропорнографії. Встановлюються перспективи гастрософії щодо визначення смаку.

**Ключові слова:** смак, смакове сприйняття, судження смаку, ідеологія, гастрономія, гастропорнографія, гастрософія.

The problem of the taste formation and it conditioned by genes, education, natural or social environment is worked out. The question about the influence of ideology on the opinions of taste is considered. It's shows that in spite of the genetic and environmental determinants of the physiological perception of taste, ideology plays the main role in relation to taste opinions. The hierarchy of opinions of taste that reflects social stratification is determined. Based on the established levels Kant opinions of taste (pleasant, nice, good) the features of the influence of ideology. The formation and transformation of the industry catering to the tastes of gastropornography are analyzed. And gastrosophy perspectives on the definition of taste are established.

**Keywords:** taste, taste perception, opinion of taste, ideology, gastronomy, gastropornography, gastrosophy.

Животные жрут, человек ест; только образованный человек ест сознательно.

*Жан Антельм Брилья-Саварен*

1. Общеизвестно часто цитируемое в различных контекстах утверждение Л. Фейербаха: «Человек есть то, что он ест». Однако эта слишком прямая формула материализма должна быть дополнена и разъяснена в контексте критики идеологии. Дело ведь не в том, что человека определяет его материальное бытие и даже его укорененность в такой составляющей повседневного быта, как пища, а в том, что человек способен «изменить добываемый им природный продукт», перерабатывая «исходное пищевое сырье» [9, с. 10]. Говоря просто, человек – существо, которое готовит себе свой хлеб насущный и, более того, в своих пищевых изобретениях выходит за пределы необходимого. Таким образом человек устанавливается и как определенный «природный биотоп» (А. И. Козлов), и своеобразный «социальный габитус» (П. Бурдьё). Исходя из этого, определенные культуры, социальные группы, индивиды идентифицируют, позиционируют себя в соответствии с теми или иными пищевыми традициями, связанными с природной средой, климатом и физиологическими особенностями людей. Однако, с другой стороны, вкусовые предпочтения и суждения вкуса

исторически образуют пространство своеобразной идеологии питания и, в свою очередь, формируются той или иной идеологией.

2. Отвечая на утверждение Фейербаха, можно следовать известной марксистской логике, что недостаточно принять, «что люди суть продукты обстоятельств и воспитания», и «что, следовательно, изменившиеся люди суть продукты иных обстоятельств и изменённого воспитания», но следует помнить, что «обстоятельства изменяются именно людьми» [11, с. 2]. То есть, нам недостаточно принять, что вкус формируется воспитанием, социокультурными обстоятельствами, отслеживая которые мы можем наблюдать трансформации и истории вкуса (этносы, сословия, классы, половозрастные группы, корпорации и т. д. – все имеют свои представления о вкусе), но главное, что мы можем *изменять* вкус, создавать, так сказать, новые формации вкуса, осуществляя революции вкуса. Идеология выступает, прежде всего, в качестве скрывающего противоречия фактора, и не стоит забывать, что укоренена она в самом обычном быту, или, как пишет С. Жижек, «в повседневной жизни идеология особенно задействована во внешних проявлениях абсолютно “невинных” удобств» [5, с. 34], так что всякий раз погружаясь в самые жизненные практики, такие, как процесс еды, мытья посуды, гигиены или испражнения, мы погружаемся в идеологию. Не будем забывать, что еще Ш. Фурье утверждал, по сути, что наслаждение является орудием господства, ведь «наслаждение (в том числе чревоугодие) – единственное орудие, которым может пользоваться бог, чтобы нас обуздать и вести на путь осуществления его предначертаний» [14, с. 169]. Не случайно оригинальный утопист считал, что наслаждение, в частности наслаждение едой, должно быть поставлено в основу управления людьми и их страстями, таким образом, он вскрыл способ функционирования идеологии, которая состоит не в подавлении страстей, а в их регулировании и развитии.

3. Проблема идеологии касается решения вопросов действительного и иллюзорного, насколько наши представления о мире могут претендовать на ту или иную истинность. Вместе с этим остается вопрос, насколько наши ценности, идеалы и предпочтения детерминированы идеологией? В нашем случае это вопросы о том, существует ли, может ли существовать некий объективный вкус или насколько субъективно суждение вкуса, кто вообще выступает субъектом подобных суждений, не определяются ли все они идеологией?

4. Решая подобные вопросы, прежде всего необходимо различать вкус как нечто связанное с физиологическим восприятием объекта, определяющееся его биохимическими свойствами (составом), особенности той или иной экосистемы, связанные с этим традиции и собственно суждения вкуса.

5. С позиции физиологии, вкус – это восприятие вкусовыми сосочками языка химических веществ в еде, смешанной со слюной [10, с. 32]. Традиционно выделяют четыре основных вкуса: сладкий, соленый, кислый и горький, а также вкус «умами» (вызываемый ферментированными соевым, рыбным соусами, глутаматом натрия), «жгучий» (жгучий перец, васаби) и «жирный» вкусы. Исследования указывают на врожденное предпочтение сладкого вкуса. Так, например, «было обнаружено, что младенцы в возрасте от 1 до 3 дней пили тем больше воды, чем слаще она была» [10, с. 33]. В то же время, горький и кислый вкусы воспринимаются младенцами как неприятные [10, с. 33].

6. Кроме того, генетиками были обнаружены определенные гены, отвечающие за пищевую чувствительность и вкусовые предпочтения. Так, «наследуемость вкусовой чувствительности к горькому выше, чем к сладкому», вместе с тем «воздействие определенных компонентов продуктов на плод через амниотическую жидкость, и на новорожденного через материнское молоко, может и в дальнейшем способствовать формированию пищевых предпочтений по отношению к тому или иному продукту» [2, с. 323]. Также был установлен ген, отвечающий за чувствительность к фенилтиокарбамиду (ФКТ), который одни люди воспринимают как горький, а другие как безвкусный, в целом отмечается, что «между способностью ощущать различные концентрации ФТК и предпочтением определенных пищевых продуктов имеется хорошо выраженная корреляция» [2, с. 325]. В связи с этим «не исключено, что различия в остроте блюд у разных народов связаны с распространением в популяции признака высокой и низкой вкусовой чувствительности к различным химическим соединениям» [2, с. 325].

7. Однако, не все исчерпывается генетическими особенностями. Есть сторонники и приобретенных вкусовых предпочтений. Так, «например, Бошан и Моран наблюдали за 3-мя группами детей: теми, которым никогда не давали подслащенной воды, теми, кому давали подслащенную воду почти полгода, и теми, кому давали подслащенную воду более чем полгода. В возрасте 2-х лет их протестировали на предмет предпочтения подслащенной воды, и только те группы, которым давали подслащенную воду, отдали предпочтение подслащенной воде» [10, с. 34]. Таким образом, вкус связывают с воспитанием или привычкой, выработкой своеобразного приобретенного вкусового рефлекса. Этот момент хорошо увязывается с лакановской формулой о связи наслаждения с повторением. Так что постоянное повторение одного и того же рациона вырабатывает устойчивое представление о вкусном и невкусном, и организм требует повторения предпочитаемого снова и снова. Следовательно, можно утверждать, что постоянное распространение товаров гастро-индустрии, эксплуатирующих, например, вкус сладкого или различные вкусовые добавки, относится к сфере программирования человека.

8. Еще одним немаловажным условием для формирования тех или иных вкусовых и пищевых предпочтений является адаптация организма человека к определенной природной среде, экосистеме. «Влияние экологических условий выражается не только в степени доступности пищевых ресурсов или уровне интенсивности обмена веществ у обитателей того или иного региона. Специфика конкретных биотопов влияет и на возникновение национальных традиций питания» [9, с. 6]. Так, «огромное количество пряностей в блюдах восточной кухни – консервант, помогавший сохранить продукты в жару и, вместе с тем, стимулятор активности органов пищеварения, необходимый в условиях жаркого климата» [9, с. 7]. Или другой пример влияния экосистемы – синонимичность жирного и вкусного у эскимосов. Именно «обусловленное экологическими особенностями среды обитания потребление большого количества жиров <...> потребовало адаптивной перестройки биохимического аппарата коренных северян», поскольку «повышенная активность липолитических ферментов позволяет расщеплять поступающие с пищей жиры с наименьшими потерями», таким образом, происходит «переключение энергетического обмена с углеводного варианта на липидный» [9, с. 135]. Однако адаптивные способности человека стоит, вероятно, рассматривать не только в контексте процессов, связанных с обживанием тех или иных экосистем, но и в отношении приспособления к идео-системам. Более того, по мере развития цивилизации и все большего отрыва культуры от природы именно влияние идеологии оказывается все более значимым.

9. Еще более неоднозначна эстетическая проблема так называемой способности суждений вкуса, которая составляет едва ли не целую эпоху философии современности. Не вдаваясь в ее подробности, стоит остановиться на двух наиболее знаковых фигурах: Д. Юме и И. Канте.

10. Позиция Д. Юма сводится к тому, что вкус не является свойством объекта, его восприятие целиком субъективно. Отсюда, как он замечает, «в зависимости от состояния наших органов чувств одна и та же вещь может быть как сладкой, так и горькой, и верно сказано в пословице, что о вкусах не спорят» [16, с. 625]. Однако суждения вкуса не равнозначны, поскольку разнятся наши способности к *утонченному* вкусовому восприятию, с которым мы имеем дело «в тех случаях, когда органы так утончены, что от них ничего не ускользает, и в то же время так точны, что воспринимают каждую составную часть данной смеси» [16, с. 629-630]. Аристократизм вкуса определяется способностью различать едва уловимые тона: «тонкость нашего [физического] вкуса, – пишет Юм, – проверяется не острыми ощущениями, но тем, ощущаем ли мы в смеси мелких частиц каждую частицу, несмотря на ее малые размеры и на то, что она находится в смешении с другими частицами» [16, с. 631]. Поэтому лишь немногие могут вынести *значимое* суждение вкуса. Стало быть, речь идет о своеобразной иерархии суждений вкуса, которая определяет и фиксирует социальное расслоение и право одних – утонченных – определять хороший или дурной вкус.

11. Чтобы избежать подобного, по сути случайного, расслоения в отношении суждений вкуса, И. Кант выделяет три их уровня и конституирует возможность восхождения от частного к всеобщему, от индивидуально значимого к общезначимому: субъективное эстетическое чувство приятного, всеобщее эстетическое чувство прекрасного и всеобщее

этическое чувство доброго. Оценивание чего-либо как приятного, как отмечает Кант, ограничено личностью человека, «следовательно, применительно к приятному верно положение: у каждого свой вкус (чувственный)» [7, с. 49]. Утверждение же о прекрасном требует всеобщего согласия: «называя что-либо прекрасным, он (человек) предполагает, что другие испытывают к этому такое же благорасположение; он выносит в данном случае не только собственное суждение, но суждение каждого и говорит о красоте так, будто она есть свойство вещей» [7, с. 50]. Отсюда делается вывод, что «в данном случае нельзя говорить, что у каждого свой особый вкус», поскольку «это было бы равносильно утверждению, что вкус вообще не существует, то есть что не существует эстетического суждения, которое может с полным правом притязать на согласие каждого» [7, с. 50]. Точно так же и суждения о добром «притязают на значимость для каждого, однако доброе представляется объектом всеобщего благорасположения только *посредством понятия*, что отсутствует в приятном и в прекрасном» [7, с. 50]. Исходя из этого, Кант выделяет в качестве разновидности вкуса *частный* чувственный вкус и *публичный* вкус рефлексии, при этом они «оба выносят эстетические (не практические) суждения о предмете, исходя только из отношения представления о предмете к чувству удовольствия или неудовольствия». Вкусом практически достигающим уровня понятия оказывается именно интеллектуальное суждение о добром, отсылающее к сфере этики и диететики.

12. То, что Кант представляет как нечто общезначимое, согласованное, на самом деле являет сферу идеологии, где и когда приятное переходит в прекрасное. Кант тяготеет к тому, чтобы мыслить прекрасное как нечто объективное, по крайней мере, полагаемое нами сообща как свойство объекта. Однако, возникает вопрос: не является ли эта объективность следствием идеологического превращения вкуса? Кант отмечает, что между приятным и прекрасным существует разница, как между хорошим на вкус и хорошим вкусом. Разница между Кантом и Юмом, однако, состоит в том, что этот хороший вкус не остается характерной чертой аристократов вкуса, а всеобщим достоянием. Но представление о хорошем вкусе, которое у Канта выступает как всеобщее, на самом деле определяется или устанавливается господствующим / доминирующим классом / группой. Это тем более очевидно, потому что по мере формирования общества знания, власти знания и био-политики общественное мнение направляется профессионалами (гастрономическими экспертами, критиками, поварами, технологами), за которыми закрепляется привилегия на суждение хорошего вкуса, на продуцирование и технологии вкуса. Формируется целая индустрия вкусов, по мере развития которой буржуазная гастрономия переходит в консюмеристскую гастропорнографию.

13. Собственно, появление гастрономии на заре капитализма отвечает его логике, когда технология формирования вкуса направлена на то, чтобы охватить как можно большее число людей в качестве производителей, потребителей и посредников. Именно гастрономия притязает на всеобщность суждений вкуса. Как пишет философ и кулинар Ж.-А. Брилья-Саварен в своей «Физиологии вкуса» (1825): «Гастрономия есть проявление нашей способности судить, почему мы даем предпочтение приятным на вкус веществам пред теми, которые не имеют этого свойства» [13, с. 202]. И судить гастрономам позволяет их притязание на истинное, всеобщее и утилитаристское знание, ведь «гастрономия есть научное знание всего того, что относится до питания человека», а «цель ее – заботиться о поддержании человека, доставляя ему наилучшее питание», и «она достигает этой цели, руководя теми, которые отыскивают, доставляют или готовят все, что может быть употреблено в пищу» [13, с. 203]. Так или иначе, именно гастрономия определяет все, что связано со сферой вкуса, она «рассматривает вкус относительно доставляемых им приятных и неприятных ощущений; она открывает степени того возбуждения, к которому он способен, определяет его деятельность и назначает пределы, за которые никогда не должен переступать уважающий себя человек. Она рассматривает также действие питательных веществ на дух человека, на его фантазию, остроумие, рассудок и воззрения, будь это в состоянии бодрствования, или сна, деятельности, или покоя», она «определяет степень съедобности каждого питательного вещества, ибо не всем можно наслаждаться при одинаковых обстоятельствах» [13, с. 204]. Короче говоря, «гастрономические знания необходимы для всех людей, как скоро они стремятся увеличить сумму удовольствий, им назначенных; эта необходимость увеличивается по мере возвышения человека в обществе; они положительно необходимы для богатей,

которые принимают много гостей из желания поддержать свое положение в обществе, по склонности или по моде» [13, с. 205].

14. Итак, гастрономия появляется как фабрика вкуса, и хоть она и «возникает там, где есть публика, компетентная и обеспеченная настолько, чтобы стать арбитром» [12, с. 180], именно ее адепты претендуют на то, чтобы определять вкус этой публики. В гастрономии власть знания проникает в самые глубины бытия, а профессиональная оценка / предписание экспертов всё и всех ставит на свои места, в соответствии с духом времени классифицирует и каталогизирует. Стало быть, по тому, *что* человек ест, действительно все более точно можно устанавливать, *кто* он есть, но патент на это получают только знатоки вкуса. Согласие, о котором говорит Кант, таким образом, никогда не бывает, так сказать, всеобщим по свободе. И даже если предполагать, что физиологический спрос на приятное определяет предложение прекрасного вкуса, то степень или уровень приятного / прекрасного, да и, тем более, доброго / полезного, определяется технократической гастро-индустрией вкуса. Иллюзорная же общезначимость вкуса лишь скрывает его технологическое производство и идеологическую принудительность.

15. При этом, капиталистическое производство вкуса постепенно практически целиком вытесняет человека из процесса активного участия в приготовлении. С одной стороны, действительно, «с появлением гастрономии кухня перестает быть коллективным делом» [12, с. 178], появляется кулинарное искусство, гастроном-автор, а с другой – все большее число людей отчуждается как от приготовления пищи, так и от возможности выносить актуальные суждения о ее вкусе. Еще более извращенной выглядит ситуация в обществе потребления эпохи визуальной культуры, когда появляется как бы возможность выносить суждения, делиться мнениями, однако они вовсе не должны отсылать ни к какой действительности. Критики именуют подобные процессы как гастропорнографические. Так, Дж. Иггерс говорит, что под гастропорнографией нужно понимать «образы, от которых аж слюна течет и которые можно видеть в телевизионных рекламных роликах, на страницах продуктовых журналов и в поваренных книгах на журнальных столиках», так что в «гастропорнографии – как и в традиционной порнографии – мы сосредотачиваемся прежде всего на образе» [6, с. 112].

16. Гастропорнографию порождает развитие рекламной индустрии, продвигающей на рынок продукцию тех или иных компаний. Согласно утверждению руководителя одной рекламной компании, «продукт – это просто изделие, от которого потребители получают впечатления». Поэтому «есть два способа, какими производитель может изменить поведение потребителя: или изменить продукт, или изменить восприятие потребителем продукта» [6, с. 113]. Здесь очевидно, что скорее имеет смысл вкладывать деньги не в сам продукт, а в раскручивание торговой марки. Во-первых, торговая марка может выпускать не один продукт, тогда значение и ценность имеет сам бренд, а во-вторых, реклама представляет потребителю только внешний вид продукта, его брендовую оболочку, под которую не заглянешь, пока не купишь. В отличие от традиционного рынка (в смысле базара) или маленькой частной лавки, где продавец *завлекает* покупателя, предлагая прежде всего *попробовать* товар, и выбор определяется вкусом, а не внешним видом / упаковкой продукта, в индустриальном маркете суждение покупателя о товаре определяется / запрограммировано ранее увиденной рекламой. Пробовать нельзя, можно только смотреть, главное – упаковка, ключевую роль играют визуальные стимулы. Точно так же обстоит дело и с процессом приготовления пищи. Нас, конечно, постоянно вовлекают в этот процесс, однако вместо того, чтобы готовить, мы смотрим кулинарные передачи по телевизору или читаем рецепты на кулинарных сайтах, зачастую вынося суждения не опираясь ни на какой реальный опыт.

17. Стратегия развития западного общества от гастрономии к гастропорнографии являет нам историю контроля и управления человеком от индустриального капитализма Модерна до постиндустриального общества потребления. Если в гастрономии речь идет о технологии формирования высокого вкуса буржуазной элиты, то в гастропорнографии – дурного вкуса массового потребителя. При видимости рыночного многообразия продуктов наблюдается движение к ограниченности вкусов и невозможности (за ненадобностью) развития вкуса. К замеченному еще Фурье ограничению, базирующемуся на классовом отчуждении, присоединяется иллюзорное многообразие у нас в головах, которое скрывает как отсутствие

вкуса, так и – самой субстанции, как в случае с Кока-колой, в которой нет ни коки, ни колы [см.: 4, с. 47-59]. В большинстве случаев современный потребитель не имеет представления о подлинном вкусе продукта (вследствие превращенности его в процессе производства, транспортировки, хранения), ориентируясь лишь по маркированию упаковки. Ведь если вдуматься, какое представление о вкусе можно получить, исходя из страны производителя, соотношения жиров, белков, углеводов, микроэлементов, энергетической ценности, разного рода «Е» и «без ГМО»? Мы можем ориентироваться только на *нормы*, касающиеся состава и производства товара, которые в свою очередь, установлены профессионалами-технологами.

18. Современному обществу не хватает того, что Фурье назвал гастрософией, или гигиенической мудростью, которая порождается сочетанием четырех функций: гастрономии, кухни, консервирования и земледелия [15, с. 245]. Он писал: «Гастрономия будет достойна похвалы лишь при двух условиях: 1) когда она будет прямо применяться к производительным занятиям, будет сплетена, объединена с трудом по возделыванию земли и приготовлению пищи. Это будет вовлекать гастронома в земледелие и кулинарию; 2) когда она будет содействовать благополучию рабочей массы и приобщит народ к утонченности хорошего стола, которые цивилизация резервирует для праздных» [15, с. 246]. Утопия гастрософии заключается в том, что человек может определять вкус, постоянно его совершенствуя, если он принимает участие на всех уровнях производства: выращивания, хранения, приготовления, но также и активного потребления. В остальных случаях мы полагаемся на вкус Другого.

19. Но мечта Фурье вряд ли осуществима в условиях сложного индустриального общества. Она, как и все утопические мечты, может осуществляться лишь локально, да еще и по законам натурального хозяйства. Однако мы можем дать и другую перспективу гастрософии. Признавая, что «вкусовое восприятие – это отражение исторической ситуации», но также и то, что суждение вкуса обусловлено «уровнем знания», что «именно рассудок, а не язык является органом, который воспринимает гастрономическое удовольствие» и что «вкус не является субъективной и непередаваемой реальностью» [8, с. 131], мы должны помнить, что речь не идет просто о том, каково что-то на вкус или что есть некое прямое или точное соответствие между вкусом и вкусным. Суждение вкуса имеет отношение к искусству различать. Вопрос об идеологической неангажированности вкуса – это вопрос о свободе. Если, как отмечает Дж. Агамбен, Аристотель обособливает жизнь на основании принципа питания [см.: 1, с. 22-24], то как люди, возможно, в соответствии с принципом гастрософии мы должны постоянно переопределять вкус(ность) того, что едим, то есть, собственно, проделывать типичные философские операции – различать между бытием и ничто, истиной и ложью, вкусным и невкусным в соответствии с истиной, которую также постоянно должны переоткрывать. Выход из идеологической детерминированности возможен не просто тогда, когда мы перестанем следовать обычным идеологическим установкам, предлагающим некие устоявшиеся отношения (вкусное / полезное, вкусное / дорогое, вкусное / престижное, вкусное / модное), но и когда избавимся от рессентиментального снобизма мещан, тянущихся к аристократической праздности.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Агамбен Дж. Открытое / Дж. Агамбен ; [пер. с итал. и нем. Б. М. Скуратова]. – М. : РГГУ, 2012. – 112 с.
2. Атраментова Л. А. Гены и поведение / Л. А. Атраментова, О. В. Филипцова. – Х. : Ліхтар, Современная печать, 2008. – 496 с.
3. Бурдые П. Социология социального пространства / П. Бурдые ; [пер. с фр.]. – М. : Институт экспериментальной социологии; СПб. : Алетейя, 2007. – 288 с.
4. Жижек С. Хрупкий абсолютизм, или Почему стоит бороться за христианское наследие / С. Жижек ; [пер. з англ.]. – М. : Художественный журнал, 2003. – 178 с.
5. Жижек С. Чума фантазий / С. Жижек ; [пер. з англ.]. – Х. : Гуманитарний центр, 2012. – 388 с.
6. Ігерс Дж. Кому потрібен критик? Норма смаку і вплив торговельних марок / Дж. Ігерс, Ф. Парасеколі ; [пер. з англ.] // Їжа і філософія: їжте, пийте і будьте щасливі / Ф. Олгоф (упорядник). – К. : Темпора, 2011. – С. 101-115.

7. Кант И. Критика способности суждения / И. Кант; [пер. с нем.; ред. А. В. Гулыга] // Кант И. Сочинения : [в 8 т.]. – Т. 5. – М. : Чоро, 1994. – 414 с.
8. Капатти А. Итальянская кухня. История одной культуры / А. Капатти, М. Монтанари; [пер. с итал.]. – М. : Новое литературное обозрение, 2006. – 480 с.
9. Козлов А. И. Пища людей / А. И. Козлов. – Фрязино : Век 2, 2005. – 272 с.
10. Коннер М. Социальная психология пищи / М. Коннер, К. Дж. Армитейдж; [пер. с англ.]. – Х. : Гуманитарный центр, 2012. – 264 с.
11. Маркс К. Тезисы о Фейербахе / К. Маркс; [пер. с нем.] // Маркс К., Энгельс Ф. Сочинения: [2-е изд.]. – М. : Государственное изд.-во политической литературы, 1955. – Т. 3. – С. 1-4.
12. Ревель Ж.-Ф. Кухня и культура: Литературная история гастрономических вкусов от Античности до наших дней / Ж.-Ф. Ревель; [пер. с франц. А. Лушанова]. – Екатеринбург : У-Фактория, 2004. – 336 с.
13. Физиология вкуса. Сочинение Брилья-Саварена, переведенное на немецкий язык и дополненное Карлом Фогтом / Жан Антельм Брийя-Саварен; [пер. с нем.] // Лаврентьева Е. В. Культура застолья XIX века. Пушкинская пора. – Москва : ТЕРРА-Книжный клуб, 1999. – С. 202-263.
14. Фурье Ш. Теория четырех движений и всеобщих судеб / Ш. Фурье; [пер. с франц., ред. А. Дворцова] // Фурье Ш. Избр. соч. : [в 3-х т.]. – Т. 1. – М. : Соцэргиз, 1938. – 311 с.
15. Фурье Ш. Новый промышленный и общественный мир / Ш. Фурье; [пер. с франц., ред. А. Дворцова]. // Фурье Ш. Избр. соч. : [в 3-х т.]. – Т. 2. – М. : Соцэргиз, 1939. – 466 с.
16. Юм Д. О норме вкуса / Д. Юм; [пер. с англ.] // Юм Д. Сочинения : [в 2-х т.]. – Т. 2. – М. : Мысль, 1965. – С. 721-745.