

УДК 304.2

DOI: 10.34670/AR.2025.14.34.012

## **Визуальное отражение гастрономической культуры: книжные и журнальные иллюстрации, реклама**

**Румянцева Мария Александровна**

Аспирант,  
факультет мировых языков и культур,  
кафедра культурологии, педагогики и искусств,  
Русская христианская гуманитарная академия им. Ф.М. Достоевского,  
191023, Российская Федерация, Санкт-Петербург, набережная реки Фонтанки, 15;  
e-mail: mariia.rumi@gmail.com

### **Аннотация**

Актуальность темы обусловлена интересом её изучения с точки зрения визуальных исследований, food studies и изучения культуры повседневности. Гастрономическая иллюстрация стала сопутствовать описанию способов приготовления блюд в кулинарной литературе далеко не сразу, однако появившись, она играла важную функцию, изображая входящие в оборот новые виды посуды и специальные инструменты для приготовления пищи, показывая этапы создания и подачи блюд. Ботаническая иллюстрация активно использовалась в фармакопеех и книгах по ботанике. Распространение ботанической иллюстрации отражало поворот XVIII века к «чистому вкусу» свежих овощей от обилия использования специй, ставших более доступными широкому кругу населения. Постепенно прагматическая иллюстрирующая функция изображений дополнилась новыми функциями. Используясь в гляцевых журналах и рекламе, изображение практик питания применяло сложившиеся представления, а также само способствовало формированию представлений о полезной пище, престижных формах её потребления и идеальном образе жизни, применяя ассоциации с домом, традицией, пользой и питательностью пищи.

### **Для цитирования в научных исследованиях**

Румянцева М.А. Визуальное отражение гастрономической культуры: книжные и журнальные иллюстрации, реклама // Культура и цивилизация. 2025. Том 15. № 10А. С. 89-95. DOI: 10.34670/AR.2025.14.34.012

### **Ключевые слова**

Иллюстрация, фотография, гастрономическая культура, кулинарные книги, повседневность, визуальные исследования, food studies, ботаническая иллюстрация, реклама.

## Введение

Предыдущая статья была посвящена отражению процессов создания и принятия пищи в изобразительном искусстве. Широкое распространение изображения пищи как таковой, как «главного героя» картины получило распространение лишь на рубеже эпохи Возрождения и Нового времени в жанре натюрморта. Второй жанр, в котором плоды растений могли вызывать интерес художника сами по себе – это ботаническая иллюстрация. Находясь на стыке изобразительного искусства и науки, ботанические иллюстрации встречались в трактатах о медицине (например, изображение ежевики из рукописи «Гербария» Псевдо-Апулея, ок. 1120 г. [Riley, 2014, с. 67]), фармакопеех (рисунки земляники и инжира из «Сада Здравия», напечатанного Петером Шёффером в 1485 году [Cuba, Breydenbach, www]) и книгах по ботанике (например, изображение баклажана из Hortus Eystettensis Басилиуса Беслера 1613 года издания), ставших популярными к XVIII веку не только среди ученых, но и среди аристократии. Увлечение ботаникой позволило селекционерам адаптировать растения из Нового Света, выводить более морозоустойчивые сорта фруктов и ягод, тем самым удовлетворяя спрос высокой кухни [Кулаженкова, 2017] на более естественный свежий вкус продуктов без того обилия специй, которые раньше были очень дорогими и престижными, а теперь постепенно становились всё более доступными и распространялись среди широких слоев населения.

## Основное содержание

С распространением книгопечатания стал возможен массовый выпуск поваренных книг. Одним из первых объемных собраний рецептов, иллюстрированных гравюрами, был труд «Opera dell'arte del cucinare», написанный личным поваром пяти римских пап Бартоломео Скаппи. В книге приведено порядка 1000 блюд итальянской, испанской, французской и немецкой манеры приготовления, в рецептах использованы продукты Нового Света и новые кулинарные методы, представлены иллюстрации кухонной утвари [Scappi, www]. Одной из первых кулинарных книг, рассчитанных не на профессиональных поваров, а на домохозяек являлась книга Элизы Актон «Современная кулинария для семей», изданная в Великобритании в 1845 г. В сборнике, насчитывающем порядка 900 рецептов, были даны точные объемы ингредиентов и время, необходимое для приготовления блюда, приведены иллюстрации блюд, продуктов и инструментов для приготовления [Acton, www]. Со временем появляется всё больше специализированных кулинарных книг, посвященных конкретным тематикам (будь то национальная кухня того или иного народа или одно определенное блюдо), помимо традиционных форматов поваренных книг и коротких буклетов издаются специальные блокноты для записи рецептов, а также кулинарные календари [Истратова, Родина, 2018].

Первой кулинарной книгой, содержащей описания рецептов, в России считается «Поваренные записки» С. В. Друковцева [Дроздова, 2018]: рукопись 1765 года была переработана и издана в типографии в 1773 году. Помимо кратких рецептов, книга содержала раздел с «истолкованием поваренных слов», однако изображения в ней носили исключительно декоративный характер [Друковцев, www]. Наиболее известными и влиятельными кулинарными книгами в Российской империи и Советском Союзе были «Подарок молодым хозяйкам, или Средство к уменьшению расходов в домашнем хозяйстве», Е. И. Молоховец (впервые изданная в 1861 году) и «Книга о вкусной и здоровой пище» (первое издание вышло в 1939 году). Если «Подарок молодым хозяйкам» был иллюстрирован простыми черно-белыми изображениями, схематично показывающими способ подачи блюд и сервировки стола, то

«Книга о вкусной и здоровой пище» снабжена большим количеством черно-белых и цветных (в последующих изданиях их стало больше) фотографий продуктов, праздничных столов, рисунков инструментов для приготовления пищи и схематических инструкций, диаграмм с данными о динамике развития советской промышленности, призванными продемонстрировать необратимые изменения в экономике питания и гастрономической культуре страны.

Первым журналом, содержащим отдельную кулинарную рубрику, исследователи выделяют «*Englishwoman's Domestic Magazine*», который начал выходить в 1852 году [Дроздова, 2018, с. 18]. Описание рецепта в журнале могло дополняться небольшой иллюстрацией, однако же основная масса рисунков журнала была посвящена рукоделию и иллюстрированию литературных текстов [The Englishwoman's domestic magazine, [www](#)]. Тем не менее, за 22 года до этого, с 1830 в Соединенных Штатах уже начал издаваться журнал «*Godey's magazine*» (также он назывался «*American ladies' magazine*» и «*Puritan*»), который также содержал описания рецептов блюд [Godey's magazine, [www](#)]. К одним из наиболее ранних специализированных журналов, полностью посвященных кулинарии, можно отнести «*The Boston Cooking School magazine of culinary science and domestic economics*» (более позднее название «*American Cookery*»), который начал издаваться в 1896 году [The Boston Cooking School magazine, [www](#)]. С самого начала своего существования журнал содержал черно-белые фотографии готовых блюд, приборов для приготовления пищи и посуды. Однако к настоящему «глянцу» в большей степени можно отнести журнал «*Gourmet*», начавший издаваться в 1941 году. Журнал включал в качестве иллюстраций крупные планы аппетитных блюд, стильные интерьеры с накрытыми столами, портреты поваров, приглашенных в журнал на интервью – всё это иллюстрировало слоган журнала: «*Gourmet – журнал о хорошей жизни*». В статье, посвященной закрытию журнала в 2009 году, журналист The New York Times заметил, что «*Gourmet*» в гастрономической сфере был так же важен, как журнал «*Vogue*» в индустрии моды [Clifford, [www](#)].

Ещё одним важным визуальным репрезентатором продуктов питания является реклама. Если первые дошедшие до нас материалы рекламного характера (на папирусе в Египте, на стенах в Помпеях и на медной печатной пластине в Китае династии Сун) состояли преимущественно из текста, то европейская средневековая культура из-за низкого уровня грамотности использовала другие способы донесения информации – вывески с изображениями (кренделя над булочной, сапога над мастерской и др.), устные объявления глашатаев, а также клейма на продуктах. С распространением газет реклама стала носить несколько более массовый характер, однако позволить себе регулярно покупать газеты в первое время их распространения могли только представители привилегированных сословий. К одним из ранних объявлений о продуктах питания в газетах относят сообщения о завезенных новинках: кофе (1652 г.), шоколаде (1657) и чае (1658) в английских еженедельниках [Katz, Weaver, 2003]. С распространением печатной рекламы в XVIII–XIX веках формировались и типичные черты рекламы продуктов питания – например, ориентация на женщин, чаще принимающих решение о покупке того или иного продукта, демонстрация отличного качества товара, новых технологий приготовления пищевых продуктов, являющихся более гигиеничными и эффективными, чем домашние заготовки [Clifford, [www](#)].

Если в первой половине XIX века газеты могли содержать только общие указания о прибытии партии чая или специй, то уже начиная с 1880-х в США распространяются приемы рекламы брендированного товара, продаваемого не оптом и на развес, а в индивидуальных упаковках, часто произведенного в виде полуфабриката. Одним из первых подобных продуктов считаются овсяные хлопья Quaker Oats, вскоре этому примеру последовали и другие

производители [Elvins, [www](#)]. В качестве элементов, увеличивающих доверие покупателей к продуктам, часто использовались реальные и вымышленные персонажи. При помощи нарисованных мальчиков из рекламы супа Campbell и печенья Uneeda рекламы описывали такие свойства продуктов, как питательность (суп, помогший выиграть в бейсбол) и влагоустойчивая упаковка (пачка печенья, которую мальчик в дождевике беззаботно несет под дождем).

Телевизионная реклама середины XX века использовала образ счастливой семьи среднего класса: в ней часто изображались красивые жены, заботящиеся о хорошем настроении мужей и здоровье детей, хорошо оборудованные кухни и полные кладовые, замороженные продукты, предполагавшие наличие только что вышедших на рынок холодильников. Реклама играла также и мягкую нормативную функцию, влияя на процесс адаптации мигрантов из других стран и изменения традиционного образа в условиях урбанизации, показывая несколько идеализированную картинку образа жизни, принятого в стране. Таким образом, изображая картины повседневности, сформированные представлениями общества о нормальном и желательном, реклама могла также и формировать эти представления, используя разнообразные элементы манипуляции. Исследователи находят долю ответственности производителей рекламы в стойкой ассоциации нездоровой еды и быстрого удовольствия, результатом чего стало распространение ожирения [Elvins, [www](#)]. Однако и мода на диеты для снижения веса (начиная с 1960-х) и на здоровое питание в целом (с 1980-х) были ярко отражены в рекламе и использованы производителями для продвижения низкокалорийных продуктов [Katz, Weaver, 2003].

Ролан Барт в эссе «К психосоциологии современного питания» выделяет три темы, эксплуатируемые в современной ему рекламе еды: 1) приобщение к национальному прошлому (древние рецепты, старинные технологии изготовления и др.), 2) гендерно-окрашенная «мужская» и «женская» еда, а также эротизация пищи, 3) идеи здоровья, бодрости и перезагрузки, обеспечиваемые едой. Приемы брендинга и распространения продуктов питания сильно повлияли и на другие сферы, реклама еды на протяжении всей истории рекламы была важной составляющей рынка: так, в 1990-х годах, реклама продуктов питания составляла 40-50% от всей телевизионной рекламы в США. Многие приемы, разработанные за рубежом, были использованы в российской рекламе начиная с эпохи перестройки. Помимо газет, журналов и телевидения, визуальные образы еды в рекламе распространяются через наружную рекламу, как на рекламных щитах и кузовах автомобилей, так и через более редкие трехмерные формы, например, эскимо на крыше автомобиля службы доставки мороженого [«Чистая Линия» начала доставлять молоко и мороженое по всей Московской области», [www](#)] или целая яхта, оформленная как пирожок известной сети фаст-фуда [«С обочины в топ новостей: самая необычная 'наружка' от брендов фаст-фуда», [www](#)].

Помимо наружной рекламы, встречаются также арт-объекты и памятники, посвященные еде. Часто они посвящены продукту или блюду, который производится или считается традиционным в этом месте, становясь достопримечательностью, своего рода рекламой для посещения населенного пункта и свидетельством наличия определенных гастрономических традиций. Рассмотрим некоторые из них, расположенные в России. Так, в Ейске установлен памятник варенику (в городе ежегодно проходит фестиваль вареников, они являются традиционным блюдом Кубани), в Павлово установлен памятник лимону, с 1860-х выращиваемому в городе, во Владимире стоит памятник вишне [«20+ самых необычных памятников еде в России», [www](#)], в Курске – яблоку, в Саратове и Камышине – арбузу, а в Луховицах – огурцу. Памятник картофелю в Мариинске установлен в честь рекордного урожая, собранного в совхозе «Красный Перекоп» в 1942 году. Существуют и памятники, связанные с

современной пищевой промышленностью: рядом с кондитерским комбинатом «Озерский сувенир» в городе Озеры располагается памятник конфете, а компания «Крафт Фудс», выпускающая несколько марок шоколада, установила антропоморфизированный памятник шоколадной плитке в городе Покров. Некоторые памятники посвящены мотиву объединения вокруг еды: в деревне Петрово Калужской области после первого фестиваля, посвященного макаронам, стоит скульптура «Паста объединяет мир», а плавленый сырок «Дружба» держат, обнявшись, ворона и лисица в московском памятнике ["Любопытные памятники еде, установленные в России", [www](http://www.)]. Традиции растениеводства, однократные события и фестивали локальной кухни, или же просто наличие той или иной организации пищевой промышленности, закрепляясь в зримом виде скульптур входит в пейзаж населенного пункта, становится частью ассоциативного ряда, образа этой местности.

## Заключение

Изображения пищи в книжных и журнальных изданиях на раннем этапе своего использования чаще всего имели прагматический иллюстративный смысл, но с ростом значения маркетинга и рекламы всё чаще стали играть мотивирующую и нормативную функции, призывая покупателей к выбору товаров посредством ассоциаций с домом и традицией, пользой и здоровьем, радостью или наслаждением, которое обещается зрителям от приобретаемых продуктов. Алиментарная, связанная с питанием, часть визуального ряда повседневности является важной, хоть и зачастую неосознаваемой составляющей локального ландшафта как отдельных регионов и народностей, так и целых стран и их объединений.

## Библиография

1. Дроздова С. Б. Гастрономический текст в России и Европе: от кулинарной книги к блогу // Научный форум: Филология, искусствоведение и культурология. – 2018. – С. 15-20.
2. Истратова Д. А., Родина И. В. Современные кулинарные календари в России и на Западе // Язык. Текст. Книга. Екатеринбург, 2018. С. 46–57.
3. Кулаженкова Л. Н. Ортикультура эпохи Людовика XIV // Традиционная культура в современном мире. История еды и традиции питания народов мира. – 2017. – С. 154-160.
4. Друковцев С. В. Поваренные записки. [Электронный ресурс]. Режим доступа:// <https://archive.org/details/druk-02/page/n25/mode/2up> (дата обращения: 04.10.2025)
5. Любопытные памятники еде, установленные в России. [Электронный ресурс]. Режим доступа:// <https://cgon.rospotrebnadzor.ru/istoriya/istoriya-sanitarnogo-prosveshcheniya/istoriya-pitaniya/lyubopytnye-pamyatniki-edu-ustanovlennye-v-rossii/> (дата обращения: 04.10.2025)
6. С обочины в топ новостей: самая необычная "наружка" от брендов фаст-фуда. Sostav. [Электронный ресурс]. Режим доступа:// <https://www.sostav.ru/publication/unusual-fastfood-advert-23704.html> (дата обращения: 04.10.2025)
7. «Чистая Линия» начала доставлять молоко и мороженое по всей Московской области. Time Out. [Электронный ресурс]. Режим доступа:// <https://www.timeout.ru/msk/feature/495091> (дата обращения: 04.10.2025)
8. 20+ самых необычных памятников еде в России [Электронный ресурс]. Режим доступа:// <https://www.kp.ru/russia/idei-dlya-otpuska/pamyatniki-edu/> (дата обращения: 04.10.2025)
9. Acton E. Modern cookery for private families. 1799-1859. University of Leeds. Library [Электронный ресурс]. Режим доступа:// <https://archive.org/details/b21506152/page/436/mode/2up> (дата обращения: 04.10.2025)
10. Katz S. H., Weaver W. W. Encyclopedia of food and culture. Charles Scribner's Sons, 2003.
11. Riley G. Food in art: From prehistory to the renaissance. Reaktion Books, 2014. P. 67.
12. Sarah Elvins. History of Food Advertising. Oxford Research Encyclopedias. Food studies. [Электронный ресурс]. Режим доступа:// <https://oxfordre.com/foodstudies/display/10.1093/acrefore/9780197762530.001.0001/acrefore-9780197762530-e-88> (дата обращения: 04.10.2025)
13. Clifford, Stephanie (6 October 2009). "Condé Nast Closes Gourmet and 3 Other Magazines" [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.nytimes.com/2009/10/06/business/media/06gourmet.html> (дата обр.: 04.10.2025)

14. Cuba, Johannes von / Breydenbach, Bernhard von: Gart der Gesundheit, [Straßburg], [nach 1487.03.31 (?)] [BSB-Ink W-97 - GW M09741]. Издание 1487 г.: Digitale Bibliothek - Münchener Digitalisierungszentrum. [Электронный ресурс]. Режим доступа:// <https://daten.digital-sammlungen.de/0003/bsb00032745/images/index.html?id=00032745&groesser=&fip=y ztsxdsydxsdydwqrsyztsxdsy dewqsdas&no=3&seite=201>(дата обращения: 04.10.2025)
15. Godey's magazine v. 2 (Jan. - June 1831). Hathi Trust. [Электронный ресурс]. Режим доступа:// <https://babel.hathitrust.org/cgi/pt?id=nyp.33433081675450&seq=65> (дата обращения: 04.10.2025)
16. Scappi, Bartolomeo. Opera. [Электронный ресурс]. Режим доступа:// <https://archive.org/details/operavenetiascap00scap/page/n15/mode/2up> (дата обращения: 04.10.2025)
17. The Boston Cooking School magazine of culinary science and domestic economics. Hathi Trust. [Электронный ресурс]. Режим доступа:// <https://babel.hathitrust.org/cgi/pt?id=uc1.31158006174899> (дата обращения: 04.10.2025)
18. The Englishwoman's domestic magazine v.1. Hathi Trust. [Электронный ресурс]. Режим доступа:// <https://babel.hathitrust.org/cgi/pt?id=uc1.10097034797&seq=1> (дата обращения: 04.10.2025)

## Visual Reflection of Gastronomic Culture: Book and Magazine Illustrations, Advertising

**Mariya A. Rumyantseva**

Graduate Student,  
Faculty of World Languages and Cultures,  
Department of Cultural Studies, Pedagogy and Arts,  
F.M. Dostoevsky Russian Christian Humanitarian Academy,  
191023, 15, Fontanki river embankment, Saint Petersburg, Russian Federation;  
e-mail: mariia.rumi@gmail.com

### Abstract

The relevance of the topic is determined by interest in its study from the perspectives of visual studies, food studies, and everyday culture studies. Gastronomic illustration did not immediately accompany the description of cooking methods in culinary literature, but once it appeared, it played an important function, depicting new types of tableware coming into use and special food preparation tools, showing the stages of dish creation and serving. Botanical illustration was actively used in pharmacopoeias and botany books. The spread of botanical illustration reflected the 18th century turn towards the "pure taste" of fresh vegetables from the abundant use of spices, which became more accessible to wider population segments. Gradually, the pragmatic illustrative function of images was supplemented by new functions. Used in glossy magazines and advertising, images of eating practices applied established representations, and also themselves contributed to forming ideas about healthy food, prestigious forms of its consumption, and an ideal lifestyle, using associations with home, tradition, benefit, and nutritional value of food.

### For citation

Rumyantseva M.A. (2025) Vizual'noye otazheniye gastronomicheskoy kul'tury: knizhnyye i zhurnal'nyye illustratsii, reklama [Visual Reflection of Gastronomic Culture: Book and Magazine Illustrations, Advertising]. *Kul'tura i tsivilizatsiya* [Culture and Civilization], 15 (10A), pp. 89-95. DOI: 10.34670/AR.2025.14.34.012

## Keywords

Illustration, photography, gastronomic culture, cookbooks, everyday life, visual studies, food studies, botanical illustration, advertising.

## References

1. Drozdova S. B. The gastronomic text in Russia and Europe: from a cookbook to a blog // Scientific Forum: Philology, Art History and Cultural Studies. - 2018. pp. 15-20.
2. Istratova D. A., Rodina I. V. Modern culinary calendars in Russia and the West // Language. Text. Book. Yekaterinburg, 2018. pp. 46-57.
3. Kulazhenkova L. N. Orthoculture of the Louis XIV era // Traditional culture in the modern world. Food history and food traditions of the peoples of the world. - 2017. - pp. 154-160.
4. Drukovtsev S. V. Cookery notes. [Electronic resource]. Access mode:// <https://archive.org/details/druk-02/page/n25/mode/2up> (access date: 04.10.2025)
5. Curious monuments to food, established in Russia. [Electronic resource]. Access mode:// <https://cgon.rosпотреbnadzor.ru/istoriya/istoriya-sanitarnogo-prosveshcheniya/istoriya-pitaniya/lyubopytnye-pamyatniki-edu-ustanovlennye-v-rossii/> (access date: 04.10.2025)
6. From the sidelines to the top of the news: the most unusual "outdoor" from fast food brands. Sostav. [Electronic resource]. Access mode:// <https://www.sostav.ru/publication/unusual-fastfood-advert-23704.html> (access date: 04.10.2025)
7. Chistaya Liniya started delivering milk and ice cream throughout the Moscow region. Time Out. [Electronic resource]. Access mode:// <https://www.timeout.ru/msk/feature/495091> (access date: 04.10.2025)
8. 20+ the most unusual monuments to food in Russia [Electronic resource]. Access mode:// <https://www.kp.ru/russia/idei-dlya-otpuska/pamyatniki-edu/> (date of access: 04.10.2025)
9. Acton E. Modern cookery for private families. 1799-1859. University of Leeds. Library [Electronic resource]. Access mode:// <https://archive.org/details/b21506152/page/436/mode/2up> (access date: 04.10.2025)
10. Katz S. H., Weaver W. W. Encyclopedia of food and culture. Charles Scribner's Sons, 2003.
11. Riley G. Food in art: From prehistory to the renaissance. Reaktion Books, 2014. P. 67.
12. Sarah Elvins. History of Food Advertising. Oxford Research Encyclopedias. Food studies. [Electronic resource]. Access mode:// <https://oxfordre.com/foodstudies/display/10.1093/acrefore/9780197762530.001.0001/acrefore-9780197762530-e-88> (access date: 04.10.2025)
13. Clifford, Stephanie (October 6, 2009). "Condé Nast Closes Gourmet and 3 Other Magazines" [Electronic resource]. Access mode:// <https://www.nytimes.com/2009/10/06/business/media/06gourmet.html> (access date: 04.10.2025)
14. Cuba, Johannes von / Breydenbach, Bernhard von: Gart der Gesundheit, [Straßburg], [nach 1487.03.31 (?)]. [BSB-Ink W-97 - GW M09741]. Edition of 1487: Digitale Bibliothek - Münchener Digitalisierungszentrum. [Electronic resource]. Access mode:// <https://daten.digitalisierungs-zentrum.de/0003/bsb00032745/images/index.html?id=00032745&groesser=&fip=yztsxdsydxsdydwwqrsyztsxdsydewqsds&no=3&seite=201> (access date: 04.10.2025)
15. Godey's magazine v. 2 (Jan. - June 1831). Hathi Trust. [Electronic resource]. Access mode:// <https://babel.hathitrust.org/cgi/pt?id=nyp.33433081675450&seq=65> (access date: 04.10.2025)
16. Scappi, Bartolomeo. Opera. [Electronic resource]. Access mode:// <https://archive.org/details/operavenetiascap00scap/page/n15/mode/2up> (access date: 04.10.2025)
17. The Boston Cooking School magazine of culinary science and domestic economics. Hathi Trust. [Electronic resource]. Access mode:// <https://babel.hathitrust.org/cgi/pt?id=uc1.31158006174899> (access date: 04.10.2025)
18. The Englishwoman's domestic magazine v.1. Hathi Trust. [Electronic resource]. Access mode:// <https://babel.hathitrust.org/cgi/pt?id=uc1.10097034797&seq=1> (access date: 04.10.2025)