

УДК 316.73

DOI: 10.34670/AR.2026.35.53.008

## Концептуализация гастрономической идентичности как социокультурного конструкта

**Басте Диана Гиссовна**

Аспирант,  
кафедра философии и социологии,  
Адыгейский государственный университет,  
385000, Российская Федерация, Майкоп, ул. Первомайская, 208;  
e-mail: d.baste@mail.ru

### Аннотация

В условиях унификации культурных ландшафтов гастрономическая идентичность становится важным маркером уникальности территории. Вместе с тем пища и пищевые практики становятся основой для формирования, сохранения и конструирования идентичности региона или страны. В статье рассматривается сущность гастрономической идентичности как социокультурного конструкта. Особое внимание уделяется рассмотрению таких ключевых теоретических подходов к анализу гастрономической идентичности, как культурологический и семиотический подходы, социологические и социально-психологические теории, антропологические и интегративные подходы. Анализируются такие факторы формирования гастрономической идентичности, как природно-климатический, этноконфессиональный, историко-политический, экономический. Делается вывод о том, что гастрономическая идентичность представляет собой многомерный социокультурный конструкт, который находится в постоянном движении, балансируя между сохранением традиций и адаптацией к инновациям и глобальным трендам.

### Для цитирования в научных исследованиях

Басте Д.Г. Концептуализация гастрономической идентичности как социокультурного конструкта // Культура и цивилизация. 2026. Том 16. № 3А. С. 83-89. DOI: 10.34670/AR.2026.35.53.008

### Ключевые слова

Идентичность, гастрономия, культура, гастрономическая культура, гастрономическая идентичность, гастрономические практики, социокультурный конструкт, семиотика пищи, пищевые практики, региональная идентичность.

## Введение

Пища давно перестала восприниматься исключительно как способ утоления голода. В современном мире она превратилась в сложный социокультурный код, язык, с помощью которого сообщества транслируют свою историю, ценности и представления о самих себе. Особое значение этот феномен приобретает на региональном уровне, где в условиях культурной унификации обостряется интерес к локальному наследию. Гастрономическая идентичность региона или страны выступает не просто набором традиционных блюд, а динамичной системой, включающей технологии приготовления, пищевые ритуалы, символический капитал местных продуктов и способы их презентации вовне.

Гастрономическая идентичность представляет собой многогранное и динамичное явление, которое охватывает не только традиционные блюда и кулинарные практики, но и более широкие аспекты культурного наследия, социального взаимодействия и экономического развития.

Исследование гастрономической идентичности требует конкретизации теоретических подходов. Ряд авторов рассматривает гастрономическую идентичность региона как «совокупность особенностей существующих в нем гастрономических культур и придающих ему некую уникальность наряду с другими регионами. Гастрономическая идентичность представлена технологиями приготовления, подачи, потребления пищи, особенностями организации пищевой промышленности, особенностями функционирования агропромышленного комплекса, формами существующих гастрономических традиций. Гастрономическая идентичность региона ... зависит от природно-климатических, культурно-исторических, социально-экономических и технологических факторов развития территории» [Сильчева, Балынин, 2015, с. 86].

Аналогичной точки зрения придерживаются авторы, полагающие что «гастрономическая идентичность дестинации зависит от экономических и климатических условий региона, экологизации сельского хозяйства, религиозной принадлежности этнической группы» [Щербакова, Жданова, 2019, с. 126]. В научной литературе существует мнение, согласно которому «гастрономическая идентичность возникает там, где встречаются два фактора, а именно окружающая среда (климат и география) и культура (религия, история, этническое разнообразие, традиции, ценности)» [Сарафанова, Сарафанов, 2024, с. 79].

Гастрономическая культура становится важным инструментом привязки к конкретной территории, формируя гастрономическую идентичность через искусство приготовления пищи и совместного ее потребления. Следует подчеркнуть, что изменение потребительских предпочтений населения и экологические факторы оказывают влияние на трансформацию гастрономической идентичности.

## Основная часть

Изучение гастрономической идентичности опирается на междисциплинарный фундамент, объединяющий теории из культурологии, социологии, антропологии, семиотики и психологии. В основе лежит понимание пищи не просто как биологической субстанции, а как сложной знаковой системы и социокультурного конструкта, который активно участвует в формировании и поддержании как индивидуальной, так и коллективной идентичности.

Становление гастрономической проблематики в культурологии и социологии имеет глубокие теоретические предпосылки. Выделим три ключевых теоретических подхода и

основания, структурированные для понимания этой многогранной области.

1. *Культурологический и семиотический подходы* рассматривают гастрономическую культуру как важнейший идентификационный код, который позволяет маркировать принадлежность к той или иной культуре и отличать «своих» от «чужих».

Согласно М.И. Козьяковой, гастрономическая культура включает в себя не только набор продуктов, но и технологии их обработки, способы потребления, организацию трапез и этикетные нормы [Козьякова, 2021]. Вся эта совокупность выступает маркером типа национальной культуры.

Пища представляет собой сложную семиотическую систему, где каждое блюдо, продукт или способ приготовления обладают знаковым содержанием, выходящим далеко за пределы утилитарного насыщения. К. Леви-Стросс утверждает, что кулинария – это язык, на котором общество бессознательно выражает свою структуру. По его словам, «в каждом обществе приготовление пищи служит языком, на котором общество бессознательно раскрывает свою структуру... Мы-то, что мы едим...» [Леви-Стросс, 2006]. Он разработал концепцию «кулинарного треугольника» (сырое, вареное, гнилое), показывающую, как способы приготовления пищи несут в себе глубокий культурный смысл. Р. Барт, в свою очередь, подчеркивает, что такие, казалось бы, простые продукты, как картофель, могут быть «ностальгичны и патриотичны», становясь национальным символом [Барт, 2010].

Более того, пища вписана в национальную систему ценностей, поскольку не только утоляет голод, но и транслирует ценностные ориентации и архетипы массового сознания.

2. *Социологические и социально-психологические теории* (социальной идентичности, дискурсивной идентичности, диалектики «свой» vs «чужой» и стереотипизации, социальной и гендерной дифференциации) рассматривают идентичность через группу и различие. Здесь акцент делается на том, как пища и пищевые практики конструируют социальные связи, иерархии и групповую идентичность.

Так, теория социальной идентичности (А. Тэшфел, Дж. Тернер) является ключевой для понимания гастрономической идентичности. Она постулирует, что индивиды определяют свою самость через принадлежность к социальным группам, создавая категории «мы» и «они» [Тэшфел, Тернер, 1986]. Пищевые предпочтения служат одним из ярких маркеров такой групповой принадлежности. Именно на этом базируется понятие «гастрополитики», когда государства или сообщества используют кухню для проекции национальной гордости и укрепления единства.

Современные исследователи, такие как Карлос Дель Позо Арана, полагают, что идентичность – это не статичная данность, а непрерывный процесс конструирования, который происходит внутри дискурса [Del Pozo Arana, 2022]. Гастрономия в этом смысле становится одним из таких дискурсов – полем, где человек рассказывает себе и другим, кто он есть и кем не является.

Представляется, что идентичность всегда строится в оппозиции к Другому, что в гастрономической сфере проявляется в формировании этнических стереотипов (например, французы – «лягушатники», итальянцы – «макаронники»). Н.А. Тихонова подчеркивает, что анализ стереотипов в отношении своей и чужой гастрономической культуры позволяет реконструировать социальные представления и устойчивые черты этнической группы [Тихонова, 2011]. Исследователи также описывают этот процесс как постоянное (пере)определение Себя и Другого через стереотипизацию и непонимание.

Более того, гастрономические практики маркируют социальный статус и гендерные роли. Классическим примером из литературы служит контраст между простой кашей Константина

Левина и изысканными блюдами Стивы Облонского у Л.Н. Толстого в романе «Анна Каренина». Кроме того, как отмечается в современных исследованиях, приготовление пищи исторически закрепляло гендерные роли: вареная пища ассоциировалась с домашним, женским миром, а жареная – с публичным, мужским.

3. *Антропологические и интегративные подходы* пытаются синтезировать различные элементы, чтобы объяснить, как именно формируется гастрономическая идентичность того или иного региона или сообщества.

Р. Харрингтон предложил одну из первых комплексных моделей для определения гастрономической идентичности. Согласно его модели, она формируется под влиянием двух групп доминирующих факторов: элементы окружающей среды (география и климат, которые определяют доступные сельскохозяйственные продукты); доминирующие культурные элементы (религия, история, уровень этнического разнообразия) [Harrington, 2005]. Эти базовые факторы, взаимодействуя с трендами, модой и внешними влияниями, и создают уникальный гастрономический облик территории.

В социогуманитарной науке подчеркивается, что гастрономическая идентичность не статична, она эволюционирует под влиянием миграций, глобализации и инноваций. И.В. Сохань, например, исследует, как традиционная гастрономическая культура трансформируется под натиском фастфуда, который является нейтральной пищей и меняет характер гастрономических коммуникаций [Сохань, 2013]. Миграционные процессы, в свою очередь, ведут к культурному обмену, когда блюда переселенцев из маргинальных становятся частью массовой культуры.

Таким образом, анализ гастрономической идентичности представляет собой одно из активно развивающихся направлений в культурологии и социологии. Исследователи рассматривают пищу не просто как способ утоления голода, а как сложную систему коммуникации, маркер социального статуса и инструмент формирования как индивидуальной, так и коллективной идентичности. В ответ на глобализационные процессы и культурную гомогенизацию, интерес к тому, как пища определяет «я» и «мы», только возрастает.

Далее обратимся к факторам формирования гастрономической идентичности. Становление уникального гастрономического ландшафта территории обусловлено комплексом факторов. Вслед за исследователями выделим следующие:

- природно-климатический: именно климат определяет базовый набор продуктов: в субтропиках преобладает растительная пища, в то время как в северных широтах формируется потребность в высококалорийной пище, что ведет к развитию животноводства и специфических технологий обработки (томление в русской печи и т.д.);

- этноконфессиональный: религиозные запреты и предписания (пост в православии, халяль в исламе, кашрут в иудаизме) структурируют повседневные и праздничные практики питания;

- историко-политический: войны, колонизация и миграция приводят к синтезу кулинарных традиций. Примером служит влияние испанских завоевателей на формирование уникального типа латиноамериканских кухонь или распространение интернациональных кухонь в Европе;

- экономический: развитие пищевой промышленности и агропромышленного комплекса формирует «вкус» региона: рыбные хозяйства в Японии или мясомолочное производство в степных зонах России закрепляют соответствующие продукты в повседневном рационе [Сильчева, 2015].

В анализируемом контексте следует подчеркнуть, что инструментом конструирования идентичности становится гастрономический туризм. Как отмечают исследователи, именно местная пища, основанная на гастрономической идентичности, является важнейшим

компонентом «памятных моментов» для туриста и способом выделиться в растущей конкуренции между территориями [Сарафанова, 2024]. Традиционные продукты питания все чаще включаются в категории нематериального культурного наследия, что придает им дополнительный символический вес.

## Заключение

Теоретические основания изучения гастрономической идентичности представляют собой синтез идей из культурологии и социологии. Ключевыми выводами являются:

- идентичность через пищу конструируется и проявляется на нескольких уровнях (индивидуальном, групповом, национальном и глобальном);
- пища является знаком и символом, требующим культурной интерпретации в рамках семиотики и аксиологии;
- процесс гастрономической идентификации носит динамичный, дискурсивный и изредка оппозиционный характер («свой – чужой»);
- формирование гастрономической идентичности зависит от сложного комплекса природных, экономических, исторических и культурных факторов.

Эти теоретические рамки позволяют исследовать конкретные феномены – от роли конкретного ресторана в укреплении национальной гордости до восприятия инноваций в устоявшихся кулинарных традициях региона или страны.

Таким образом, гастрономическая идентичность представляет собой многомерный социокультурный конструкт, который находится в постоянном движении, балансируя между сохранением традиций и адаптацией к инновациям и глобальным трендам. Исследование гастрономических ландшафтов позволяет культурологам и социологам фиксировать глубинные социально-экономические и социокультурные процессы, происходящие в регионе или стране. Понимание механизмов формирования гастрономической идентичности необходимо для выработки эффективной культурной политики, направленной на сохранение локального своеобразия и устойчивое развитие территорий, где гастрономия выступает не только как отрасль экономики, но и как социальный конструкт, организующий коллективный опыт и память.

Перспективными направлениями дальнейших исследований представляются анализ цифровых репрезентаций гастрономической идентичности, изучение трансформации традиционных пищевых практик в условиях миграции, а также разработка методологии оценки культурного воздействия гастрономических проектов.

## Библиография

1. Барт Р. Мифологии. М.: Академический проект, 2010. 351 с.
2. Козьякова М. И. Гастрономическая культура как фактор идентичности // Материалы V Международного научно-практического симпозиума «История еды и традиции питания народов мира»: сборник статей. М.: Новое время, 2021. С. 220-227.
3. Леви-Стросс К. Мифологии: Сырое и приготовленное. М.: FreeFly, 2006. 398 с.
4. Сарафанова А. Г., Сарафанов А. А. Гастрономическая идентичность регионов: специфика и примеры // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: География. Геоэкология. 2024. № 4. С. 79-84.
5. Сильчева Л. В., Балынин К. А. Гастрономическая идентичность региона. Сущность и практическое значение // Естественные и математические науки в современном мире. 2015. С. 86-92.
6. Сохань И. В. Деконструкция современной гастрономической культуры: тоталитет фастфуда // Человек. 2013. № 2. С. 137-150.
7. Тихонова Н. А. Стереотипы в отношении гастрономии как маркеры культурной идентичности // Исторические,

- философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2011. № 6 (12): в 3-х ч. Ч. III. С. 183-185.
8. Щербакова Н. В., Жданова О. В. Гастрономическая идентичность как инструмент продвижения туристской дестинации // Сервис в России и за рубежом. 2019. № 1. С. 125-135.
  9. Del Pozo Arana C. A. How to define gastronomic identity from Cultural Studies: the Peruvian case // International Journal of Gastronomy and Food Science. 2022. Т. 27. № 1.
  10. Harrington R. J. Defining gastronomic identity // Journal of Culinary Science & Technology. 2005. No. 4. P. 129-152.
  11. Tajfel H., Turner J. C. The social identity theory of intergroup behavior // Psychology of Intergroup Relations. Chicago: Nelson-Hall, 1986. P. 7-24.

## Conceptualization of Gastronomic Identity as a Sociocultural Construct

**Diana G. Baste**

Postgraduate Student,  
Department of Philosophy and Sociology,  
Adyge State University,  
385000, 208, Pervomayskaya str., Maykop, Russian Federation;  
e-mail: d.baste@mail.ru

### Abstract

In the context of the unification of cultural landscapes, gastronomic identity is becoming an important marker of a territory's uniqueness. At the same time, food and food practices become the basis for the formation, preservation, and construction of the identity of a region or country. The article examines the essence of gastronomic identity as a sociocultural construct. Special attention is paid to the consideration of such key theoretical approaches to the analysis of gastronomic identity as cultural and semiotic approaches, sociological and socio-psychological theories, anthropological and integrative approaches. Factors in the formation of gastronomic identity such as natural-climatic, ethno-confessional, historical-political, and economic factors are analyzed. It is concluded that gastronomic identity is a multidimensional sociocultural construct that is in constant motion, balancing between the preservation of traditions and adaptation to innovations and global trends.

### For citation

Baste D.G. (2026) Kontseptualizatsiya gastronomicheskoy identichnosti kak sotsiokulturno go konstrukta [Conceptualization of Gastronomic Identity as a Sociocultural Construct]. *Kultura i tsivilizatsiya* [Culture and Civilization], 16 (3A), pp. 83-89. DOI: 10.34670/AR.2026.35.53.008

### Keywords

Identity, gastronomy, culture, gastronomic culture, gastronomic identity, gastronomic practices, sociocultural construct, semiotics of food, food practices, regional identity.

### References

1. Bart, R. (2010). Mifologii [Mythologies]. Akademicheskiy Proekt.
2. Del Pozo Arana, C. A. (2022). How to define gastronomic identity from Cultural Studies: The Peruvian case. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 27(1).
3. Harrington, R. J. (2005). Defining gastronomic identity. *Journal of Culinary Science & Technology*, (4), 129-152.
4. Kozyakova, M. I. (2021). Gastronomicheskaya kultura kak faktor identichnosti [Gastronomic culture as a factor of

- 
- identity]. In *Materialy V Mezhdunarodnogo nauchno-prakticheskogo simpoziuma «Istoriya edy i traditsii pitaniya narodov mira»* (pp. 220-227). *Novoye Vremya*.
5. Levi-Strauss, K. (2006). *Mifologiki: Syroe i prigotovlennoe* [Mythologies: The Raw and the Cooked]. FreeFly.
  6. Sarafanova, A. G., & Sarafanov, A. A. (2024). *Gastronomicheskaya identichnost' regionov: spetsifika i primery* [Gastronomic identity of regions: Specific features and examples]. *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Geografiya. Geoekologiya*, (4), 79-84.
  7. Shcherbakova, N. V., & Zhdanova, O. V. (2019). *Gastronomicheskaya identichnost' kak instrument prodvizheniya turistskoy destinatsii* [Gastronomic identity as a tool for promoting a tourist destination]. *Servis v Rossii i za rubezhom*, (1), 125-135.
  8. Silcheva, L. V., & Balynin, K. A. (2015). *Gastronomicheskaya identichnost' regiona. Sushchnost' i prakticheskoe znachenie* [Gastronomic identity of a region. Essence and practical significance]. *Estestvennye i matematicheskie nauki v sovremennom mire*, 86-92.
  9. Sokhan, I.V. (2013). *Dekonstruksiya sovremennoy gastronomicheskoy kultury: totalitet fastfuda* [Deconstruction of modern gastronomic culture: The totality of fast food]. *Chelovek*, (2), 137-150.
  10. Tajfel, H., & Turner, J. C. (1986). *The social identity theory of intergroup behavior*. In *Psychology of Intergroup Relations* (pp. 7-24). Nelson-Hall.
  11. Tikhonova, N. A. (2011). *Stereotipy v otnoshenii gastronomii kak markery kulturnoy identichnosti* [Stereotypes in relation to gastronomy as markers of cultural identity]. *Istoricheskie, filosofskie, politicheskie i yuridicheskie nauki, kul'turologiya i iskusstvovedenie. Voprosy teorii i praktiki*, 6(12)/III, 183-185.