

INTERNET JOURNALISM

<https://doi.org/10.17721/2522-1272.2020.76.6>

UDC 007:659.3:642.5:004.738.5

Gastronomic Culture Presentation in the Social Networks

Serhiy Neilenko

*PhD. (technic. sci), Senior Lecture,
Kyiv National University of Culture and Arts, Yevhen Konovalets Str., 36, Kyiv, 01601 Ukraine.
ORCID ID: 0000-0002-7282-2682*

Corresponding author's e-mail address: nsm110986@gmail.com

ABSTRACT

The objective of the study is to examine the presentation of gastronomic culture in the information space. The task of the study is to analyze the current state of presentation of gastronomic culture in social networks. The *main methods* used for theoretical research were theoretical and methodological analysis of the problem as well as monitoring and generalization of social networks that present gastronomic culture. *Results & Conclusions.* The current state of presentation of gastronomic culture in social networks is analyzed. It has been ascertained that gastronomic culture is represented by the diverse views of both professionals and amateurs; the internet videos in social networks reflect not only the cultural status of the present, but also have an impact significantly on its formation and determine the system of evaluation and directions for development of culinary culture. Thus, they become a significant factor in formation and dissemination of ideas about what the food and culture of its consumption should be. This gives grounds to state that cooking videos in the internet are now becoming one of the central and most effective ways of establishing the norms of gastronomic culture in the society. The cooking videos should be considered as special forms of gastronomic presentation, closely connected to the dominants of socio-cultural context, which fix and disseminate the norms of gastronomic culture, thereby ensuring its sustainability.

KEYWORDS: gastronomic culture; culinary; culture; mass media space; national cuisine; social networks.

УДК 007:659.3:642.5:004.738.5

Презентація гастрономічної культури в соціальних мережах

Неїленко Сергій Михайлович, Київський національний університет культури і мистецтв, кандидат технічних наук, старший викладач.

Резюме

Мета дослідження полягає в огляді відображення гастрономічної культури в інформаційному просторі. Завданням дослідження є проаналізувати сучасний стан презентації гастрономічної культури у соціальних мережах. Основними *методами*, які було використано для проведення теоретичного дослідження, стали теоретико-методологічний аналіз проблеми та моніторинг й узагальнення соціальних мереж, які висвітлюють гастрономічну культуру. *Результати і висновки.* Проаналізовано сучасний стан презентації гастрономічної культури у соціальних мережах. Встановлено, що гастрономічна культура представлена різноманітними поглядами як професіоналів, так і аматорів; інтернет-ролики у соціальних мережах не лише відображають культурний стан сучасності, а й суттєво впливають на її формування, визначають систему оцінювання і напрями розвитку кулінарної культури. Тим самим вони стають значущим чинником формування і трансляції уявлень про те, якою повинна бути їжа та культура її споживання. Це дає підстави стверджувати, що кулінарні інтернет-ролики нині стають одним з центральних і найбільш дієвих способів утвердження норм гастрономічної культури в суспільстві. Кулінарні інтернет-ролики варто розглядати як особливі форми гастрономічної презентації, тісно пов'язані з домінантами актуального соціокультурного контексту, які фіксують і транслиують норми гастрономічної культури, забезпечуючи тим самим її стійкість.

Ключові слова: гастрономічна культура; кулінарія; культура; масмедійний простір; національна кухня; соціальні мережі.

Неїленко С. М. Презентация гастрономической культуры в социальных сетях

Цель исследования заключается в отображении гастрономической культуры в информационном пространстве. Задача исследования состоит в анализе современного состояния презентации гастрономической культуры в социальных сетях. Основными *методами*, которые были использованы для проведения теоретического исследования, стали теоретико-методологический анализ проблемы, мониторинг и обобщение социальных сетей, освещающих гастрономическую культуру. *Результаты и выводы.* Проанализировано современное состояние презентации гастрономической культуры в социальных сетях. Установлено, что гастрономическая культура представлена различными взглядами как профессионалов, так и любителей; интернет-ролики в социальных сетях не только отражают культурное состояние современности, но и существенно влияют на ее формирование, определяют систему оценки и направления развития кулинарной культуры. Тем самым они становятся значимым фактором формирования и трансляции представлений о том, какой должна быть еда и культура ее потребления. Это дает основание утверждать, что кулинарные интернет-ролики сейчас становятся одним из центральных и наиболее действенных способов утверждения норм гастрономической культуры в обществе. Кули-

нарные интернет-ролики следует рассматривать как особые формы гастрономической презентации, тесно связанные с доминантами актуального социокультурного контекста, которые фиксируют и передают нормы гастрономической культуры, обеспечивая тем самым ее устойчивость.

Ключевые слова: гастрономическая культура; кулинария; культура; массмедийный пространство; национальная кухня; социальные сети.

1. Вступ

Сучасні інформаційні технології відіграють істотну роль у процесі віртуалізації гастрономічної культури. Віртуалізація – соціокультурний феномен, що формується й еволюціонує під впливом технічних інновацій та інформаційно-технологічної революції. Як інноваційне явище, соціокультурна віртуалізація систематично трансформує суспільно-культурне середовище. У суттєвих аспектах віртуалізація суспільства повинна поєднуватися з прогресом його культурологічного осмислення, духовної культури, розвитком соціального інтелекту. Соціальні мережі створюють не лише новий тип культури, що характеризується всеохопним проникненням в життя сучасної людини, а й певною мірою формує національну культуру [1]. Середовищем, у якому швидше за інші форми культури виявляється прагнення до цілісного світосприйняття, є мистецтво, яке особливим чином враховує природу людського сприйняття [2; 3]. Саме тому проблему діалогу та пошуку нової ідентичності з найбільшою гостротою та ефективністю осмислюються в сучасному візуальному мистецтві, одним з основних виразників якого є інтернет-ролики [4].

Під впливом процесу інформатизації культура «занурюється» в новий багатовимірний кіберпростір, віртуальний світ. Наслідком цього став процес віртуалізації сучасної культури, а також її феноменів та інститутів, зокрема освіти як транслятора соціально-культурного досвіду. Крім того, в останні десятиліття в світогляді й поведінці молоді відбуваються значні зміни, пов'язані з впливом на їх свідомість масової культури [5]. Сучасна людина, вихована телебаченням та іншими засобами масової комунікації, первантажена готовими образними структурами, які часто неадекватно інтерпретують факти, позбавляється можливості самостійно мислити, критично оцінювати, раціонально визначати свій соціально-культурний і духовний розвиток.

Мета статті полягає в огляді відображення гастрономічної культури в інформаційному просторі. Завданням дослідження є проаналізувати сучасний стан презентації гастрономічної культури у соціальних мережах.

2. Теоретичне підґрунтя

Цьому напрямку дослідження присвячені праці Ф. Броделя, П. Бурдьє, Т. Веблена, Л. Гончар, Г. Зімеля, М. Капкана, С. Кириленко, І. Комарницького, Е. Ліча, М. Монтанарі, О. Плюти, М. Поплавського, Ж.-Ф. Ревеля, В. Русавської [6-11]. Більшість досліджень гастрономічної культури аналізують відображення її у літературних творах, кінофільмах та телевізійних шоу, проте немає аналізу проявів гастрономічної культури в інформаційному просторі. Проте, зважаючи на популярність інтернету, є актуальним дослідження відображення гастрономічної культури в соціальних мережах.

3. Методи дослідження

Основними методами, які було використано для проведення теоретичного дослідження, стали дедукція, індукція, експрес-аналіз, теоретико-методологічний аналіз проблеми, моніторинг та узагальнення соціальних мереж, які висвітлюють гастрономічну культуру.

4. Результати і обговорення

Найбільш популярною візуалізованою соціальною мережею є «Ютуб». В цій мережі налічується більше 330 каналів гастрономічного спрямування із понад 50 млн. послідовувачів [12]. Користувачі можуть додавати, передивлятися і коментувати ті чи інші відеозаписи. Завдяки простоті та зручності використання ютуб став одним із найпопулярніших місць для розміщення відеофайлів. Мережа містить як професійні, так і аматорські відеозаписи, включаючи відеоблоги. Розглянемо найбільш популярні гастрономічні канали на ютуб.

Українська гастрономічна культура активно представлена на каналі фуд-блогера Ольги Матвій⁹. Вона доносить інформацію про виготовлення українських страв без використання професійної термінології, щоб було доступно кожному глядачеві. Так акцентується увага на культурі приготування українських страв та історії їх виникнення. Наприклад, автор розказує особливості приготування вареників, як вибирали фарш до них для сімейних подій чи свят або етимологію слова борщ.

На британському каналі «Фуд Тюб»¹⁰ відомий сучасний кулінар Джеймі Олівер надає колегам та кулінарам-початківцям основи кулінарології. На фуд тюб можна знайти описи технології страв різної складності, причому акцентується увага на сучасних способах обробки кулінарної сировини.

Львів'янка Маріанна Душар на власному каналі¹¹ розповідає про культурні особливості регіону та страви національної української кухні. Оскільки у місті століттями проживали представники різних народностей: вірмени, євреї, австрійці, поляки, італійці, французи, араби, то приділяється увага походженню страв цих народів, наприклад, пажиброда, форшмак, андрути, флячки, лазанки, паштети, цукати. Гастрономічна культура, на думку автора, полягає в умінні відрізнити якісне від неякісного, в розумінні процесів, які відбуваються з продуктом під час приготування.

Гастрокультурний інтерес викликає канал «Рецепти бабусі Емми»¹². Не зважаючи на доволі аматорську назву, автор каналу є професійним кулінаром. Бабуся Емма – колишня шкільна вчителька, яка все життя викладала дітям фізику, а паралельно збирала кулінарні рецепти. Бабуся Емма поступила в Кулінарний інститут Америки (CIA) і, отримавши диплом, почала працювати в нью-йоркських ресторанах. А в 2011 р. заснувала власний канал на ютуб. У контенті каналу значна увага приділяється стравам слов'янських та середньоазійських національних кухонь, що є нетиповим для американського контенту. Багато матеріалу вона бере із власної книги, присвяченої культурі світової кулінарії.

Автор каналу «Обломофф» з 2010 р. викладає свої відеорецепти¹³. Їх тематика коливається від м'ясних страв до десертів. Крім кулінарних майстер-класів, Олег Обломов подає огляди про харчові продукти і сервіси доставки їжі. Цікава аудиторія каналу – ку-

⁹ Канал Ольги Матвій. - https://www.youtube.com/channel/UCZEQXoz7G4sPniv_hJbVhw

¹⁰ Канал Джеймі Олівера. - <https://www.youtube.com/user/JamieOliver>

¹¹ Канал Марії Душар. - https://www.youtube.com/watch?v=FxoomOJx8_k

¹² Канал «Рецепти бабусі. - Емми» <https://www.youtube.com/channel/UCJWMFd7J8nug8ehS1no--Ew>

¹³ Канал «Oblohoff». - <https://www.youtube.com/channel/UC5hcH25pD-rglQvzErgE7A>

лінари-аматори, для яких автор пояснює приготування страв в домашніх умовах. Також канал корисний для перегляду з метою збагачення знань щодо гастрономічної культури, оскільки автор передає досвід приготування національних страв різних кухонь.

«Бон Апетит» – це велике кулінарне співтовариство, в якому презентують технології простих десертів і закусок¹⁴. Наводяться відео приготування різноманітних коктейлів, а також розповідається про їх історію.

На власному каналі Євгеній Клопотенко ділиться своїми рецептами і емоціями, розповідає про кулінарні традиції і власний гастрономічний досвід¹⁵. Чим смачніше їжа, тим цікавіше жити, вважає Євгеній Клопотенко. Він створює ресторанный страви і розкриває секрети ресторанної справи у своїх відео.

Особливістю Олександра Сляднева є в тому, що він один з перших фотографів в Україні з гастрономічною спеціалізацією. На його ютуб-каналі¹⁶ можна ознайомитися з відео про страви з кращих ресторанів планети, у тому числі й України. Одного разу, сидячи в одному з численних одеських ресторанів, Олександр замислився над історією і процесом створення страв, готових до подання гостю. Так народився унікальний проєкт «Фуд енд Чіф», в якому автор ділиться враженнями від бесід із зоряними шеф-кухарями і розповідає цікаві факти створення тих або інших страв, що дає змогу зрозуміти сучасну культуру гастрономії.

Ще однією сучасною популярною соціальною мережею є «Інстаграм». Ця соціальна мережа базується на поширенні фотографій та наданні короткої інформації до них. Це впливає на розвиток мистецтва візуалізованого представлення страв та закладів ресторанного господарства у мережі інтернет. Інстаграм налічує понад 450 тис. фуд-блогерів, в яких кількість послідовувачів досягає 7 млн. [13]. Користувачі можуть додавати свої коментарі до фотографій, а отже, це сприяє культурному діалогу між професіоналами та початківцями ресторанної справи. Тож розглянемо найбільш популярні гастрономічні сторінки в мережі «Інстаграм».

Одним з найпопулярніших «Інстаграм» блогерів є Джеймі Олівер в якого на даний час більше 6,5 млн. послідовувачів¹⁷. На цьому каналі можна знайти технології страв різної складності, значна увага приділяється сучасному тренду щодо здорового харчування.

Ідафроск¹⁸: в цьому блозі можна знайти барвисті фото страв, які стануть справжнім натхненням для будь-якого кухаря рівня. Як говорить автор блогу «Їжа як мистецтво, як спосіб творити і приносити не тільки гастрономічне, а й естетичне задоволення».

«Спун Форк Бейкон»¹⁹ є провідним блогом серед фуд-стилістів і фотографів, вони підкорюють кулінарний олімп домашньої їжі. Разом дівчата-авторки створюють абсолютно різні страви від простого печива до салатів. Завдяки художньому таланту обох, вироби виходять не тільки смачні, а і неймовірно гастрономічно красиві. Всі рецепти можна знайти в блозі. Вони будуть корисні для кожного кухаря.

Інстаграм-блог «Фуд Репаблік»²⁰ відрізняється гастрономічною оригінальністю. Як на сайті, так і в профілі можна знайти не тільки цікаві варіації сендвіча або чімічуррі, а й місце, в якому ними можна поласувати, рецензії та практично енциклопедичні викладки

¹⁴ Канал «Bon Appetit». - <https://www.youtube.com/channel/UC4gxFebK3s9fCW5ehkMhCUQ>

¹⁵ Канал Євгенія Клопотенко. - <https://www.youtube.com/channel/UC6Pbd8waSQ0TNO3xCLy8hg>

¹⁶ Канал Олександра Сляднева. - <https://www.youtube.com/channel/UCFAVao2OVjQ9-4AUNYNhAgg>

¹⁷ Сторінка Jamie Oliver. - <https://www.instagram.com/jamieoliver/?hl=ru>

¹⁸ Сторінка Idafrosk. - <https://www.instagram.com/idaafrosk/?hl=ru>

¹⁹ Сторінка Spoon Fork Bacon <https://www.instagram.com/spoonforkbacon/?hl=ru>

²⁰ Сторінка Food Republic. - <https://www.instagram.com/foodrepublic/?hl=ru>

про ту або іншу страву. В цьому блозі продемонстровано великий досвід у гастрономічній культурі.

Меттью Дженнінгс – засновник «Фармстед Інкорпорейтид»²¹ має великий досвід в кулінарії. До кожної страви він ставиться серйозно, любить експериментувати, щоб створити нову страву. В своєму інстаграмі наводить велику кількість різноманітних рецептів, які підійдуть як аматорам, так і професіоналам гастрономії.

В інстаграм-блозі (Eeddbbmm) Ділан показує страви переважно з риби,²² яка корисна для здоров'я завдяки фосфору й омега жирним кислотам. Одним з цікавих постів був запис, присвячений рибному чікарроне з соусом мулата, який, виявляється, придумали будівельники Панамського каналу. Ділан багато подорожує, а отже, має рецепти з різних куточків світу. Ці рецепти доступні кожному, подані просто, а отже, будуть цікаві для будь-якої аудиторії користувачів.

Фуд-блогер і фотограф Амелі в своєму профілі зефудаліст (thefoodalist)²³ розповідає про відомих шеф-кухарів, показує кухню «зсередини», а також ділиться фотографіями неймовірних страв. Канал буде корисний для вивчення кухні з середини, а також для тих, хто прагне знати, як облаштувати кухню для свого ресторану.

Нуср_ет (Nusr_et)²⁴ Нусрет Гьокче прославився в соціальних мережах завдяки своєму незвичайному способу соління м'яса. У його профілі можна знайти багато цікавих фото, а також відео, в якому він показує як правильно обробляти м'ясо.

«Досить просто набивати шлунок, почніть смакувати їжу!» – закликає Маріанна Душар – автор блогу «Рецепти від пані Стефі»²⁵. Маріанна народилася у Львові і розповідає про культурні особливості рідного регіону, закликає не забувати страви, які прикрашали столи наших бабусь. Гастрономічна культура, на думку автора, полягає в умінні відрізнити якісне від неякісного, в розумінні процесів, які відбуваються з продуктом при приготуванні – що трапляється з морквою на сковорідці і чому бісквіт не піднімається. На окрему увагу заслуговує мова, яку Маріанна вживає в блозі, неординарний підхід в подачі матеріалу, виняткову увагу до деталей – все це робить її блог унікальним ресурсом.

Кімберлі – американська фотограф і авторка барвистого блогу «Зе Йер ін Фуд»²⁶ з приголомшливими портфоліо і рецептами. Її інстаграм немов гастрономічна подорож на природу. На її каналі можна знайти рецепти таких страв: домашнє печиво з розмарином, кремова кава з кокосовим молоком і пряний кальмар на грилі.

Щеє один інстаграм-блогер – Андрій Рудько – організатор кулінарних майстер класів. Він веде блог про смачну їжу з покроковими рецептами, подорожах і стилі життя²⁷. Він ділиться кулінарними секретами і трюками, за допомогою яких можна приготувати смачні страви. А також робить огляди різної кухонної техніки в своєму інстаграм. На аккаунті переважають перепти висококалорійними десертами

На просторах інстаграм є канали для вегетеріанців. Одним з таких прикладів є канал «Бест ов віген»²⁸ – рецепти на кожен день. Цей обліковий запис ідеальний: тут і рисові роли з авокадо і перцем як закуска, і веганські тортілья з бобами, і морквяний пиріг з

²¹ Сторінка Меттью Дженнінгс. - <https://www.instagram.com/matthewjennings/?hl=ru>

²² Сторінка Eeddbbmm. - <https://www.instagram.com/eeddbbmm/>

²³ Сторінка Thefoodalist. - <https://www.instagram.com/thefoodalist/?hl=ru>

²⁴ Сторінка nusr_et. - https://www.instagram.com/nusr_et/?hl=ru

²⁵ Сторінка Рецепти від пані Стефі. - <https://www.instagram.com/panistefa/?hl=ru>

²⁶ Сторінка The Year In Food. - <https://www.instagram.com/kimberleyhasselbrink/?hl=ru>

²⁷ Сторінка Андрія Рудька. - https://www.instagram.com/andreich_ru/

²⁸ Сторінка Best of Vegan. - <https://www.instagram.com/bestofvegan/?hl=ru>

ваніллю на десерт, і безліч інших страв. Майже всі рецепти доволі прості у виконанні і готуються не більше 45 хвилин.

Ще однією популярною соціальною мережею є «Твіттер» в якому є багато постів та каналів о гастрономічній культурі від різних кухарів світу. Одним з таких каналів є «Ай-фуд».²⁹ Тут є все що стосується кухні, гастрономії, кулінарії, культури харчування. Редакція регулярно публікує яскраві рецепти. Тут можна також знайти безліч гастрономічних лайфхаків, підказок і просто корисної інформації про правильне і неправильне харчування, інструкцій (наприклад, як відрізнити підроблені продукти), календарів харчування (наприклад, на Великий піст). І головне – все актуально і по сезону.

Звісно, в цій мережі є також і найвідоміший у світі британський кулінар, на якого підписані понад 5 млн користувачів твіттер. Олівер – досить молода людина, але вже встиг прославитися як один з найталановитіших кухарів. Він любить готувати, любить свою справу і охоче пише про це в твіттер³⁰. Постить, як правило, сюди кілька разів на день, його блог цілком присвячений високій кухні і кулінарній індустрії. Олівер публікує власні рецепти різноманітних страв, ретвіти інших гастрономічних акаунтів. Олівер в останні роки активно займається громадською діяльністю в гастрономічній сфері, що помітно по його твіттер. Він постить різні дані і статистику щодо харчових звичок британців, особливо зі сфери дитячого харчування. Всі рецепти дня від Джеймі Олівера можна знайти по хештегом *jamieoliver*.

Блог, цілком присвячений російській кухні, – «РашнФуд_ком»³¹. Пирogi, салати, булочки, кулеб'яки, багато рибних страв, щі та інші супи – все, що їли багато століть на території всієї Російської імперії, в тому числі, і Кавказі, можна зустріти тут. Російська їжа – це все, що їдять – ось девіз проекту.

Твіттер-блог гастрономічного проекту «пате.ру»³². Тут все просто: досить вибрати вподобане блюдо по фотографії в твіттер, а далі залишається тільки перейти до докладної покрокової фотоінструкції. Рецепти – найрізноманітніші, від гастрономічних надмірностей до інструкцій, як засолити сало в домашніх умовах.

5. Висновки

Проаналізовано сучасний стан відображення гастрономічної культури у соціальних мережах. Встановлено, що гастрономічна культура представлена різноманітними поглядами як професіоналів, так і аматорів; інтернет-ролики у соціальних мережах не лише відображають культурний стан сучасності, а й суттєво впливають на її формування, визначають систему оцінювання і напрями розвитку кулінарної культури. Тим самим вони стають значущим чинником формування і трансляції уявлень про те, якою повинна бути їжа та культура її споживання. Це дає підстави стверджувати, що кулінарні інтернет-ролики нині стають одним з центральних і найбільш дієвих способів утвердження норм гастрономічної культури в суспільстві.

Кулінарні інтернет-ролики варто розглядати як особливі форми гастрономічної презентації, тісно пов'язані з домінантами актуального соціокультурного контексту, які фіксують і транслиують норми гастрономічної культури, забезпечуючи тим самим її стійкість.

²⁹ Сторінка *aifood*. - <https://twitter.com/aifood>

³⁰ Сторінка Джеймі Олівера. - <https://twitter.com/jamieoliver>

³¹ Сторінка *RussianFood_com*. - https://twitter.com/russianfood_com

³² Сторінка *Patee.ru*. - <https://twitter.com/alisapol>

References

1. Hrubykh, K.V. (2017), *Communication Technologies of Telepresentation of Ukrainian Cuisine*, Abstract of the PhD diss. (sci. in soc.com.), Kyiv National University of Culture and Art, Kyiv, 17 p.
2. Nabrusko, I. (2016), "The imperative nature of gastronomic practices within the social space of modern man", *Visnyk Kyivskoho Natsionalnoho Universytetu Imeni Tarasa Shevchenka. Sotsiologiya [Bulletin of Taras Shevchenko National University of Kyiv. Sociology]*, no. 1, pp. 10–14.
3. Nikolenko, V.V. (201), *Gastronomic Determinants of Social Life: a Sociological Dimension*, Dr. diss. (sociolog. sci.), Kharkiv, 441 p.
4. Bakina, M. (2012), "Culinary literature in the processes of taste formation", *Suchasni Literaturonnavchi Studii. Dyskurs Smaku v Literaturi i Kulturi [Modern Literary Studies. Discourse of Taste in Literature and Culture]*, vol. 9, pp. 9–17.
5. Babkin, V.O. (2018), "Multiculturalism as a vector of cultural globalization: new tendencies and forms", *Ukrainska Kultura : Mynule, Suchasne, Shliakhy Rozvytku [Ukrainian Culture: Past, Present, Ways of Development]*, vol. 29, pp. 77–82.
6. Komarnitskyi, I.O. (2011), "Culinary tourism in Ukraine: the state and prospects of regional development in the context of Euro 2012", *Heohrafiia ta Turyzm [Heography and Tourism]*, vol. 14, pp. 100–115.
7. Pliuta, O.P. (2017), "Kitchen as a representative of the gastronomic culture of modern society", *Pytannia Kulturolohii [Issues of Cultural Studies]*, vol. 32, pp. 128–147.
8. Pliuta, O.P. (2017), "Ukrainian cuisine in the modern society", *Kultura Ukrainy [Culture of Ukraine]*, vol. 2, pp. 283–292.
9. Poplavskiy, M.M. (2011), *Ukrainian Cuisine By Mykhailo Poplavskiy*, Master print, Kyiv, 180 p.
10. Rusavska, V.A. (2016), *Hospitality in Ukrainian Traditional Culture: a Textbook*, Vyd-vo "Lira-K", Kyiv, 280 p.
11. Tolok, H.A. (2013), "Gastronomic culture and its socio-cultural purpose", *Kultura i Mystetstvo u Suchasnomu Sviti [Culture and Art in the Modern World]*, vol. 14, pp. 94–100.
12. Youtube (2020), available at: <https://www.youtube.com/>
13. Instagramm (2020), available at: <https://instagram.com/>

Submitted 02.10.2019

Список літератури

1. Грубич К. В. Комунікаційні технології телепрезентації української кухні : авто-реф. дис. на здоб. наук. ступеня канд. наук із соціальних комунікацій [спец.]: 27.00.06 «Прикладні соціально комунікаційні технології» / КНУКіМ. Київ, 2017. 17 с.
2. Набруско І. Імперативний характер гастрономічних практик в рамках соціального простору сучасної людини // Вісн. Київс. нац. ун-ту імені Тараса Шевченка. Соціологія. 2016. Вип. 1. С. 10–14.
3. Ніколенко В. В. Гастрономічні детермінанти суспільного життя: соціологічний вимір : дис. на здобуття наук. ступеня д-ра соціол. наук [спец.]: 22.00.01. «Теорія та історія соціології». Харків, 2015. 441 с.
4. Бакіна М. Кулінарна література в процесах формування смаків // Сучасні літературознавчі студії. Дискурс смаку в літературі і культурі. 2012. вип. 9. С. 9–17.
5. Бабкін В. О. Мультикультуралізм як вектор культурної глобалізації : нові тенденції і форми // Українська культура : минуле, сучасне, шляхи розвитку. 2018. вип. 29. С. 77–82.

6. Комарніцький І. О. Кулінарний туризм в Україні: стан і перспективи регіонального розвитку в контексті Євро-2012 // Географія та туризм. 2011. Вип. 14. С. 100–115.
7. Плюта О. П. Кухня як репрезентант гастрономічної культури сучасного суспільства // Питання культурології. 2017. Вип. 32. С. 128–147.
8. Плюта О. П. Українська кухня в сучасному суспільстві // Культура України. 2017. Вип. 2. С. 283–292.
9. Поплавський М. М. Українська кухня від Михайла Поплавського. Київ : Майстер-принт, 2011. 180 с.
10. Русавська В. А. Гостинність в українській традиційній культурі : навч. посіб. Київ : Вид-во «Ліра-К», 2016. 280 с.
11. Толок Г. А. Гастрономічна культура та її соціально-культурне призначення // Культура і мистецтво у сучасному світі. 2013. Вип. 14. С. 94-100.
12. Головна сторінка сайту Youtube. URL : <https://www.youtube.com/>
13. Головна сторінка сайту Instagramm. URL : <https://instagram.com/>

Надійшла до редколегії 02.10.2019