

канд. філол. наук, проф. **Руденко С. М.**

*Харківський державний університет харчування та торгівлі*

## **ГЕНДЕРНА МАРКОВАНІСТЬ ГЛЮТОНІМІВ У КОНТЕКСТІ ХАРЧОВОЇ КАРТИНИ СВІТУ ХХ-ХХІ ст.**

Різними аспектами гендерного аналізу мовних знаків в різних типах дискурсу займалися такі вчені, як А.М. Архангельська, А. К. Байбурін, Є. Бартмінський, О. В. Белова, І. Т. Вепрева, Н. Б. Годзь, О. І. Горошко, І. П. Гриценко, О. Гуденаф, М. Дмитрієва, О. В. Квас, У. Квастоф, А. В. Кириліна, О. Кісь, В. Ліпман, М. Масрчик, З.А. Манзуліна, Х. Патнем, Е. Рош, С. М. Руденко, Л. О. Ставицька, Т. М. Сукаленко, О. І. Семиколєнова, О. В. Тищенко, І. П. Шевелєва, А. Г. Шиліна, Н. П. Шихірев, однак у контексті харчової картини світу ХХ–ХХІ століть гендерна маркованість глютонімів розглядалася лише принагідно або й зовсім не розглядалася. Спроба заповнення цієї лакуни і є метою нашої розвідки.

Національна кухня – одна з найспецифічніших галузей культури народу, що знаходить відображення на мовному рівні в ядерному терміні – глютонімія (від лат. *gluttio* – ковтати, споживати), який ми дефінуємо як корпус лінгвістичних знаків з широким спектром плану вираження (від слова до тексту) та плану змісту (репрезентація харчової картини світу в складі кулінарного коду, а також прагмасемантична аксіологічна категоризація у складі гендерного, антропоцентричного, анімастичного, мантичного та інших культурних кодів) [6, с. 185].

Гендерний код пронизує практично весь семантичний простір глютонімії, реалізуючись насамперед у стереотипах. Однак з кінця ХХ ст. намічається їхнє поступове руйнування (зокрема гендерних агентивних стереотипів), а в ХХІ ст. динаміка реструктуризації призводить до нівелювання статево-рольових функцій у приготування їжі, а часом і заміни їх на діаметрально протилежні. Але це стосується, у першу чергу, соціокультурного середовища міста. Село дещо уповільнено реагує на подібні зміни, на ментальному рівні залишаючись консервативним середовищем із патріархальною картиною світу.

Семантичні домінанти *глобалізація, розвиток мегаполісів, розбудова ресторанного господарства, втрата високої кухні, харчова промисловість, мережа супермаркетів* у ментальному лексиконі мовної

особистості імпліцитно реалізуються шляхом вибору меню при повному ігноруванні духовності їжі, вербалізуючись через мовні знаки харчового коду: *«приготовані в промислових умовах напівфабрикати, консерви, сурогати, синтетичні замінники натуральної їжі, перевантажена гормонами сировина, генетично модифіковані продукти, харчові фарбники, харчові добавки, імітатори смаку, імітатори запаху»* [5]. Сьогодні концепт *домашня трапеза* майже втратив вербалізацію, пов'язану з контекстною семантикою *любви, домашнього тепла, турботи, піклування, індивідуального задоволення смаків*. Натомість вербальні і невербальні моделі відбору сировини та домашнього харчування передають семантику *руху, швидкості, поспіху, кар'єрного успіху, кулінарного нігілізму*, коли в мовленні починають превалювати звороти типу *«аби не голодні», «наїлись – і добре»* замість фразеологізмів *«душу вкласти», «готувати з любов'ю»*.

“В умовах повної трудової зайнятості жінки, зокрема міської, відбулися поступові гендерні зрушення у сфері організації харчування, які полягали в поступовому «примірянні» чоловіками ролі організаторів харчування в родині, що в основному виявлялося в набутті досвіду приготування нескладних страв, у визнанні доцільності введення в сімейне меню страв швидкої кухні (напівфабрикатів) і доречності відвідування у тих чи інших випадках закладів громадського харчування” [4, с. 162], що вплинуло на втрату чіткої статеврольової диференціації в сім'ї. Однак, локатив (і процесив) *кухня*, утрачаючи зв'язок з агенсом *жінка*, неминуче втрачає й зв'язок з поняттями *сім'я, звичаї, етнос, етнічні кулінарні стереотипи, етнохарчовий код*, стаючи безликим утворенням на зразок ресторану швидкого харчування «Макдональдс», який «разом зі своїми чисельними родичами-конкурентами слугує Америці запасною сім'єю. Занурюючись у його знайому утробу, американець, споконвічно відірваний від своїх коренів, зокрема й кулінарних, знаходить прихисток від шаленого різноманіття своєї країни. Привабливість таких закладів у тому, що їх не можна відрізнити: достатньо лише під будь-яким градусом довготи й широти зайти в їхні двері, щоб опинитися в безпеці – удома» [2, с. 276].

Одним із факторів деконструкції домашньої кухні в XX–XXI в. став бурхливий розвиток харчових технологій і харчової промисловості. «Мрії людини щодо контролю над голодом, управління часом існування продуктів через технологічний вплив і хімічну обробку, утеча від

стомлюючого процесу приготування обіду, вечері тощо, доступності харчової різноманітності стали реальністю завдяки досягненням харчової індустрії. Якоюсь мірою вона посіла місце господарки на кухні й стала справжнім автором-ініціатором формування кулінарного тіла сучасної культури. Ще одним фактором усунення домашньої кухні виявилася зміна співвідношення внутрішньої й зовнішньої їжі. Для урбаністичної культури набагато більш актуальною й тому масштабно представленою й затребуваною стала їжа зовнішня, втілена в публічних просторах трапези, починаючи від різноманітних закладів швидкого харчування й закінчуючи ресторанами, що пропонують зразки високої кухні» [7, с. 59].

«Зараз кулінарія стає найрозповсюдженішим у світі хобі (до речі, чоловічим)» [1, с. 85]. Ця тенденція не має етнічної зумовленості, вона інтернаціональна. Американська «золота лихоманка», що залишила свого часу чоловіків без жінок, а виходить, і без обіду, змусила Сан-Франциско відкрити мережу закусочних, особливості яких визначили гастрономічну долю Америки [2, с. 275].

«Усе ХХ ст. жінка вимагає, щоб її звільнили від кухонного рабства – від чавунців, каструль, брудного посуду; від борщів, котлет, компотів; омарів, тістечок безе; зрештою від голодного чоловіка. Домоглися, звільнилися, розкріпачилися. Але, оскільки святе місце порожнім не буває (а кухня, безсумнівно, належить до таких місць), до плити став чоловік. Сьогодні нікого не здивує жінка-рабин, жінка-футболіст, жінка-генерал, але спробуйте знайти в хорошому ресторані жінку-кухаря! Однак не можна сказати, що чоловік і жінка помінялися місцями. Вони поміняли самі ці місця. Якщо для жінки кухня – це пекло, то для чоловіка – храм. Жінка там трудилася, чоловік священнодіє. Для одних – рабство, для інших – пристрасть. Чоловіки взяли на свої плечі вантаж кулінарних знань. Кожному – своє» [1, с. 215–216].

У гармонії, якої прагне кожний кухар, не може бути нічого зайвого, незначного, нудного. Тобто ви ріжете не морквину, а створюєте важливий смаковий і колірний компонент борщу. Жінка цей борщ готує із внутрішніми, а іноді й зовнішніми слізьми. Для неї він – символ вікового рабства, і вона варить його, оплакуючи своє зганьблене дитинство, утрачену юність, передчасну старість. До борщу її приковують ланцюги, і рано чи пізно жінка вирішує, що їй нема чого втрачати, крім них... Чоловік підходить до борщу як дилетант, як amator. Непрофесіоналові властивий творчий інтерес до чужої справи. Тому борщ для чоловіка пов'язаний з

гордістю, а не із приниженням. Якби кулінарна книга писалася тільки для сучасної жінки, то вся вона складалася б з таких рецептів: відкрийте банку супу, розморозьте готову котлету, запийте пепсі-колою і йдіть на урок карате [1, с. 217–221].

У контексті соціальної комунікації знаковою є харчова номінація *чай*, гендерні конотації якої ситуативно пов'язані з історичною ретроспективою: “Чай допоміг жінкам у боротьбі за рівноправність у Великобританії. Одна жінка, що працювала в булочній, умовила своїх господарів дозволити їй подавати покупцям чай з легкими закусками. Ідея набула популярності, у багатьох місцях відкрилися чайні салони, а жінкам, починаючи з 1864 року, стало дозволятися бувати на публіці без супроводу чоловіків” [3, с. 21].

Динаміка розвитку концептуальної картини світу внесла корективи в її вербалізацію. Відносно сучасних реалій Л. О. Ставицька зазначала, що “у площині гасличних уявлень перебуває низка філософських рефлексій про споживання їжі як код міжособистісних стосунків між статями. Напр.: Жінки люблять чоловіків, що їх годують. Вони, щоправда, люблять і тих чоловіків, яких годують самі. Однак це зовсім різні відчуття. До чоловіка, якому готує жінка сніданок, обід і вечерю, якому пере і прасує, купує у ванні й чухає спину, жінка відчуває те саме, що й до своїх дітей” [8, с. 147].

Отже, у контексті харчової картини світу ХХ–ХХІ століть гендерна маркованість глютонімів зазнала суттєвих семантичних змін, пов'язаних з руйнуванням гендерних стереотипів у великих містах, зумовлених деконструкцією домашньої кухні, глобалізацією, розвитком мегаполісів, розбудовою ресторанного господарства, розвитком харчової промисловості тощо.

### Література

1. Вайль П. Русская кухня в изгнании / П. Вайль, А. Генис. – М. : Колиби, 2007. – 317 с.
2. Генис А. Красный хлеб // Иван Петрович умер: Статьи и расследования / А. Генис. – М. : Новое лит. обозрение, 1999. – 336 с.
3. Кемпсі Д. Чай – напій – досконалість / Д. Кемпсі. – Дніпропетровськ: ТОВ «Баланс Бізнес Букс», 2004. – 95 с.
4. Литвин-Кіндратюк С. Д. Харчова активність особистості: традиційні й інноваційні стратегії / С. Д. Литвин-Кіндратюк // Збірник наукових праць: філософія, соціологія, психологія. – Івано-Франківськ: Вид-во «Плай» Прикарпатського ун-ту, 2000. – Вип. 5. – Ч. 1. – С. 160–165.

5. Основи фізіології харчування: підручник / Н. В. Дуденко, Л. Ф. Павлоцька, В. С. Артеменко, М. В. Кривоносов, І. С. Кратенко. – Харків : Торнадо, 2003. – 407 с.
6. Руденко С. М. Календарно-обрядова маркованість складників ядерної зони глютонічного фрейму (на матеріалі глютоніма *каша*) / С.М. Руденко // *Ucrainica III: Současná ukrainistika problému jazyka, literatury a kultury: Sborník článků*. – Olomouc, 2008. – část. 1. – P. 185-193.
7. Сохань И. В. Женщина и гастрономический код культуры / И. В. Сохань // *Женщина в российском обществе*. – 2010. – Т. 57. – № 4. – С. 50–60.
8. Ставицька Л. О. Гендерні виміри невербальної комунікації у художньому тексті / Л. О. Ставицька // *Культура народів Причорномор'я*. – 2004. – № 49. – Т. 1. – С. 146–148.