

РОЗДІЛ 6 ЛІТЕРАТУРОЗНАВСТВО

УДК 82(100)'06.09

DOI <https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2022.22.2.43>

ГАСТРОНОМІЧНИЙ ДИСКУРС СУЧАСНОЇ МАСОВОЇ ЛІТЕРАТУРИ ЯК ПОЕТИКАЛЬНА РИСА ТА МАРКЕР КУЛЬТУРНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ

GASTRONOMICAL DISCOURSE OF POPULAR LITERATURE AS A POETIC FEATURE AND A MARKER OF CULTURAL IDENTITY

Іванишин М.В.,

*orcid.org/0000-0002-4219-104X**кандидат філологічних наук, доцент,**доцент кафедри світової літератури та славістики**Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка*

Мета роботи полягає у розкритті ролі та функцій використання в текстах масової літератури гастрономічних образів, їхнього семантичного навантаження та сюжетоутворювального потенціалу та емоційного впливу на читача. Основними методами дослідження стали композиційний, структурно-стильовий, частково імагологічний та жанровий. У результаті дослідження розкрито естетичний потенціал гастрономічного дискурсу в сучасній світовій масовій літературі; виявлено його значний потенціал в конструванні тексту, розкритті ідейного задуму; проаналізовано гастрообрази з огляду на їхню роль у розкритті культурної ідентифікації героїв на прикладі романів Дж. Колган «Різдво в «Капкейк-кафе» та Н. Джордж «Меленька паризька книгарня». Інтерес масової літератури до кулінарного дискурсу пояснюється появою в європейській культурі кав'ярень та кави як гастро-соціального феномена, популярністю самої масової літератури, зацікавленістю соціумом гастрономічними телешоу. Спостережено, що використання їжі в художніх практиках масових текстів відбувається на рівні стереотипного сприйняття культурних кодів інших культур, гастрономічні образи стають формантами ідентичності героїв та сприймання ними інших. Досліджено гастрономічний дискурс аналізованих романів з огляду на його конструювання тексту, створення оригінальних метажанрових утворень, емоційного впливу на читача, підкреслення культурної, релігійної, національної ідентичності героя. Акцентовано на прийомах використання їжі в романах з точки зору конструювання саме масової літератури, котра твориться за певними жанровими канонами. Кулінарні символи та образи в аналізованих романах постають як стереотиповані, використовуються впізнавані іншими культурами коди англійської, американської та французької культур. Їжа в сучасній масовій літературі набуває все більшої популярності і виконує різноманітні естетичні функції. В аналізованих романах масової літератури вона стає формантом композиції тексту, «зшиванням» тексту, маркером нових метажанрових утворень, ідентифікує характери та ментальність героїв через харчові уподобання чи концепцію готування і споживання, передає їхні емоційні стани, маркує свій / чужий світ, через неї передаються культурні відмінності в глобалізованому світі тощо.

Ключові слова: їжа, гастрообрази, смакові образи, кулінарна література, масова література, кулінарний дискурс.

The purpose of the work is to reveal the role and functions of the use of gastronomic images in the texts of popular literature, their semantic load plot-forming potential, and their emotional impact on the reader. The main research methods were compositional, structural and stylistic, partly imagological and genre. As a result of the research, the aesthetic potential of gastronomic discourse in modern world popular literature is revealed as well as its significant potential in the construction of the text and the disclosure of the ideological plan. Gastronomic images were analysed given their role in revealing the cultural identification of the characters on the example of the novels by J. Colgan «Christmas at the Cupcake Cafe» and N. George's «The Little Paris Bookshop». The interest of popular literature in culinary discourse is explained by the appearance in European culture of coffee shops and coffee as a gastro-social phenomenon, the popularity of popular literature itself, the public interest in gastronomic TV shows. It is observed that the use of food in the artistic practices of popular texts occurs at the level of stereotypical perception of other cultural codes. Gastronomic images become forms of characters' identity and their perception of others. The gastronomic discourse of the analysed novels is studied in view of its construction of the text, creation of original meta-genre formations, emotional influence on the reader, and emphasis on the character's cultural, religious, and national identity of the character. Emphasis is placed on the methods of using food in novels from the point of view of popular literature's construction, which is created according to certain genre canons. Culinary symbols and images in the analyzed novels appear as stereotyped, using recognizable codes of English, American and French cultures. Food in modern mass literature is becoming increasingly popular and performs a variety of aesthetic functions. In the analyzed novels of popular literature it becomes a formant of text composition, «stitching» of text, a marker of new meta-genre formations, identifies characters and their mentality through food preferences or the concept of cooking and consumption, conveys their emotional states, marks their / others' worlds, differences in the globalized world, etc.

Key words: food, gastronomic images, taste images, culinary literature, mass literature, culinary discourse.

Постановка проблеми. У сучасному осмисленні жанрової (масової) літератури та культури значного поширення набуває використання таких понять, як «гастрономічний дискурс», «поетика їжі», «їжа як соціокультурний феномен», «кулінарна література», «харчова поетика», «їжа як метафора», «смакові метафори», «семіотика їжі» («їжа як знак»), «гастрономічні образи як складова художньої мови», «їжа як знак і символічна надбудова».

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Гастрономічний дискурс, їжа як об'єкт дослідження цікавлять соціологів [1], культурологів [2], а також літературознавців [3], [4] на чий дослідження ми опиралися в нашій статті.

Досліджуючи у своїй дисертації суспільне життя крізь призму гастрономічних детермінант, Ніколенко В. зазначає, що «гастрономічна культура, їжа, продовольчі товари прямо або опосередковано, на свідомому або несвідомому рівні детермінують життя кожної особи, соціальної групи, спільноти, держави, впливають на моделі їх поведінки/діяльності й отримують у процесах життєзабезпечення означених суб'єктів додаткові імпульси для свого розвитку» [1, с. 58]. Автор будує дослідження з огляду на те, що в сучасній науці гастрономія стає евристичним концептом. Література ж як складова суспільного життя, як активна форма фіксації буття в часі теж активно використовує цей концепт для вирішення різних естетичних завдань. Попри поширеність осмислення гастрономії в різних сферах людського життя, комплексного дослідження щодо функцій їжі при конструюванні тексту масової літератури немає. Частково розкриває літературні завдання гастрономії в тексті дисертація Буркової П. у тезі про кулінарні рецепти в художніх творах, «котрі є складовою частиною основних подій тексту і відображають реальну дійсність відповідної епохи» [5].

Постановка завдання. Масова література користується, за нашими спостереженнями, гастрономією для: 1) конструювання тексту; 2) створення оригінальних метажанрових утворень; 3) емоційного впливу на читача; 4) підкреслення культурної, релігійної, національної ідентичності героя. Саме ці питання слугуватимуть нам об'єктом дослідження при розгляді теми в художніх практиках сучасного світового масового письма. Розглянемо проблему використання та функціонування гастрообразів у сучасній масовій літературі на прикладі кількох романів (Дж. Колган «Різдво в «Капкейк-кафе», Н. Джордж «Маленька паризька книгарня»).

Виклад основного матеріалу. Уже саме використання слів «кава», «шоколад», «вино», «кафе» тощо пробуджує певну емоцію, відтак активно використовується сучасною масовою літературою в назвах книжок, що є почасти маркетинговим ходом («Кафе втраченої молодості П. Модіано, «Кафе на краю світу» Дж. П. Стрелекі, «Кава з кардамоном» і «Шоколад з чилі» Й. Ягелло, «Щасливі люди читають книжки і п'ють каву» А. Мартен-Люган, «Смажені зелені помідори в кафе «Зупинка» Ф. Флегг, «Кафе маленьких чудес» Н. Барро, «Шоколад» і «Ожинове вино» Дж. Гарріс, «Шоколадна ятка в Парижі» Дж. Колган тощо). Це можна пояснити тим, що в сучасній культурі кава і кав'ярні стали гастрономічно-соціальним феноменом. Замінивши у європейській культурі вино після XVII століття, кава «стала одним із гастрономічних маркерів переходу від суспільства традицій до нових капіталістичних відносин і, як наслідок, формування нового формату організації суспільного простору» [1, с. 216].

Дослідниця «кулінарної прози» як нового жанру в українській масовій літературі С. Філоненко інтерес до такого дискурсу пояснює популярністю в сучасному літературному процесі самої масової літератури, котра характеризується «поступовим заповненням усіх її без винятку ніш – від дамського роману й бойовика до non-fiction» [4, с. 142], а також низкою позалітературних чинників, зокрема телевізійних кулінарних ток-шоу. Дж. Колган, конструюючи текст за допомогою рецептів, уже з перших розділів відсилає читача до популярної телекулінарки Делії Сміт, котру дещо іронічно називає святою, маючи на увазі її неймовірну популярність: *«І хоча поки що її не канонізували...колись у Ватикані це питання вирішиться як проста формальність»* [6, с. 52].

Використання їжі в масовій літературі підпорядковане її жанровим канонам. С. Криворучко, протиставляючи елітарній, виділяє такі маркери масової літератури, як «чистий жанр», «анти-академізм» на рівні систематизації матеріалу, використання «технік попередньої літератури», «схематичний сюжет», «комерційний успіх», відсутність ідіостилю автора, натомість орієнтованість на середню літературну норму тощо [7, с. 33], а «естетичними засадами масової літератури є розважальність, комерційний успіх, жорсткі структурні умови тексту» [7, с. 32].

У творі Колган Дж. «Різдво в «Капкейк-кафе»» їжа стає формантом поетики, композиції, маркером ідентичності героїв, створює атмосферу Різдва. Авторка користується у зображенні

сприймання їжі певними впізнаваними стереотипами (глінтвейн, червоно-зелене оздоблення, подарунки, різдвяний календар з цукерками, розрахований на усі дні Адвенту тощо), що є характерним для масової літератури.

Старий світ Англії протиставляється новому, американському, через гастрообраз *капкеків / кексів*, симетричним є і хронотоп – час адвенту в кав'ярні Лондона і Нью-Йорка. Головна героїня Іссі ображається, що Остін її хлопець, присилає їй подарунок американські *капкейки*, бездоганні за формою, однак не такі якісні за складом, як у її пекарні, адже виготовлені у промислових масштабах, не з домашніх продуктів. Тим самим підкреслюється відчуження коханого, котрий в іншому світі, на нього «полює» інша дівчина, в іншому кафе Нью-Йорка. Саме в цьому місті оселилася мати героїні, котра покинула її в дитинстві на дідуся, а тепер, приславши листівку, зізнається, що поміняла віру, стала ортодоксальною юдейкою і тепер замість Різдва святкує Хануку.

Як зазначає Плюта О., «кулінарні символи залучають людину в ціннісний простір конкретної культури, активізують пізнання нею світу, кодуєть результати цього пізнання» [2, с. 217], тому продуктивним для зображення відмінностей старого і нового світу є випічка і ведення кондитерського бізнесу загалом. Приватний бізнес Іссі називається «*Капкейк-кафе*», проте неодноразово в тексті цей гастроном протиставляється «*кексові*» як опозиція американське / англійське. Англійськість та тяглість традиції підкреслюється і підготовкою до Різдва: випічка за давніми рецептами, постійні згадки про дідуся, котрий створив цей бізнес, включення до тексту рецептів імбирних пряників, різдвяних шоколадно-вишневих тістечок, традиційних кексів, глінтвейну. Антураж Різдва створюється в тексті постійною згадкою оздоб у червоно-зеленій гамі, а також прикрашанням страв гілками омели та падуба – символами англійського святкування (адже ялинка тут з'явилася під впливом німецької традиції лише в XIX столітті): «*Перл поклала на тарілку один інжирний і чотири журавлиних капкейки, прикрашені листям падуба...*» [6, с. 132]. Особливо таке прикрашання було розраховане на туристів.

У книжці з рецептами для своїх працівників Іссі написала: «*Якщо я використовую рецепт зі Штатів, знаю, що для британців він буде надто солодкий, натомість французькі страви захопляться підсолодити*» [6, с. 51]. Під час відвідин Нью-Йорка на званій вечері Іссі пропонують міцніший напій, аніж іншим: «*Не шкодуй джину, вона ж англійка*» [6, с. 166], їй видається, що

американці за столом думають про англійців як пияків. Також через їжу передаються і відмінності в поглядах на економіку: американці на званій вечері не розуміють концепції пекарні Іссі, адже в макроекономічних вимірах вона не прибуткова, на що героїня виголошує емоційну промову на захист якості її продуктів та вдячності покупців супроти прибутку.

Тема втрати традицій, розмивання меж культурних і релігійних ідентичностей розкривається не тільки через опозицію до інших культур, а й через зображення політики всередині своєї країни. Це демонструє діалог Іссі та Керолайн у школі, де має відбутися різдвяна шкільна вистава. Керолайн з обуренням згадує назву Зимоваль («*Winterval* – термін, вжитий міською радою Бірмінгема на позначення всіх свят у період із середини жовтня до середини січня як прояв політкоректності» [6, с. 119] як «*невдалу спробу політкоректності*» [6, с. 119]. Ведучий свята вітає усіх і бажає «*щасливого Різдва, Хануки, Зимовалю та Кванзи, що вам більше до вподоби*» [6, с. 119], сама ж традиційна шкільна різдвяна вистава перетвориться на альтернативну – «*Казку про прибульця*» [6, с. 120], бо, як зазначає Іссі, «*це державна школа, тож не лише ми, а всі платять податки*».

Різдво у школі зображене як вихолощене, занадто політкоректне, позбавлене сакральності. Безглуздими видаються Іссі виступи дівчаток у відвертих костюмах, танці білих лебедів, проповідь про чужинця тощо. Символічною деталлю *глінтвейн, «гарячий й трохи терпкий»*, у пластиковому посуді, котрий Іссі купує перед виставою, а потім, після виступу підлітка Дарні, брата її хлопця Остіна, його п'є й Керолайн: напій у пластику як ерзац, як і вистава, що не має жодного стосунку до Різдва. Учень має виступити з промовою про захист довкілля (це на Різдво!), адже еко-свідомість є трендом серед сучасних цінностей, і авторка тонко іронізує з цього. Саме голосом підлітка, що має важкий характер (авторка його маргіналізує, бо «нормальний» учень не посміє би мати свою, відмінну від учителів і суспільства думку, такий собі своєрідний блазень), в тексті виражається думка про безглуздість підміни традиційних цінностей концептами екологістів: «*Усі ті байки про те, як врятувати дощові ліси й захистити біорізноманіття для майбутніх поколінь.... Ви розумієте, що все це маячня, і я теж це знаю. Кожен китаєць хоче мати холодильник, кожен індус – кондиціонер.... Тож замість того, щоб просторікувати про переробку пластикових пляшок – що не більше, ніж жарт, бо якби дійсно*

хотіли позбутися плячок, у них не продавали б воду, – ми могли б...» [6, с. 122]. Така опозиційна позиція до офіційної політики хлопчика у нього від мами, котра була соціалісткою і, за спогадами брата Остіна, куховарити не любила, *«утім вона терпляче готувала їм непоказні овочеві рагу й тушковане м'ясо із сочевицею»* [6, с. 142].

Емоція сорому після цієї скандальної промови супроводжується приготуванням разом з Керолайн кавово-ячного напою *«ег-ног»*, котрий *«викликав в Іссі відразу, та згодом вона підсіла на нього»* [6, с. 122]. Спогади ж Керолайн про свою школу теж мають гастрономічний характер: там вона навчилася, *«як їсти паперові серветки, коли страшенно зголоділа», «як вдавати в ресторані, немов замовляєш картплю фрі, а потім в останню мить передумати»* [6, с. 123].

Маркером ідентичності героїв, їхніх характеристик, поведінки є харчові уподобання. Гламурна Керолайн постійно на дієті, вічно заклопотана підрахунком калорій, навіть для відвідувачів кафе. Навіть із своїм залицяльником вона посварилася тільки тому, що він запропонував їй купити *«сандвіч з беконом»*. Акценти на такій увазі до здорової їжі як тренду розставляються авторкою з іронією: Керолайн цікавить здорова їжа вкупі з модними брендами, дизайнерськими речами, стильним оформленням. Шістнадцятий розділ, присвячений цій героїні, розкриває її через приготування суперфуду – *«Пирога-сюрприза із бруквою від Керолайн»* з корисних інгредієнтів: грибів, редису, цибулі, брюссельської капусти, проте до нього треба, за коментарем авторки, *«обкурити будинок індійськими пахощами і замовити піцу»* [6, с. 235].

Іссі іронічно сприймає нові форми споживання їжі. Так, до офісних працівників, котрі пришли по замовлення м'ятних тістечок та торта *«Червоний оксамит»* вона звертається: *«Не розтовчть їх об офісне приладдя, поки вишукуватимете найкращі ракурси для фото»* [6, с. 134].

У романі *«Маленька паризька книгарня»* Н. Джордж використання смакових образів має стереотипний характер і слугує відтворенню впізнаваних французьких культурних маркерів та кодів – кухня, лавандові поля, прованська кухня, багети, круасани, соуси, кохання, виноградники, поля долин річок тощо. Це пояснюється тим, що текст написаний англійською мовою німецькою письменницею, тому Франція тут виступає як тло для фабули і розгортання сюжету, а частотність вживання французьких культурних маркерів, пов'язаних із їжею, роблять роман емоційно привабливим для масового читача. Тема культурної

ідентифікації героїв через їжу, а також стереотиповне сприймання національної кухні інших народів активно вивчається сучасним гуманітарним дискурсом і має міждисциплінарний характер. Так, культуролог Плюта О.П. стверджує, що *«їжа та кухня виступають носієм соціальної спадковості ... слугують засобом ідентифікації індивіда з тією чи іншою національною та соціальною спільністю, стаючи маркерами національної ідентичності та засобами асоціативних характеристик певного народу. Підтвердженням цього є факти асоціації найуживаніших традиційних страв із певними країнами»* [2, с. 218]. Досліджуючи сучасну німецьку літературу через їжу як антропологічний та інтеркультуральний вимір Маценка С. стверджує, що *«у межах інтеркультуральної комунікації поза увагою не залишаються й національні стереотипи, які посилено виражають усталені кулінарні упередження. Як наслідок, літературні роздуми про харчові уподобання й антипатії, практики приготування й аранжування їжі є плідними із культурно-контрастивною та інтеркультуральною перспектив»* [3, с. 140].

Роман *«Маленька паризька книгарня»* сконструйований на емоції від читання (концепція книгарні месє Жана Одинака – продавати книги як ліки, отож він створив книгарню-аптеку зі старого корабля в Парижі, на Сені, відтак навчився тонко вловлювати стан покупців і пропонувати різні книги на різні життєві випадки, враховуючи психічні стани покупців та їхні життєві потрясіння), однак кулінарний дискурс теж слугує створенню атмосфери французькості. Загалом у тексті спостерігаємо симбіоз емоцій, котрі дають книжки, запахи, їжа і кохання.

Месє Одинак, головний герой роману, згадує, як батько вчив його поводитися з жінками: *«Не пропонуй їм: «Може, пообідаємо?» Відразу запитуй: «Що тобі приготувати?» Зможе вона сказати «Ні»? Не зможе»* [8, с. 65]. Отож шлях до серця Катрін він прокладає через вишукану вечерю, *«червону кефаль», «свіжу зелень», «вершки від круторогих норманських корів», «запашні груші й вино»*: *«Скоро шибки запітніли, газове полум'я шипіло під каструлями й сковорідками. Біле вино, цибуля-шалот і вершковий соус тушкувалися, а у великій пательні в оливковій олії рум'янилася картопля, посипана розмарином і сіллю»* [8, с. 68].

Кохання зрілих Жана та Катрін зароджується в процесі приготування вечері, їжа набуває соціального характеру, зближує їх, а відтак їхні почуття переростають у пристрасть. Катрін розлучена, Жан втратив кохану давно, поки що вони чужі один одному, але через спільне приготування

їжі і дуже інтимне її споживання не за етикетом, з тарілок, швидко стають близькими: *«Він і далі готував соус, а Катрін шматочок за шматочком тушкувала в ньому рибу. Вони їли просто зі скоровідок...»* [8, с. 69].

Гурманство як ментальна риса французів тут переноситься на процес читання. Роман загалом про книжки, однак не про трансльовані ними ідеї, а про емоції, які вони породжують. Месьє Одинак є книжковим гурманом, він вишукує особливі книги, мандруючи *«зі Стамбула до Стокгольма, із Лісабона до Гонконгу»* [8, с. 318] і пише свою «Енциклопедію емоцій», де на літеру «К» є стаття про кухонну втіху – *«відчуття, що на плиті тушкеться смачна їжа, вікна запітніли і що будь-якої миті ваша кохана людина сяде за стіл разом із вами і, смакуючи запашині страви, щасливо дивитиметься у ваші очі»* [8, с. 328]. Читання, запахи і смак їжі часто творять у тексті синтетичні образи, чуттєві емоції сприймаються як одне ціле.

Головному герою треба вирішити життєве питання, пов'язане з минулим, він разом із молодим письменником мандрують на своєму кораблі-книгарні, за гроші часто слугують книжки, ними розраховуються і за їжу, зокрема в пекарні.

Річковий шлях на південь Франції є туристичним маршрутом, достатньо облюбований туристами, тому життя в прибережних поселеннях стереотипно сприймається як легке й безтурботне, сповнене постійного свята.

«У пекарні на церковній площі рум'янощока й весела дочка пекаря виймала з печі багети й круасани. Відчувалось, що вона щаслива», адже це така прекрасна, природня місцина, де відбуваються «кулінарні конкурси» і «свята врожаю» [8, с. 134]. Стереотипізоване сприймання французької культури гурманство, кухню, запахи Провансу посилюється метажанровими трансформаціями – включенням рецептів до структури тексту.

Висновки. Їжа в сучасній масовій літературі набуває все більшої популярності і виконує різноманітні естетичні функції. В аналізованих романах масової літератури вона стає формантом композиції тексту, «зшиванням» тексту, маркером нових метажанрових утворень, ідентифікує характери та ментальність героїв через харчові уподобання чи концепцію готування і споживання, передає їхні емоційні стани, маркує свій / чужий світ, через неї передаються культурні відмінності в глобалізованому світі тощо.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Ніколенко В. В. Гастрономічні детермінанти суспільного життя: соціологічний вимір. Дис. на здобуття наук. ст. док. соціолог. наук – 22.00.01 – теорія та історія соціології. Дніпропетровськ, 2015. 442 с.
2. Плюта О. Їжа та кухня в системі ціннісно-ментальних символів культури. Питання культурології. 2019. № 35. С. 214 – 225.
3. Маценка С. Інтеркультуральні виміри їжі в німецькій літературі (на прикладі роману К. Петерса «Ресторан Міцуко»). Питання літературознавства. Випуск 79, 2010. С. 139 – 147.
4. Філоненко С.О. Література плюс кулінарія: формування нового жанру масового письменства. Наукові записки Бердянського державного педагогічного університету. Серія: Філологія. 2014. Вип. I. С. 141–151.
5. Буркова П.П. Кулінарний рецепт як особий тип тексту (На матеріалі російського і німецького мов) : дис. ... канд. філол. наук: 10.02.19, 10.02.01 / Полина Павловна Буркова. Ставрополь, 2004. 212 с.
6. Колган Дж. Різдво в «Капкейк-кафе»: роман. Пер. з англ. Оксана Дятел. Київ: РІДНА МОВА, 2021. – 296 с.
7. Криворучко С. Література країн Західної Європи межі ХХ – ХХІ століття: підручник. Київ: Видавничий дім Дмитра Бураго, 2016. 248 с.
8. Джордж Н. Маленька паризька книгарня; пер. О. Захарченко. Київ: Наш формат, 2016. 352 с.