

Філософія

УДК 130.2:316.42:641

DOI <https://doi.org/10.5281/zenodo.18756856>

**Нова філософія їжі у опціях постіндустріального суспільства: ілюзії і перспективи культурної експансії**

**Дорожко Владислав Васильович,**

аспірант кафедри філософії,

Харківський національний педагогічний університет

ім. Г. С. Сковороди, м. Харків, Україна,

<https://orcid.org/0000-0003-4796-2445>

**Прийнято: 26.01.2026 | Опубліковано: 23.02.2026**

***Анотація:** Їжа в повсякденному житті людини є насамперед біологічною потребою, але вона посідає важливе місце також у культурі як критерій ідентичності. Глибокі трансформації харчових практик у постіндустріальному суспільстві вплинули на те, що їжа набуває статусу культурного коду та засобу соціальної ідентифікації. Цифровізація та глобалізація смаку формують нову філософію їжі. **Метою** статті є повне філософсько-культурологічне осягнення нової філософії їжі в реаліях постіндустріального суспільства через виявлення головних оман сучасних гастрономічних звичаїв та обґрунтування можливостей культурного поширення харчування як суспільного й знакового явища. **Методологія** дослідження ґрунтується на використанні філософського аналізу, культурологічного погляду та соціології, порівняння, контент-аналізу, медіаподій. **Результати.** Досліджено ключові характеристики та вплив на*

харчові практики в умовах постіндустріального суспільства. Визначено концепції «гастрономічної ідентичності», «їжі як медіа» та «кулінарного перформансу». Визначено головні ілюзії харчової свідомості. Проаналізовано механізми псевдоіндивідуалізації харчового вибору в умовах алгоритмізації та трендової економіки. Оцінено потенціал їжі як інструменту культурної експансії. Окреслено перспективи альтернативних моделей харчування як чинників соціокультурних трансформацій. Сформовано узагальнену модель майбутнього розвитку філософії їжі з урахуванням технологічних, антропологічних та етичних викликів. **У висновках** обґрунтовано, що нова філософія їжі у постіндустріальному суспільстві згуртовує реальні можливості з численними ілюзіями усвідомленого споживання. Глибоке осмислення харчових практик дозволяє окреслити шанси їхнього впливу на соціокультурні зміни та формування майбутньої філософії їжі.

**Ключові слова:** харчування, гастрономічна ідентичність, цифровізація харчування, ілюзія харчової свідомості, гастрокультура, глобалізація смаку, модель харчування.

## **New philosophy of food in the options of post-industrial society: illusions and prospects of cultural expansion**

**Vladyslav Dorozhko,**

Postgraduate Student of the Department of Philosophy,  
H. S. Skovoroda Kharkiv National Pedagogical University,  
Kharkiv, Ukraine, <https://orcid.org/0000-0003-4796-2445>

**Abstract:** *Food in everyday human life is primarily a biological need, but it also occupies an important place in culture as a criterion of identity. The profound transformations of food practices in post-industrial society have influenced the fact*

that food is increasingly acquiring the status of a cultural code and a means of social identification. The process of adapting gastronomic practices can be carried out at the level of taste preferences and healthy eating. The digitalization and globalization of taste are shaping a new philosophy of food. **Objective.** The aim of the article is to fully understand the new philosophy of food in the realities of post-industrial society through the identification of the main errors of modern gastronomic customs and the justification of the possibilities of cultural dissemination of food as a social and symbolic phenomenon. **Methods.** The research methodology is based on the use of philosophical analysis, cultural perspective and sociology. The methods of critical analysis, comparison, content analysis, as well as a combination of scientific ideas of gastronomic affiliation, media events and globalization movements are used. **Results.** The development of the philosophical understanding of food from a biological need to a cultural and symbolic phenomenon in the conditions of a post-industrial society is analyzed. The concepts of "gastronomic identity", "food as media" and "culinary performance" are defined. The main features of the post-industrial socio-cultural paradigm are characterized and their impact on the transformation of food practices is outlined. The main illusions of post-industrial gastroculture are clarified, in particular the mythologizing of conscious consumption, the aestheticization of food and the commercialization of environmental views. The mechanisms of pseudo-individualization of food choice in the conditions of algorithmization and trend economy are analyzed. The potential of food as a tool of cultural expansion and soft power in the globalized world is assessed. The prospects of alternative food models as factors of socio-cultural transformations are outlined. A generalized model of the future development of food philosophy is formed, taking into account technological, anthropological and ethical challenges. **Conclusions.** The findings confirm that the new food philosophy in post-industrial society merges the actual potentials of cultural spread with many deceptions of mindful sustenance. A deep grasp of eating habits enables us to sketch

*the prospects of their impact on societal shifts and the development of a future food ethic.*

**Keywords:** *nutrition, gastronomic identity, digitalization of nutrition, illusion of food consciousness, gastroculture, globalization of taste, nutrition model.*

**Постановка проблеми.** У постіндустріальний період їжа давно перестала бути суто фізіологічною потребою. Гастрономічний вибір стає складником публічного самовираження, а сам процес споживання — частиною медіапростору.

Стає очевидним, що наша продовольча система стикається з величезними проблемами, для вирішення яких знадобиться вся наша винахідливість і рішучість, і які неможливо вирішити, якщо ми не змінимо власні звички. Більшість дослідників, які вивчають це питання, погоджуються, що людям у певних частинах світу (насамперед у Північній Америці та Європі) потрібно їсти менше, а виробництво харчів загалом має збільшитися, щоб прогодувати населення світу. Але як нам збільшити виробництво харчів, не руйнуючи ще більше і без того крихкий світ? Наразі немає відповіді, яка б не передбачала суттєвих змін у способі виробництва харчів.

Що таке філософія їжі? Звичайно, для різних людей це може означати різні речі. На нашу думку, їжа це спосіб життя. У результаті виникає парадоксальна ситуація. Іноді упаковка важить більше, ніж реальний склад чи походження інгредієнтів.

Подальше дослідження цієї теми є важливим, оскільки дозволяє:

- окреслити сучасні тенденції постіндустріальної гастрокультури;
- критично оцінити ілюзії та ризики цифрової, маркетингової та глобалізаційної трансформації харчових практик;
- визначити потенціал їжі як інструменту культурної комунікації та соціальних змін.

Отже, окреслення проблеми спричинює потребу ґрунтовного філософського, культурологічного та соціологічного розгляду харчових практик, що посприяє культурному поширенню у глобалізованому світі.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідження філософії їжі у опціях постіндустріального суспільства представлено такими працями як Т. А. Непокупна, Б. О. Шевченко, С. В. Степаненко, А. С. Мисяк, О. С. Шарова [1, с. 133], які з'ясовували вплив соціальних мереж, як інноваційних каналів комунікації, на формування сучасної культури харчування та споживчої поведінки населення на основі емпіричних даних та виявлення викликів і можливостей. О. Плакіда, Р. Вастьянов, О. Горошков, К. Остапчук, П. Матюшенко [2, с. 69] досліджували харчування в сучасних соціально-економічних умовах України як здоров'яформуючий фактор. Л. Л. Івашина, О. Б. Куракін, Л. Г. Бишовець [3, с.41] виокремлювали адаптаційні риси формування системи здорового харчування під дією зовнішніх і внутрішніх факторів впливу на розвиток сучасних технологій. У. В. Ткач [4, с. 125] розглядав сучасні тенденції та перспективи впровадження концепції здорового харчування у сфері ресторанного бізнесу. Нікулін В. С., Кізілов О. І., Яшкіна Д. Д., [5, с. 31] визначенню наявності чи відсутності соціального попиту на здорове харчування. Л.С. Стригуль, Є.В. Коваль, О.С. Кручок [6] вивчали сучасні гастрономічні тренди та їх вплив на розвиток ресторанної індустрії. Д. А. Бандурко [7, с. 40] розкривав специфіку гастрономічних практик у нових медіа та дослідження базових констант їх медіатизації взагалі. Р. Корсак, Е. Сіра [8, с. 255] вивчали міжнародні кулінарні тренди впливають на традиційні методи готування, інгредієнти та страви різних культур. Це особливо важливо для збереження культурного різноманіття та унікальності кулінарних традицій у всьому світі.

Дослідження digital food culture Z. Feldman, M. K. Goodman [9] демонструють, що сучасні цифрові технології та медіаплатформи створюють

нові способи формування смакових практик, ідентичності та соціального вимірювання повсякденного харчування. Новітні публікації з гастрономічних досліджень P. R. do N. Costa, J. D. da R. Viana, E. O. de M. Junior, J. R. A. Souza, P. H. M. Sousa [10] підкреслювали, що у XXI столітті сформувалася тенденція до розгляду «соціальної гастрономії» як інструменту соціальної трансформації та включення, але при цьому ще відсутня усталена теоретична модель, що об'єднує практики, принципи та суспільні впливи цього явища. Така прогалина у концептуалізації підкреслює потребу у формуванні чітких рамок, що дозволили б збільшити наукову впізнаваність та прикладну значущість соціальної гастрономії. Авторами проаналізовано трансформацію гастрономічної культури, зокрема в контексті постсоціалістичних суспільств, де харчові практики розглядаються як індикатор соціальних змін та культурної ідентичності.

Таким чином у даному масиві досліджень виявилось кілька прогалин, а саме спостерігається недостатня увага до формування смаку, відсутність онтології їжі в умовах діджиталізації. Саме ці прогалини спонукали до авторського бачення розуміння їжі як філософського середовища, де харчування стає формою культурної експансії та полем боротьби за ідентичність.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Попри стрімке зростання інтересу до food studies і суміжних напрямів — від культурної антропології до соціології споживання, — сучасне наукове поле залишається фрагментованим. Можна помітити, що за останні п'ять років кількість публікацій про харчові практики у міжнародних базах Scopus і Web of Science зросла більш ніж на 45%, однак цей кількісний сплеск не супроводжується аналогічним поглибленням концептуальних підходів. Дослідники переважно працюють у вузьких сегментах: одні аналізують поведінкові патерни споживачів, інші — екологічні наслідки

агровиробництва, треті — медійні стратегії або логіку гастрономічного маркетингу.

Запропоноване вивчення спрямоване на подолання цих обмежень шляхом поєднання філософського, культурологічного та соціологічного підходів.

**Метою статті** є повне філософсько-культурологічне осягнення нової філософії їжі в реаліях постіндустріального суспільства через виявлення головних оман сучасних гастрономічних звичаїв та обґрунтування можливостей культурного поширення харчування як суспільного й знакового явища.

Для досягнення окресленої мети визначено такі завдання:

- дослідити теоретико-методологічні підходи до осмислення феномену їжі;
- виявити головні ілюзії сучасних гастрономічних практик;
- обґрунтувати перспективи культурної експансії нової філософії їжі в умовах глобалізації.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** У сучасному гуманітарному дискурсі їжа дедалі частіше розглядається не лише як засіб фізичного відтворення людини, а як складний культурний код, що акумулює соціальні смисли, цінності та ідентифікаційні практики. Перехід від трактування їжі як біологічної необхідності до її осмислення як соціального конструкта відображає загальні трансформації постіндустріального суспільства, у якому повсякденні практики набувають символічного навантаження та стають інструментами соціальної диференціації [2, с. 69].

Антропологічні та соціологічні підходи засвідчують, що харчові практики формуються не стільки фізіологічними потребами, скільки культурними нормами. Ще К. Леві-Стросс інтерпретував кулінарні системи як знакові структури, у яких способи приготування, поєднання інгредієнтів і

ритуали споживання відтворюють глибинні моделі мислення спільноти. У цьому контексті їжа функціонує як своєрідна мова культури, через яку передаються уявлення про порядок, чистоту, ієрархію та ідентичність [9].

У постіндустріальному суспільстві цей процес прискорюється через вплив світових ринків, ЗМІ та цифрових платформ. Їжа все більше влітається у механізми самоподання: світлина трапез у соцмережах, показ «свідомого» споживання, поширення місцевих чи закордонних кухонь стають елементом публічної розбудови особистості. Так, харчування виходить за межі особистого простору та набуває комунікативної ролі, стаючи інструментом символічного обміну [7, с. 40].

Трансформація їжі з біологічної потреби у символічний капітал відображає глибші процеси соціального конструювання реальності в постіндустріальну добу. Як культурний код, харчування фіксує динаміку ідентичностей, економічних відносин і медійних практик, стаючи важливим аналітичним ресурсом для розуміння сучасних форм соціальної організації. Усвідомлення їжі як соціального конструкта відкриває можливості для критичного переосмислення гастрономічних стратегій і дозволяє розглядати харчування не лише як сферу споживання, а як простір формування смислів і культурних трансформацій [10].

Звертаючись до питання про чинники формування кулінарної культури, варто розрізняти чинники, що зумовлюють постання кулінарної культури як особливого явища, і ті, що визначають особливості місцевих і часових варіантів кулінарної культури. Хоча кулінарна культура постає як форма культурного пристосування до природних умов та забезпечення ними можливостей біологічного виживання, для становлення розвиненої системи норм і значень було замало обмежень, які продиктовані природним довкіллям. Біологічний вимір обов'язково доповнюється суспільним. Якщо проаналізувати основні групи чинників, що традиційно виокремлюють у

дослідженнях (природно-географічні, соціально-економічні, цивілізаційні, культурні), можна дійти висновку про багатоаспектність детермінації кожної окремої кулінарної культури. Статус їжі як біологічного та культурного явища визначає той факт, що на появу різних моделей харчування впливають як природні, так і культурні умови. Природно-географічні фактори стають примітивними факторами. Різні умови життя створюють різні види продуктів, різні способи обробки, а також різне ставлення до їжі. Іншим важливим фактором виникнення кулінарної культури є тип цивілізації.

Поступовий зсув від суто біологічного трактування їжі до її соціокультурного осмислення відбувається в добу Модерну, коли філософія починає приділяти увагу тілесності, чуттєвому досвіду та повсякденним практикам. У працях І. Канта та Д. Юма гастрономічні уподобання розглядаються як складова естетичного судження, що вже виходить за межі утилітарного підходу. Надалі феноменологічна традиція (М. Мерло-Понті) підкреслює роль тілесного сприйняття у формуванні життєвого світу, а отже, і харчування постає як форма взаємодії людини з реальністю, наповнена смислами [9].

Постіндустріальне суспільство формується як результат глибоких структурних змін, пов'язаних із домінуванням сфери послуг, зростанням ролі знань і інформації, цифровізацією соціальних процесів та глобалізацією економічних зв'язків. У класичних концепціях акцентується перехід від матеріального виробництва до символічної економіки, у межах якої основними ресурсами стають інформація, креативність і культурний капітал. Ці трансформації безпосередньо впливають на повсякденні практики, зокрема на способи виробництва, споживання та репрезентації їжі [11].

Глобалізаційні процеси сприяють інтенсифікації культурного обміну, внаслідок чого локальні кухні втрачають замкненість і стають елементами транснаціонального гастрономічного ринку. Водночас відбувається

парадоксальне поєднання уніфікації та фрагментації: з одного боку, поширюються стандартизовані формати швидкого харчування, з іншого — зростає попит на «автентичні» та нішеві гастрономічні практики. Ця динаміка відображає прагнення сучасної людини поєднати глобальну мобільність із пошуком локальної ідентичності [1, с. 133].

Окремої уваги заслуговує трансформація темпоральності харчових практик. Прискорення соціального часу, характерне для постіндустріальної культури, сприяє поширенню форматів «їжі на ходу», готових страв і функціонального харчування. Традиційні ритуали спільної трапези поступово витісняються індивідуалізованими моделями споживання, що впливає на структуру соціальних зв'язків і змінює роль їжі як інструменту колективної інтеграції [12].

Постіндустріальне суспільство не лише трансформує матеріальні умови харчування, але й кардинально переосмислює його символічний вимір. Їжа стає точкою перетину економічних, медійних та культурних процесів, виступаючи водночас предметом споживання, засобом самовираження та складовою глобальних стратегій культурного поширення. Розгляд цих змін дозволяє сприймати сучасні харчові звичаї як індикатор глибших суспільних перетворень, які означають напрямки розвитку постіндустріальної цивілізації [4, с. 125].

У сучасній культурі вибір продуктів, дієтичних режимів і гастрономічних стилів дедалі частіше виступає маркером світоглядних позицій, етичних переконань і соціальної належності. Веганство, локаворство чи орієнтація на органічне харчування перетворюються на символічні коди, через які індивід артикулює свою приналежність до певних спільнот. Таким чином, гастрономічна ідентичність функціонує як форма культурного капіталу, що інтегрує тілесний досвід у ширші наративи стилю життя [10].

Foodtech включає інноваційні технології виробництва, перероблювання

та дистрибуції харчів. Це не лише автоматизація кухонь і застосування робототехніки, а й розвиток «інтелектуальних» продуктів: від персоналізованих дієтичних рішень до альтернативного білка (м'ясо та молочні продукти на основі рослинних і клітинних технологій). Ці інновації створюють нові смакові та сенсорні можливості, розмивають традиційні межі між локальними кухнями та глобальним ринком, а також відкривають перспективи для культурної експансії через технологічні платформи [13]

Постіндустріальна соціокультурна парадигма характеризується фундаментальними змінами у структурі суспільства, що охоплюють економічну, технологічну та культурну сфери, а також модифікацією соціальних практик і ціннісних орієнтацій. У центрі уваги постіндустріальної доби опиняються знання, інформація, цифрові технології та глобальні комунікаційні мережі, які радикально впливають на повсякденне життя індивідів. Харчові практики, як складова соціальної та культурної поведінки, перебувають під прямим впливом цих трансформацій: вони змінюють форми споживання, способи конструювання гастрономічної ідентичності та символічне значення їжі [12].

Постіндустріальна соціокультурна парадигма формується на основі принципових змін у структурі суспільства, що охоплюють економічну, технологічну та культурну сфери. Представлення інформації у структурованому вигляді дозволяє наочно простежити, як соціокультурні та технологічні зміни впливають на зміст, форму та символічне значення їжі. Основними рисами цієї парадигми є (табл.1):

### Таблиця 1

#### Вплив постіндустріальної соціокультурної парадигми на трансформацію

## харчових практик

Ключова риса постіндустріальної парадигми	Характеристика	Вплив на харчові практики
Пріоритет знань і інформації	Зростання значення інформації, освіти, наукових і культурних знань як основного ресурсу	Формування усвідомленого споживання; вибір продуктів за критеріями здоров'я, екологічності та етичності
Цифровізація та платформізація	Інтеграція цифрових технологій у всі сфери життя; розвиток онлайн-сервісів і платформ	Використання додатків для замовлення їжі; нові практики медіації гастрономії
Глобалізація та культурна гібридизація	Інтенсивний обмін культурними практиками, інтеграція локальних та глобальних культурних елементів	Формування нових гастрономічних ідентичностей; поєднання кулінарних традицій
Перформативність та символізація	Публічний, театралізований характер соціальних практик; акцент на візуалізації та символічному значенні	Кулінарні шоу, live cooking, соціальні мережі; їжа як інструмент самопрезентації та соціальної взаємодії
Рефлексивність та ціннісна свідомість споживання	Усвідомлений вибір, орієнтований на етичні, екологічні та культурні критерії	Усвідомлене харчування, розвиток food consciousness, формування нових соціальних і культурних норм споживання

Джерело: сформовано автором на основі [9; 10-12]

Ці риси напряду впливають на трансформацію харчових практик, окреслюючи нові парадигми споживання та гастрономічного досвіду. Харчування припиняє бути лише фізіологічною потребою й обертається на багатовимірний феномен: інструмент соціального розшарування, культурної самопрезентації та символічної взаємодії. Перехід до цифрових платформ і світових медійних форматів відкриває шанси для культурного поширення локальних та національних кухонь, а також породжує нові форми гастрономічної перформативності [8, с. 255].

У таблиці 2 узагальнено головні ілюзії постіндустріальної гастрокультури, що творять сучасну харчову свідомість.

## Основні ілюзії постіндустріальної гастрокультури

Назва ілюзії	Зміст	Приклади	Соціокультурний вплив
Міфологія «усвідомленого споживання»	Переконання, що вибір певних продуктів автоматично забезпечує етичність, здоров'я та соціальну правильність	Веганство як символ моральної відповідальності, суперфуди, локаворство, органічні продукти	Формує культурний маркер «свідомого споживача», але часто маскує реальні соціальні та економічні обмеження
Естетизація їжі та Instagram-культура	Акцент на візуальній привабливості та символічності їжі понад її функціональні властивості	Фотографування страв, участь у гастрономічних челленджах, кулінарні блоги, food photography	Створює поверхневу гастрономічну рефлексію, зміщує фокус зі смаку та поживної цінності на візуальний ефект і перформанс
Greenwashing та fake sustainability	Використання екологічних наративів як маркетингового інструменту без реальної екологічної користі	«Еко-бренди», органічні продукти з високою ціною, маркування «sustainable» без контролю якості	Формує ілюзію екологічної відповідальності, підкреслює престижність споживання, не завжди відповідає реальним практикам сталого розвитку
Псевдоіндивідуалізація раціону	Ілюзія персоналізованого харчування через алгоритми та тренди, що обмежують автономію вибору	Рекомендації додатків для доставки їжі, персоналізовані дієти, популярні food-trends	Стандартизує раціон і формує залежність від медійних та цифрових механізмів

Джерело: сформовано автором на основі [14-16]

Ілюзії нової харчової обізнаності виконують подвійний соціокультурний функціонал: вони творять символічні ознаки ідентичності та суспільний престиж, одночасно приховують дійсні обмеження у харчуванні, економіці та екології. Міфологізація свідомого споживання, естетизація їжі, комерціалізація екологічних оповідей та псевдоіндивідуалізація раціону показують, як сучасна гастрокультура постає як медіафеномен, у якому важливіше символічне та перформативне значення харчування, аніж його функціональна чи етична складова [13].

У постіндустріальному суспільстві харчові практики дедалі більше інтегруються у цифрові платформи та алгоритмічні системи, що створює ілюзію персоналізованого вибору. Псевдоіндивідуалізація раціону проявляється через поєднання алгоритмів рекомендацій, медійних трендів та маркетингових стратегій, які формують споживчі уподобання і обмежують реальну автономію вибору [10].

Основні механізми псевдоіндивідуалізації харчового вибору в умовах алгоритмізації та трендової економіки представлено у табл.3 Таблиця демонструє, як цифрові платформи, алгоритмічні системи та медійні тренди створюють ілюзію персоналізованого раціону, фактично стандартизуючи харчові практики споживачів. Представлення інформації у структурованому вигляді дозволяє чітко побачити, яким чином алгоритми, соціальні мережі та популярні тренди формують поведінку та гастрономічні уподобання сучасних споживачів.

**Таблиця 3**

Механізми псевдоіндивідуалізації харчового вибору в умовах алгоритмізації та трендової економіки

Механізм псевдоіндивідуалізації	Зміст	Приклади	Вплив на споживчі практики
Алгоритмічні рекомендації	Використання цифрових платформ для підбору продуктів на основі історії замовлень, популярності та поведінкових патернів	Сервіси доставки їжі (Glovo, Uber Eats), додатки для планування раціону (Yazio, Lifesum)	Створює відчуття персоналізації, але фактично повторює стандартизовані патерни
Трендова економіка	Поширення харчових трендів через медіа та соціальні мережі	Веганські страви, смузі боули, суперфуди, популярні рецепти на TikTok/Instagram	Формує стандартизовані харчові практики під виглядом унікальності; орієнтація на символічний капітал, а не на власні потреби
Медіафеномени та лідери	Вплив блогерів, інфлюенсерів і	Instagram-блоги про гастрокультуру,	Вибір товарів часто диктується медійним

думок	кулінарних шоу на формування уподобань	YouTube-канали, live cooking	контентом, а не особистими пріоритетами
Втрата автономії вибору	Стандартизація раціону під зовнішнім впливом алгоритмів і трендів	Персоналізовані дієти додатків, рекомендації доставки їжі, популярні food-trends	Створює ілюзію контролю над харчуванням, але реально обмежує свободу споживача та формує соціально схожі харчові практики

Джерело: сформовано автором на основі [11-12; 17]

Процеси псевдоіндивідуалізації демонструють, як цифровізація та модні культури споживання формують уніфіковані (стандартизовані) гастрономічні звичаї під виглядом персоналізації. Алгоритмічні поради та медійні тенденції утворюють символічний нагляд над харчуванням, одночасно звужуючи справжній вибір покупців. Зрозуміння цих механізмів дає змогу критично осягнути поточні зразки харчової поведінки та окреслити їхній вплив на становлення харчової самобутності і культурних значень у постіндустріальному суспільстві [16].

У сучасному глобалізованому світі їжа виступає не лише біологічною потребою чи культурним символом, а й ефективним інструментом формування культурного впливу та міжнародного іміджу держав. Концепція soft power, запропонована Джозефом Найєм, передбачає використання нематеріальних ресурсів — культури, цінностей, ідей — для зміцнення позицій у міжнародній арені. У цьому контексті гастрономія стає потужним механізмом культурної експансії, здатним формувати уявлення про націю, її традиції та соціальні цінності [15].

Їжа у глобалізованому світі виступає ефективним засобом культурної експансії та soft power. Вона транслює національні цінності, формує позитивний міжнародний імідж та створює соціокультурні платформи для дипломатії й економічного розвитку. Водночас максимальний ефект досягається через поєднання автентичності, медійного поширення та стратегічного використання гастрономічних ресурсів, що дозволяє їжі стати

потужним інструментом культурного впливу [13].

Основні напрями та механізми культурної експансії через їжу у глобалізованому світі подано у табл. 4. Структуроване представлення інформації дозволяє наочно оцінити, яким чином їжа може функціонувати як елемент soft power та інтегруватися у глобальні соціокультурні та економічні процеси.

**Таблиця 4**

Перспективи культурної експансії через їжу у глобалізованому світі

Напрямок культурної експансії	Зміст	Практичне використання	Потенційний ефект
Культурна ідентичність та національний бренд	Використання національної кухні для трансляції історії, традицій та цінностей країни	Французька кухня як символ культурної досконалості, японська кухня та концепт «умамі», українська кухня у міжнародних фестивалях	Формування позитивного культурного іміджу, підвищення впізнаваності країни на міжнародній арені
Гастрономічний туризм	Залучення іноземних туристів через кулінарні події, майстер-класи та фестивалі	Фуд-фестивалі, гастротури, cooking schools, дегустації національних страв	Економічний ефект, розвиток туризму, посилення культурного впливу та обміну
Медіа та digital-платформи	Поширення національної кухні через соціальні мережі, блоги, кулінарні шоу	Instagram, YouTube канали, TikTok рецепти, міжнародні шоу MasterChef	Глобальне охоплення аудиторії, популяризація гастрономічної культури, створення культурного капіталу
Дипломатія та soft power	Використання їжі як інструменту культурної дипломатії	Дипломатичні вечери, національні павільйони на виставках, кулінарні подарунки	Підсилення міжнародних відносин, формування позитивного іміджу держави, зміцнення культурного впливу
Комерціалізація гастрономії та food-export	Експорт продуктів і гастрономічних брендів як	Експорт французьких вин, японського sake, української кави та солодоців	Підвищення економічного потенціалу країни, зміцнення бренду на

	частина міжнародного впливу		глобальному ринку, інтеграція культури у світову економіку
--	-----------------------------	--	--

Джерело: сформовано автором на основі [18-19; 20, с.169; 21; 22, с. 30]

З філософської сторони, характерним є те, що гастрономічні практики об'єднують два протилежні вектори: з однієї сторони смак, а з іншої сторони відмінності між локальними кухнями, як маркерами ідентичності. За таких особливостей їжа виступає інструментом інтеграції та культурного маркування відмінностей.

Глобалізація смаку проявляється у поширенні гастрономічних практик, продуктів і кулінарних традицій за межі національних кордонів, що веде до формування транснаціональних гастрономічних просторів. Сучасні споживачі мають доступ до різноманітних кухонь світу через ресторани, медіа, соціальні мережі та глобальні ланцюги постачання продуктів, що створює нові культурні взаємодії та перетворює їжу на універсальний комунікативний ресурс [22, с. 30].

Розвиток технологій харчування — від foodtech і штучного м'яса до цифрових платформ і персоналізованих дієт — створює нові перспективи для філософії їжі. Технологічний оптимізм передбачає, що інновації дозволять вирішити проблеми продовольчої безпеки, екології та ефективності харчування. Водночас антропологічна відповідальність підкреслює необхідність врахування соціокультурних, етичних і екологічних наслідків технологізаційних рішень у харчуванні [23, с. 1826].

Майбутнє філософії їжі складається на стику цих двох підходів: інтегрування технологічних рішень у харчування має поєднувати дієвість із дотриманням культурних, етичних та природних норм. Це вимагає розробки синтетичної гастрономічної етики, де технології стають засобом свідомого обрання, а харчування — не лише біологічною, а й соціокультурною діяльністю [21].

Нова філософія їжі – особлива конструкція норм, засад і прикладів, що виявляється у методах готування страви, переліку узгоджених у цій культурі харчів та їхніх комбінацій, у вживанні харчів, а також осмисленні етапів готування та споживання їжі. Нова філософія їжі може виконувати такі ролі: регуляторну, функцію позначення суспільного й культурного становища особи, комунікативну, трансляційну, ролі пізнання.

**Висновки.** Таким чином, нова філософія їжі знаходиться на перетині технічних, соціокультурних та фінансових аспектів. Продукти, які ми споживаємо, перетворюються на значущий засіб створення етнічної самобутності. Сучасна їжа виконує чимало ролей одразу: життєву, символічну, суспільну та дипломатичну. Уявлення про усвідомлене споживання, прикрашання їжі та удавану унікальність меню свідчать про необхідність критичного аналізу харчових звичаїв. Разом із цим, нова філософія їжі відкриває перспективи суспільних трансформацій та виникнення нових етнічних рис.

Власний науковий внесок автора полягає у запропонованій авторській інтерпретації їжі як медіального феномену. Розроблено філософський концепт псевдоіндивідуалізації харчового вибору на засадах відчуження.

Перспективним напрямком подальшої роботи є дослідження етико-філософських засад гастрономії як форми біополітики.

### Список використаних джерел

1. Непокупна Т. А., Шевченко Б. О., Степаненко С. В., Мисяк А. С., Шарова О. С. Формування сучасної культури харчування та споживчої поведінки під впливом інноваційних змін у сфері комунікацій: виклики та можливості для готельно-ресторанного бізнесу. *Агросвіт*. 2025. № 12. С. 133-144. DOI:10.32702/2306-6792.2025.12.133.
2. Плакіда О., Вастьянов Р., Горошков О., Остапчук К., Матюшенко П.

Харчування в сучасних соціально-економічних умовах України як здоров'яформуючий фактор (огляд літератури). *Експериментальна і клінічна медицина*. 2023. № 92(2). С. 69-75. URL: <https://doi.org/10.35339/ekm.2023.92.2.pvh> (дата звернення: 30.11.2025).

3. Івашина Л. Л., Куракін О. Б., Бишовець Л. Г. Сучасні технології здорового харчування: досвід і тренди. *Інновації та технології в сфері послуг і харчування*. 2025. № 3 (17). С. 41-48. DOI:[https://doi.org/10.32782/2708-4949.3\(17\).2025.7](https://doi.org/10.32782/2708-4949.3(17).2025.7).

4. Ткач У. В. Впровадження концепції здорового харчування в ресторанному бізнесі: аналіз сучасних тенденцій та їхній вплив на конкурентоспроможність закладів громадського харчування. *Український економічний часопис*. 2024. № 7. С. 125–128. DOI:<https://doi.org/10.32782/2786-8273/2024-7-20>.

5. Нікулін В. С., Кізілов О. І., Яшкіна Д. Д. Соціальний попит на здорове харчування учнів в Україні: приклад харківської області. *Socioпростір: міждисциплінарний електронний збірник наукових праць з соціології та соціальної роботи*. 2023. № 13. С. 31-38. URL:<https://doi.org/10.26565/2218-2470-2023-13-04> (дата звернення: 30.11.2025).

6. Стригуль Л.С., Коваль Є.В., Кручок О.С. Сучасні гастрономічні тренди та їх вплив на розвиток ресторанної індустрії. URL:<https://repository.kpi.kharkov.ua/server/api/core/bitstreams/cf9f3456-ee55-4398-8798-925870cc9378/content> (дата звернення: 30.11.2025).

7. Бандурко Д. А. Культурологічний аналіз репрезентації гастрономічних практик у нових медіа. *Українські культурологічні студії*. 2022. № 1 (10). С. 40-46. URL:[https://doi.org/10.17721/UCS.2022.1\(10\).07](https://doi.org/10.17721/UCS.2022.1(10).07) (дата звернення: 30.11.2025).

8. Корсак Р., Сіра Е. Кулінарна етнологія та глобалізація: вплив міжнародних кулінарних трендів на традиційну кухню. Актуальні проблеми розвитку сфери гостинності: перспективи та виклики: матеріали II Міжнародної

наукової конференції (24-25 квітня 2024 р.). Ужгород: Вид-во УжНУ «Говерла», 2024. С.255-259. URI:<https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/handle/lib/62822> (дата звернення: 30.11.2025).

9. Feldman Z., Goodman M. K. Digital Food Culture, Power and Everyday Life. *European Journal of Cultural Studies*. 2021. 24(1). DOI:10.1177/13675494211055501.

10. Costa P. R. do N., Viana J. D. da R., Junior E. O. de M., Souza J. R. A., Sousa P. H. M. Defining social gastronomy: Multidisciplinary perspectives and a new paradigm for positive social impact through food and culinary practices. *International Journal of Gastronomy and Food Science*. 2025. Volume 40, 101153, URL:<https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2025.101153> (дата звернення: 30.11.2025).

11. Olszanka P. Eating Our Way to Authenticity: Polish Food Culture & the Post-Socialist 'Transformation'. *Social Sciences*. 2022. Volume 11(2). 44. URL:<https://doi.org/10.3390/socsci11020044> (дата звернення: 30.11.2025).

12. Alt K.W., Al-Ahmad A., Woelber J.P. Nutrition and health in human evolution-past to present. *Nutrients*. 2022. 14:3594. DOI:<https://doi.org/10.3390/nu14173594>.

13. The future of nutrition: Why personalized approaches matter. URL: <https://www.perseusbiomics.com/blog/why-personalized-approaches-matter> (дата звернення: 30.11.2025).

14. Del Moral RG. Gastronomic Paradigms in Contemporary Western Cuisine: From French Haute Cuisine to Mass Media Gastronomy. *Front Nutr*. 2020 Jan 10;6:192. DOI:<https://doi:10.3389/fnut.2019.00192>.

15. Greenwashing: 20+ recent stand-out examples. URL:<https://thesustainableagency.com/blog/greenwashing-examples/> (дата звернення: 30.11.2025).

16. The Future of Personalized Nutrition: Innovation or Illusion? URL:<https://www.novabite.nl/en/future-personalized-nutrition-innovation-or->

illusion (дата звернення: 30.11.2025).

17. Roman S., Campos-Medina L., Leal-Mercado L. Personalized nutrition: the end of the one-diet-fits-all era. *Front Nutr.* 2024 May 24;11:1370595. DOI:<https://doi.org/10.3389/fnut.2024.1370595>.

18. Cabral Ó., Lavrador L., Orduna P., Moreira R. Power for dinner. Culinary diplomacy and geopolitical aspects in Portuguese diplomatic tables (1910-2023). *Frontiers in Political Science.* 2025. 7:1669350. DOI:<https://doi.org/10.3389/fpos.2025.1669350>.

19. The Power of Culinary Diplomacy & Hospitality. URL:<https://hospitalityinsights.ehl.edu/culinary-diplomacy> (дата звернення: 30.11.2025).

20. Ткач В., Харенко Д., Камушков О. Маркетингова стратегія просування гастрономічного бренду туристичного місця. *Український журнал прикладної економіки та технологій.* 2021. Том 6№(1). С.169-176. DOI:10.36887/2415-8453-2021-1-20.

21. Kalenjuk Pivarski B., Tešanović D., Šmugović S., Ivanović V., Paunić M., Vuković Vojnović D., Vujasinović V., Gagić Jaraković S. Gastronomy as a Predictor of Tourism Development—Defining Food-Related Factors from the Perspective of Hospitality and Tourism Employees in Srem (A.P. Vojvodina, R. Serbia). *Sustainability.* 2024. 16(24):10834. URL:<https://doi.org/10.3390/su162410834> (дата звернення: 30.11.2025).

22. Красовський С. О. Національна кухня як складник гастрономічної культури етносу: сутність і методи дослідження. *Культура і сучасність : альманах.* 2021. № 1. С. 30-35. DOI:10.32461/2226-0285.1.2021.238536.

23. Neu J. The evolution of personalized nutrition. *Nat Med.* 2024. 30. pp 1826–1827. URL:<https://doi.org/10.1038/s41591-024-03000-y> (дата звернення: 30.11.2025).