

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

*На правах рукописи*

**Цзинь Цзюнькай**

**Экономические и социальные механизмы функционирования ресторанов  
(на примере китайских ресторанов в Санкт-Петербурге)**

Специальность:

22.00.03 – «Экономическая социология и демография»

**Автореферат**

диссертации на соискание ученой степени

кандидата социологических наук

Санкт-Петербург

2018

Работа выполнена в Федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Санкт-Петербургский государственный университет»

**Научный руководитель:** **Веселов Юрий Витальевич**, доктор социологических наук, профессор, профессор, заведующий кафедрой экономической социологии, Факультет социологии, ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет»

**Официальные оппоненты:** **Рахманов Азат Борисович**, доктор философских наук, доцент, доцент кафедры истории и теории социологии, Социологический факультет, ФГБОУ ВО «Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова»

**Барбарук Анна Владимировна**, кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии и философии, Социально-гуманитарный факультет, начальник отдела социологических исследований, ФГБОУ ВО «Северо-Восточный государственный университет»

**Ведущая организация:** **Социологический институт Российской академии наук – филиал Федерального научно-исследовательского социологического центра Российской академии наук, г. Санкт-Петербург**

Защита состоится «\_\_» \_\_\_\_ 2018 г. в \_\_\_\_ часов на заседании диссертационного совета Д 212.232.13 по защите докторских и кандидатских диссертаций при ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет» по адресу: 191124, Санкт-Петербург, ул. Смольного, д. 1/3, 9-й подъезд, факультет социологии, ауд. 324.

С диссертацией можно ознакомиться в читальном зале научной библиотеки им. М. Горького Санкт-Петербургского государственного университета (Университетская набережная, д.7/9). Автореферат диссертации размещен на официальном сайте [www.spbu.ru](http://www.spbu.ru)

Автореферат разослан «\_\_» \_\_\_\_ 2018 г.

Ученый секретарь диссертационного совета,  
кандидат социологических наук

Н.В. Соколов

## Общая характеристика работы

**Актуальность темы исследования.** Еда - незаменимый спутник человеческой жизни. С развитием обществ потребление все больше обобществляется, еда из домашнего дела становится общественным. Все больше и больше ресторанов и других предприятий общественного питания входят в повседневную жизнь людей. Рестораны существовали и в эпоху Римской империи в Европе, и в эпоху династии Мин в Китае. Правда, тогда они ориентированы были на простолюдинов, а сегодня больше выполняют функцию статусного потребления. Но в любом случае рестораны - это пространство социального взаимодействия. Естественно, что рестораны сегодня являются экономическими предприятиями, однако это экономическое заведение не только удовлетворяет человеческую потребность в питании, но и удовлетворяет человеческие потребности в общении, адаптации и социализации. С точки зрения экономической социологии питания, рестораны - не только бизнес, но социальный институт, функционирование которого опирается не только на экономические, но и на социальные механизмы.

Обычно глобализация понимается как «вестернизация» и «макдональдизация». Но в современной системе питания существует мощная обратная волна влияния восточной культуры на западный мир, что в противовес «вестернизации» называется как «истернизация» («easternization») или «ориентализация»<sup>1</sup>. Например, в каждой европейской стране, но в основном в Германии, можно увидеть жареное мясо по-турецки (донер-кебаб), в России или США на улицах повсюду можно увидеть японские рестораны. В этой латентной тенденции глобализации питания китайские рестораны также играли и играют значительную роль. Из-за традиционных вкусовых предпочтений и структурных особенностей питания китайцам сложно приспособиться к вкусам западной системы питания, и китайская кухня начала своё распространение вместе с продвижением китайских мигрантов, студентов и туристов на Запад. Для китайцев ресторанное дело традиционно выступает одним из важных видов их заграничного бизнеса. Оно не только предоставляет китайцам возможность жить и зарабатывать, а также потреблять родные для них блюда национальной кухни, но и выступает своего рода культурной «мягкой силой» международного влияния Китая. Все больше европейцев, американцев и россиян приобщаются в китайских ресторанах к гастрономической культуре Востока.

Добавляет актуальности исследования современная кризисная международная политико-экономическая обстановка, содействующая сближению России и Китая. В этой ситуации особенно важным становится совершенствование взаимопонимания культур обеих

---

<sup>1</sup> Веселов Ю.В., Цзинь Ц. Процессы глобализации питания: взаимное влияние культур запада и востока // Журнал «Здоровье и образование в XXI веке», 2016. № 9. С. 136.

стран, включая культуры питания и ведения ресторанного дела. Поэтому, с нашей точки зрения, важное значение имеет и экономико-социологическое исследование китайского ресторана в Санкт-Петербурге.

**Степень разработанности темы исследования.** В своем исследовании опираемся на теорию социологии питания, как классическую, так и современную. Но также и на такое новое направление, как экономическую социологию питания (представленную школой Ю.В. Веселова). Систему теорий классической социологии питания можно разделить на три основные социологические парадигмы, такие как функционализм, представленный в работах Г. Зиммеля, П.А. Сорокина, Б. Малиновского и О. Ричардс<sup>2</sup>; структурализм, выразителями которого являются К. Леви-Стросс, Р. Барт, М. Дуглас и П. Бурдьё<sup>3</sup>; и материализм, защищаемый Дж. Гуди и Ф. Броделем<sup>4</sup>. Существенный вклад в изучение проблем социологии питания внесли такие современные историки и социологи, как В. Беласк, А. Вард, Р. Вилк, Дж. Гусман, Х. Динер, Ч. Кауфман, К. Кипле, К. Кунихан, С. Меннел, С. Минтз, М. Монтанари, А. Муркотт, К. Орнелас, П. Фридман, Н. Хамбл<sup>5</sup>. В настоящее время в российской социологии также формируются разного рода теоретические и эмпирические исследования питания (А.В. Барбарук, Ю.В. Веселов, Л.Т. Волчкова, Е.Ю. Ганскау, Е.П.

---

<sup>2</sup> См. Зиммель Г. Социология трапезы // Социология: теория, методы, маркетинг. Киев, 2010. 4. С.187-192; Сорокин П. Голод как фактор: Влияние голода на поведение людей, социальную организацию и общественную жизнь. М.: Academia, 2003. 684 с.; Richards A. Hunger and Work in a Savage Tribe: A Functional Study of Nutrition among the Southern Bantu. London: Routledge & Kegan Paul, 1932.

<sup>3</sup> См. Lévi-Strauss C. The Raw and the Cooked – Introduction to a Science of Mythology. New York: Octagon Books, 1979. pp.1-13; Lévi-Strauss C. The Culinary Triangle // Carole Counihan and Penny Van Esterik. Food and Culture: A Reader (2nd ed.). New York: Routledge, 2008; Lévi-Strauss C. The Origin of Table Manners. London: Jonathan Cape, 1978. 471 p.; Барт Р. Избранные работы. М.: Прогресс, 1994; Брат Р. Мифологии. М.:Изд-во им.Сабашинковых, 1996; Bartes R. Towards a Psychosociology of Contemporary Food Consumption // Food and Culture: A Reader. New York: Routledge, 2008, pp.36-43; Douglas M. Purity and Danger. London and New York: Routledge, 2002; Бурдьё П. Различение: социальная критика суждения // Западная экономическая социология: хрестоматия современной классики. М.: РОССПЭН, 2004. С.537-565; Бурдьё П. Формы капитала // Западная экономическая социология: хрестоматия современной классики. М.: РОССПЭН, 2004. С.519-536.

<sup>4</sup> См. Goody J. Cooking, Cuisine and Class: Study in Comparative Sociology. Cambridge: Cambridge University Press, 1982; Бродель Ф. Материальная цивилизация, экономика и капитализм XV–XVIII вв. М.: Прогресс, 1986. Т.1. “Структуры повседневности: возможное и невозможное”.

<sup>5</sup> См. Belasco W. Food matters: Perspectives on an Emerging Field. / Belasco and Scranton (eds.), Food Nations: Selling Taste in Consumer Societies. New York: Routledge, 2002. pp. 2-23; Counihan C. Around the Tuscan Table: Food Family and Gender in Twentieth Century Florence. New York: Routledge, 2004. 264 p; Diner H. Hungering for America: Italian, Irish and Jewish Foodways in the Age of Migration. Cambridge: Harvard University Press, 2001. 320 p; Guthman J. Weighing in, Obesity, Food Justice, and the Limits of Capitalism. Berkeley: University of California Press, 2001. 248 p; Freedman P.H. (ed.) Food: The History of Taste. Berkeley and LA: University of California Press, 2007; Humble N. Culinary Pleasures: Cookbooks and the Transformation of British Food. London: Faber and Faber, 2005. 352 p; Kaufman C.K. Cooking in Ancient Civilizations. Westport: Greenwood Press, 2006; Kiple K.F., Ornelas K.C. (eds.) The Cambridge World History of Food. Cambridge: Cambridge University Press, 2000; Mennell S., Murcott A. and van Otterloo A. The Sociology of Food: Eating, Diet and Culture. London: Sage, 1992. 160 p; Mennell S. All Manners of Food: Eating and Taste in England and France from the Middle Ages to the Present. Chicago: University of Illinois Press, 1996; Mintz S. Sweetness and Power: the place of sugar in modern history. Harmondsworth: Penguin Books, 1985. 320 p; Murcott A. Belasco W. and Jackson P. (eds) The Handbook of Food Research London: Bloomsbury Academic, 2013. 680 p; Warde A. Consumption, Food and Taste: Culinary Antinomies and Commodity Culture. L.: Sage, 1997; Warde A. On the sociology of eating // Revue d'Études en Agriculture et Environnement, 2015. 96(01). pp.7-15; Wilk R. Home Cooking in the Global Village: Caribbean Food from Buccaneers to Ecotourists. Oxford: Berg, 2006. 288 p; Монтанари М. Голод и изобилие: история питания в Европе. СПб.: Alexandria, 2009.

Гремченко, О.А. Громашева, Н.Н. Зарубина, С.А. Кравченко; П.М. Козырева, В.Н. Минина, А.Б. Рахманов, Я.М. Рощина <sup>6</sup>). В Китае проблемам социологии и антропологии питания посвящены труды таких ученых как: Го Юйхуа (Guo Yuhua), Му Суцзе (Sucheta Mazumdar), Пэн Чжаожун (Peng Zhaogong), У Яньхэ (Wu Yanhe), Сунь Сяююн (Sun Xiaoyun), Сяо Цзячэн (Xiao Jiacheng), Чжан Чжаньхун (Zhang Zhanhong) и Чэнь Юньпяо (Chen Yunpiao)<sup>7</sup>.

---

<sup>6</sup> См. Веселов Ю. В. Социология питания: теоретические основания // Проблем теоретической социологии. СПб.:Изд. Центр экономического факультета СПбГУ, 2014. С.168-199; Веселов Ю.В. Современная социальная система питания // Журнал социологии и социальной антропологии. Т. XVIII. 2015. 1(78). С.68-82; Веселов Ю.В. Повседневные практики питания // Социологические исследования. 2015. №1. С.95-104; Веселов Ю.В., Цзинь Ц. Процессы глобализации питания: взаимное влияние культур запада и востока // Журнал «Здоровье и образование в XXI веке». 2016. №9. С.135-141. Волчкова Л.Т., Ганскау Е.Ю. Образцы семейного питания как фактор формирования социальных отношений и потребительских предпочтений на рынке продовольствия // Телескоп: журнал социологических и маркетинговых исследований. 2001. №1. С.34-49; Волчкова Л.Т., Минина В.Н., Ганскау Е.Ю., Волчков А.Н. Стратегии потребительского поведения населения на рынке продовольственных товаров Санкт-Петербурга. СПб.:Петрополис, 2000; Вторушина А. В. Региональные особенности становления общества потребления в России: анализ структуры питания // Журнал социологии и социальной антропологии. 2011. Т. XIV. № 5. С. 252-259; Вторушина А. В. Структура потребления продуктов питания как показатель качества жизни // Социология. 2011. № 3. С. 152-170; Вторушина А. В. Потребление продуктов питания в контексте социологической теории: к попытке систематизации основных концепций // Вестник Северо-Восточного государственного университета. 2011. № 16. С. 98-102; Ганскау Е.Ю. Образцы потребления продуктов питания в Санкт-петербургских семьях. Волчкова Л.Т., Гронов Ю., Минина В.Н. (ред.) Социология потребления. СПб.: Социол. об-во им. М.М. Ковалевского, 2001. С.109-129; Ганскау Е.Ю., Минина В.Н., Семенова Г.И., Гронов Ю.Е. Повседневные практики питания жителей Санкт-Петербурга и Ленинградской области // Журнал социологии и социальной антропологии. 2014. 17(1). С.41-58; Ганскау Е.Ю., Минина В.Н. Правильный обед глазами петербуржцев // Журнал социологии и социальной антропологии. 2015. 18(1). С.83-99; Гремченко Е.П., Рощина Я.М. Факторы склонности к здоровому образу жизни // Вестник Российского мониторинга экономического положения и здоровья населения НИУ ВШЭ (RLMS-HSE).М.: Нац. исслед. Ун-т «Высшая школа экономики». 2016. №6. С.118-163; Громашева О.А. Организация питания в семье: гендерный аспект. Е. Здравомыслова, В. Пасынкова, А. Темкина, О. Ткач (ред.) Практики и идентичности: гендерное устройство. СПб.: Европейский университет в Санкт-Петербурге, 2010. С.159-205; Зарубина Н.Н. Практики питания как маркер и фактор социального неравенства в России // Историческая психология и социология истории. 2014. №2. С.46-62; Зарубина Н.Н., С.А. Кравченко (ред.) Социология питания: традиции и трансформации. М.: МГИМО, 2017; Козырева П.М., Сафронова А.М., Старовойтов М.Л. Анализ фактического питания и пищевого статуса различных групп населения // Вестник Российского мониторинга экономического положения и здоровья населения НИУ ВШЭ (RLMS-HSE).М.: Нац. исслед. Ун-т «Высшая школа экономики». 2014. №4. С.131-166; Рахманов А.Б. Глобальное кулинарное пространство и его эмпирическое исследование // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 12. Психология. Социология. Педагогика. 2016. № 4. С.115-127; Рахманов А.Б. Глобальное кулинарное пространство и иерархия кулинарных держав // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2017. № 37. С.223-231; Рахманов А.Б. Страны Балтийского региона в глобальном кулинарном пространстве // Балтийский регион. 2017. Т. 9. № 2. С. 122-141; Рахманов А.Б. Страны Латинской Америки в глобальном кулинарном пространстве // Латинская Америка. 2017. № 5. С. 61-75; Рахманов А.Б. Глобальное кулинарное пространство и гастрономические стратегии городов // ЭКО. 2017. № 3 (513). С. 91-103; Рахманов А.Б. Детерминанты глобального кулинарного пространства // ЭКО. 2017. № 7 (517). С. 72-88.

<sup>7</sup> См. 穆素洁 (Му Суцзе) 中国: 糖与社会-农民, 技术和世界市场 (Китай: сахар и общество – крестьяне, технологии и мировой рынок). Гуанчжоу: Гуанчжоуское народное издательство, 2009; 彭兆荣 (Пэн Чжаожун) 饮食人类学 (Антропология питания). Пекин: Издательство «Пекинский университет», 2013; 吴燕和 (У Яньхэ) 港式茶餐厅-从全球化的香港饮食文化谈起 (Типичные гонконгские кафе – поговорим о глобализированной культуре питания в Гонконге). Шандон: Фольклорное исследование. 2001. №7. pp. 24-28; 陈运飘, 孙箫韵 (Чэнь Юньпяо, Сунь Сяююн) 中国饮食人类学初论 (Предварительная дискуссия китайской социологии питания). Гуанси: Гуансиское этническое исследование. 2005. № 3. pp.47-53; 萧家成 (Сяо Цзячэн) 升华的魅力---中华民族酒文化 (Притягательная сила сублимации: культура винопития китайской нации). Пекин: Издательство «Хуа Лин», 2007. 330 p.; 张展鸿 (Чжан Чжаньхун) (2008) 饮食人类学 (Антропология питания). Пекин: Издательство «Китайский народный университет», 2008. pp.240-254; David Y. H. Wu., Tan Chee-Beng. Changing Chinese Food Ways in Asia. Hong Kong: Chinese University Press, 2001; Sidney Cheung., David Y. H. Wu. The Globalization of Chinese Food. England: Curzon, 2004.

Значимые теоретические конструкции для социологического исследования питания, потребления и вкуса можно найти в творчестве Ж. Бодрийяра, Т. Веблена, В. Паккарда<sup>8</sup>, П. Бурдые, Ю. Гронова и Д. Ритцера<sup>9</sup>. Разрабатываемая в диссертации концепция «социального конструирования питания» заимствует идеи феноменологии и социологии познания (А. Щюц, П. Бергер, Т. Лукман, Р. Мертон, Б. Латур, С. Вулгар, К. Кнорр-Цетина, В. Старк и М. Фуко)<sup>10</sup>, и учитывает также историко-культурную сторону питания.

Для раскрытия социально-экономических механизмов ресторанного дела, мы уделяем большое внимание центральному понятию неонституционализма в экономической социологии - транзакционным издержкам (Р. Коуз, Д. Норт, О. Уильямсон, Р. Мэтьюс, Э. Фуруботн, Р. Рихтер, К. Далман)<sup>11</sup>, и используем такое теоретическое понятие новой экономической социологии, как «включенность» («embeddedness») (К. Поланьи, М. Грановеттер, Р. Берг, В. Зелизер, П. ДиМаджио, Ш. Зукин)<sup>12</sup>.

**Объектом исследования** выступают китайские рестораны в Санкт-Петербурге как социальное явление.

---

<sup>8</sup> См. Бодрийяр Ж. Система вещей. М.: Рудомино, 2001; Бодрийяр Ж. Общество потребления: его мифы и структуры. М.: Культурная революция, 2006; Веблен Т. Теория праздного класса. М.: Прогресс, 1984; Packard V. The Status Seekers. London: Longmans, 1960.

<sup>9</sup> См. Gronow J. Sociology of Taste. London: Routledge, 1997; Ритцер Д. Макдональдизация общества 5/ пер. с англ. А. Лазарева. М.: Праксис, 2011.

<sup>10</sup> См. Schutz A. The Phenomenology of Social World. Trs.by George Walsh and Frederick lehnert. Evanston: Northwestern University Press, 1967; Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности: Трактат по социологии знания/ Пер. с англ. Е. Руткевич; Моск. филос. фонд. М.: Academia-Центр; Медиум, 1995. 323 с.; Мертон Р. Социальная теория и социальная структура. М.: АСТ, Хранитель, 2006. 880 с.; Woolgar S., Latour B. Laboratory life: the Construction of Scientific Facts. Princeton, New Jersey: Princeton University Press, 1986; Knorr-Cetina K. The Manufacture of Knowledge: An Essay on the Constructivist and Contextual Nature of Science. Oxford New York: Pergamon Press, 1981; Stark W. The Sociology of Knowledge. Chicago: Free Press of Glencoe, 1958; Фуко М. Слова и вещи. Археология гуманитарных наук. М.: Прогресс, 1977.

<sup>11</sup> См. Коуз Р. Фирма, рынок и право. М.: Дело, 1993. 192 с.; Arrow K. The Organization of Economic Activity: Issues Pertinent to the Choice of Market Versus Nonmarket Allocation // The Analysis and Evaluation of Public Expenditure: the PPB System, 1969, №1. pp. 59-73; Норт Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики. М.:Начала, 1997; Williamson O. E. Markets and Hierarchies: Analysis and Antitrust Implications. New York: Free Press, 1975; Williamson O. E. Transaction Cost Economics: The Government of Contractual Relations. // Journal of Law and Economics. 1979. 22(3), pp. 233-261; Williamson O. E. The Economics of Organization: the Transaction Cost Approach. // American Journal of Sociology, 1981. Vol.87, №3, pp. 548-577; Williamson O. E. The Economic Institutions of Capitalism: Firms, Markets, Relational Contracting. New York: Free Press, 1985; Williamson O.E., Masten, S. (eds.). The Economics of Transaction Costs. Berkeley: University of California, 1999; Уильямсон О.И. Вертикальная интеграция производства: соображения по поводу неудач рынка / Теория фирмы. СПб: Экономическая школа, 1995. С. 411-442; Matthews R. The Economics of Institutions and Sources of Growth. // Economic Journal. 1986.11. pp.903-910; Furubotn E., Richter R. Institutions and Economic Theory: The Contribution of the New Institutional Economics. University of Michigan Press, 2000. 556 p.; Dahlman C. J. The Problem of Externality // The Journal of Law and Economics. 1979, 22(1). pp.141-162.

<sup>12</sup> См. Поланьи К. Великая трансформация: Политические и экономические истоки нашего времени. СПб.:Алетейя, 2014. 312 с.; Granovetter M. Economic Decisions and Social Structure: The Problem of Embeddedness. Unpublished early draft of Granovetter, 1982; Granovetter M. Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness // American Journal of Sociology. 1985. № 91. №3. pp. 481-510; Burt R.S. Structural Holes: The Social Structure of Competition. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1992; Zukin S., DiMaggio P. Introduction // Structures of Capital / Eds. S. Zukin, P. Di Maggio. Cambridge: Cambridge University Press, 1990; Zelizer V. Beyond the Polemics of the Market: Establishing a Theoretical and Empirical Agenda // Sociological Forum. 1988. № 3. pp. 614-634.

**Предметом исследования** являются экономические и социальные механизмы функционирования ресторанов.

**Цель исследования** состоит в исследовании влияния социальных и экономических механизмов на функционирование и развитие китайских ресторанов в процессе глобализации питания.

**Задачи, определяемые целью:**

- 1) Выделить и проанализировать основные классические и современные социологические подходы к исследованию питания.
- 2) Разработать концепцию социального конструирования питания.
- 3) Определить социологическое значение ресторана как специфического социального пространства, а также выявить социальные функции ресторана.
- 4) Раскрыть две основные тенденции в глобализации питания: «вестернизация» и «истернизация».
- 5) Выделить экономические и социальные механизмы функционирования ресторанов.
- 6) Провести эмпирическое исследование ресторанного дела (на примере китайских ресторанов в Петербурге) с позиций экономической социологии.
- 7) Проанализировать экономические и социологические механизмы функционирования китайских ресторанов в Санкт-Петербурге.

**Гипотезы исследования.**

*Основная гипотеза:* В Санкт-Петербурге китайские рестораны не только играют роль экономического предприятия, оказывающего услуги ради получения прибыли, но представляют собой особый тип социального пространства, использующего механизмы социальных сетей (личного взаимодействия и интернет взаимодействия), формируемых китайцами, которые прибывают в Санкт-Петербург с различными целями и на различные сроки. Коммуникация в рамках сетей осуществляется на китайском языке, что делает систему привлекательной для китайцев и эффективной.

*Дополнительная гипотеза 1:* В развитии современного ресторана все большее значение приобретают культурная и социальная функции, в то время как функция простого потребления пищи отходит на второй план.

*Дополнительная гипотеза 2:* Китайцы образуют обособленную общность в социуме Санкт-Петербурга, а китайские рестораны обеспечивают им социальное пространство общения, тогда как мобильные приложения «QQ» и «WeChat» как канал коммуникации тесно связывают китайцев не только между собой, но и с китайскими ресторанами как институтами.

**Теоретико-методологической основой** данного исследования послужили теории классической и современной социологии питания. Особое внимание уделяется: А) концепции габитуса в теории генетического структурализма (П. Бурдьё); и Б) теории социального конструирования (феноменология и социология познания). Для выяснения социальных и экономических механизмов функционирования китайских ресторанов в Санкт-Петербурге мы обратились к таким понятийным конструкциям в рамках новой институциональной экономической теории и новой экономической социологии как «социальные издержки» и «включенность» («embeddedness»). В качестве основы, мы опираемся на концепцию экономической социологии питания, разрабатываемой на кафедре экономической социологии СПбГУ (Ю.В. Веселов; О. А. Таранова; О.А. Никифорова и др.)

**Эмпирическую базу диссертации** составили материалы и результаты собственного социологического исследования «Китайские рестораны в Санкт-Петербурге», которое было проведено автором в период с 2015 по 2017 год, включая наблюдения 120 китайских ресторанов в Санкт-Петербурге, анкетирования 50 русских и 250 китайских посетителей китайских ресторанов Санкт-Петербурга, 6 глубинных интервью с посетителями китайских ресторанов. Дополнительно в качестве эмпирической базы диссертационной работы использовались результаты осуществленного кафедрой экономической социологии СПбГУ эмпирического исследования «Социальные практики питания петербуржцев» (телефонный опрос, n=1054).

**Методы научного исследования.** В диссертации реализуется идея взаимодействия качественных и количественных методов сбора данных. Основные методы:

1. Анализ научной литературы и документов по социологии питания и исследований, посвященных тематике диссертации;
2. Метод включенного наблюдения;
3. Анкетирование посетителей китайских ресторанов в Санкт-Петербурге;
4. Глубинное интервью с посетителями китайских ресторанов.

**Научная новизна:**

1. Предложена модель социального конструирования питания, включающая номинальный, измерительный и институциональный типы социального конструирования.
2. Выявлено социологическое значение ресторана как экономического и социального явления и раскрыт феномен «истернизации» в процессе глобализации питания как латентной тенденции влияния восточной культуры на западную.
3. Рассмотрены социальные характеристики китайского ресторана в Санкт-Петербурге, и показаны социальные сети китайцев в Санкт-Петербурге, включающие



социальные сети личного взаимодействия и сети интернет (мобильные приложения на китайском языке).

4. Выявлены экономические и социологические механизмы функционирования китайских ресторанов в Санкт-Петербурге.

**Теоретическая и практическая значимость.** Результаты исследования обогащают теоретическую систему социологии питания, расширяют теорию социального конструирования питания, также позволяют рассматривать структурную и культурную включенность в пространство питания в качестве единого целого. Материалы диссертационного исследования могут быть использованы для объяснения причин успешности китайских ресторанов в Санкт-Петербурге и понимания различий культурных практик в экономической сфере; они также могут быть использованы в курсах «Экономическая социология», «Социология питания».

**Положения, выносимые на защиту:**

1. Питание является типичным социальным действием, в процессе которого человек не только наделяет еду символическими смыслами, но и всегда ориентирует свое потребление пищи на других. Питание так же рассматривается как социальный процесс, воспроизводящий социальные связи, коллективные нормы и социальную структуру. А вкус, режим питания и застольный этикет являются основными социальными институтами питания.

2. С социологической точки зрения ресторан представляет собой пространство социальных практик питания; это социальный институт, выполняющий ряд функций, а именно: функцию удовлетворения потребности в еде, функцию производства и распространения культурных образцов, функцию социализации. С точки зрения концепции «включенности» новой экономической социологии, ресторан как экономическое явление воспроизводится в сетевой и культурной среде. Следовательно, развитие ресторана не только опирается на рыночные механизмы (включая такие составляющие, как цена, издержки, спрос, предложение, трансакционные издержки, конкуренция и риск), но и зависит от таких социальных механизмов, как институт вкуса, социальные сети (в том числе социальные сети личного взаимодействия и интернет сети), культурная идентичность, доверие, религии и т.д.

3. Китайский ресторан как социальная составляющая закрытого социума китайцев в Санкт-Петербурге, с одной стороны, удовлетворяет потребность в еде с позиции специфического вкуса китайцев, формирующегося в процессе традиционных конструирований практик питания (инь-ян в китайской кухне), с другой стороны, организует социальное пространство для общения между китайцами, между клиентурой и персоналом китайских ресторанов и между китайцами и местными жителями. Функционирование

китайских ресторанов в Санкт-Петербурге опирается не только на общие рыночные механизмы, но и на характерные социальные механизмы, к которым относятся социальные сети личного взаимодействия китайцев, закрытая сеть интернет на китайском языке.

4. Китайские рестораны в Санкт-Петербурге структурированы на сетевые рестораны, независимые рестораны и теневые рестораны. Для краткосрочного развития большинства китайских независимых и теневых ресторанов в Санкт-Петербурге не имеет особого значения степень посещаемости ресторана местным населением. Особенно теневые рестораны (примерно одна десятая часть китайских ресторанов) не заинтересованы в привлечении местных жителей. Домашняя кухня и доставка блюд как новый вид теневого предприятия общественного питания обеспечиваются заказом по телефону и китайским мобильным приложениям «QQ» и «Wechat». Но в Санкт-Петербурге появляется в последние годы новая тенденция: китайские рестораны высокого класса открываются теперь российскими предпринимателями, в частности посредством использования франшизы одного китайского ресторана в Европе. Данный вид китайского ресторана в значительной степени ориентирован на спрос со стороны жителей Петербурга.

**Апробация работы.** Основные положения и результаты диссертационного исследования опубликованы в научных статьях, а также изложены в докладах на следующих конференциях:

- Российско-китайский социологический форум «Экономическая глобализация и модернизация культуры России и Китая» (Шанхай, Китай, 2014 г.);
- V Международная научная конференция «Asian Food Study Conference» (Цюйфу, Китай, 2015 г.);
- Международная научная конференция «Экономическая культура мегаполиса» (Санкт-Петербург, 2016 г.);
- Международная научная конференция «Труд и общество в реалиях XXI века» (Санкт-Петербург, 2017 г.);
- Международная научная конференция «Кино и капитал» (Санкт-Петербург, 2017 г.);
- Международная научная конференция «Один пояс и один путь. Историко-культурное развитие Китая и России» (Шанхай, Китай, 2017 г.);
- IX Всероссийская научная конференция «Ковалевские чтения» (Санкт-Петербург, 2017г.).

Публикации: всего автор имеет 9 научных публикаций по теме диссертации, в частности 4 статьи опубликованы в рекомендованных ВАК РФ изданиях. Общий объем публикаций составляет – 4.3 п.л.

Диссертация обсуждалась на кафедре экономической социологии факультета социологии Санкт-Петербургского государственного университета в период обучения диссертанта в аспирантуре с 2015 по 2018 г.

**Структура работы.** Диссертация состоит из введения, двух глав, включающих 5 параграфов, заключения, списка литературы и приложений.

## ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во *введении* обоснована актуальность темы исследования, показана ее степень разработанности, определены объект, предмет, цели, задачи и гипотезы исследования, отражены теоретико-методологическая основа и эмпирическая база диссертации, сформулированы научная новизна, теоретическая и практическая значимость работы.

Логика работы выстраивается на основании принципа «от общего к частному» - сначала очерчиваются общие теоретические рамки социологии питания, далее приводится определение понятия «ресторана» как социального пространства; затем исследование переходит от выделения экономических и социальных механизмов функционирования ресторана к раскрытию характерных механизмов функционирования и развития китайских ресторанов в Санкт-Петербурге.

Первая глава *«Теоретико-методологические основы социологического изучения питания»* состоит из двух параграфов. В первом параграфе *«Классические и современные подходы к анализу социологии питания»* представлен обзор теоретико-методологических подходов социологии питания. В классической социологии питания изучение еды и пищевых практик проводилось главным образом посредством формирования парадигм функционализма, структурализма и материализма. Г. Зиммель, П. Сорокин и О. Ричардс являются представителями функционалистского (позитивистского) подхода к проблемам социологии питания (необходимо отметить, что Г. Зиммель и П. Сорокин только на начальных этапах являлись представителями позитивизма, потом их методологические воззрения существенно изменились). Питание с точки зрения функционализма выступает в качестве первичной потребности человечества и материального условия жизни, также оно еще выполняет свою функцию социализации и воспроизведения социальной группы. К. Леви-Стросс, Р. Барт, М. Дуглас представляют структуралистский подход к изучению социологии питания. Через семиотический анализ формирования представлений о питании пища сочетает возлагаемые на нее символы (обозначаемое и обозначающее) и определенное социальное положение индивида или социальной группы. Практика питания для структурализма рассматривается определенного рода символическая деятельность. П. Бурдьё с помощью таких концептуальных понятий, как габитус, капитал и социальное поле

формирует свою теоретическую систему питания. Классы распределяются практиками по наличию особого габитуса, особого вкуса и особого образа жизни. А разделение пространства питания и пищевых продуктов зависит от определения сфер экономического и культурного капиталов. Ф. Бродель и Дж. Гуди - представители материализма в социологии питания. Их исследования о питании фактически создают задел к созданию экономической социологии питания. Следует заметить, что в отличие от марксизма, Ф. Бродель, представитель Школы «Анналов», не рассматривал абстрактные экономические отношения общественного труда, а уделял внимание становлению и изменению материальной структуры повседневной жизни человека. В современное время, ряд историков и социологов (Х. Динер, С. Меннел, М.Монтанари и т.д.) также занимаются исследованием практик питания человека в процессе развития общества. Исторический подход показывает динамическое объяснение изменений стилей жизни и потребления разных слоев населения.

Постмодернистский подход к изучению питания акцентирует внимание на исследовании потребления продуктов питания (А. Вард). Развитие в сфере потребления продуктов питания в настоящее время складывается из таких тенденций, как произвольное индивидуальное разнообразие потребления питания (когда питание индивида не зависит от установок питания класса); пост-фордистская система питания (когда потребление питания зависит от новых социальных групп в обществе, разделяющих единый стиль жизни); процесс «макдональдизации» питания (модель питания ориентирована на все социальные слои) и классовый процесс (потребления питания зависит от установок класса). Экономическая социология питания расширяет пределы предмета социологии питания от потребления продуктов до целой экономической системы питания и занимается исследованием социальных отношений в процессе производства, распределения, обмена и потребления продуктов питания.

Следует отметить необходимость включения в рамки социологии питания того, как человек конструирует еду как социальный объект и организует социальные практики питания; и как питание в качестве социального процесса обратно воздействует на поведение человека. С помощью социологии знания и феноменологии социальное конструирование питания разделяется на три измерения: номинальное, измерительное и институциональное конструирования питания. Каждый уровень конструирования обуславливается социальной и структурной средой.

Во втором параграфе *«Исторический анализ понятия «ресторан» как социального пространства»* автор указывает, что для становления современного ресторана передвижение людей (географическая мобильность), разделение классов (социальная мобильность) и разделение труда являлись важными социальными предпосылками. Ресторан

как современный феномен предоставляет пространство для реализации социальных практик питания, выполняющее ряд функций, а именно: функцию питания (удовлетворения потребности в еде), функцию культуры (производство и распространение культурных образцов) и функцию социализации. А экономическая функция ресторана как и любого предприятия заключается в производстве прибыли для его владельца. В развитии современного ресторана все большее значение приобретают культурная и социальная функции, в то время как функция простого потребления пищи частично отходит на второй план.

В процессе глобализации питания существует две тенденции. По мере роста экономической глобализации, «вестернизация» как революция в питании приобретает все большее распространение в мире, становясь основной тенденцией глобализации питания. Однако, «вестернизация» питания дает миру не только фаст-фуд и кока-колу, как принято считать, но и более важные явления - максимальную стандартизацию услуг, современные технологии переработки, хранения и перевозки продуктов. В то же время, восточная кухня, сохраняя традиционность своей культуры, стала популярной на западе благодаря экономическому подъему восточных стран и увеличению мобильности населения, активно перемещающихся за пределы территории своей страны. Данное латентное влияние «истернизации» на западный мир является новым потенциальным вектором развития ресторанного дела.

Вторая глава исследования *«Экономико-социологический анализ механизмов функционирования китайских ресторанов в Санкт-Петербурге»* состоит из трех параграфов. В первом параграфе *«Социальные и экономические механизмы функционирования ресторанов»* автор указывает, что в современной России, как и в Китае, все свидетельствует о рыночной природе действующих экономических механизмов функционирования ресторанов: это производственные и транзакционные издержки, механизм цен, механизм конкуренции, механизм спроса и предложения, механизм риска. Экономические механизмы представляют собой взаимосвязанные, взаимодействующие и взаимообусловленные отношения между различными составляющими определенной социально-экономической системы. Они существуют во всем общественном воспроизводственном процессе производства, распределения, обмена и потребления. Социальный механизм (Social mechanism<sup>13</sup>) представляет собой стабильную систему поведения социальных групп и взаимодействий этих групп друг с другом в экономической жизни, регулируемую социальными институтами, социально-экономическим положением и

---

<sup>13</sup> См. Hedström P., Swedberg R. (eds.) *Social Mechanisms: An Analytical Approach to Social Theory*. Cambridge: Cambridge University Press, 1998; Hedström, P., Swedberg, R. *Social Mechanisms // Acta Sociologica*. 1996. 39. pp. 281-308.

сознанием самих этих групп<sup>14</sup>. Функционирование ресторана опирается не только на систему экономических рыночных механизмов, но и на работу таких социальных механизмов, как механизм социального включения и исключения; механизм символического потребления; социальные сети (социальные сети личного взаимодействия и сети интернет); механизмы социализации питания (вкус, режим и этикет); культурная идентичность; доверие, религия и т.д.

Во втором параграфе «*Эмпирическое исследование китайских ресторанов в Санкт-Петербурге*» представлено описание и результаты эмпирического исследования китайских ресторанов. Данное исследование длилось в течение двух лет: с марта 2015 по июнь 2017. Основной акцент исследования делается не столько на экономическую составляющую ресторана, сколько на социально-экономический аспект функционирования китайских ресторанов в Санкт-Петербурге. Исследование разделяется на два этапа: предварительный этап и исследовательский этап.

1 этап (предварительный этап) — раскрытие общего положения китайских ресторанов в Санкт-Петербурге.

а) Включенное наблюдение: непосредственное наблюдение 120 китайских ресторанов в Санкт-Петербурге.

б) Массовое анкетирование: анкетирование ста посетителей (пятьдесят русских, пятьдесят китайских) китайских ресторанов (случайно выбрано 10 из 120 ресторанов, в каждом 5 анкет).

в) Индивидуальное интервью: 6 интервью посетителей китайских ресторанов в Санкт-Петербурге

2 этап (исследовательский этап) — глубинное выяснение механизмов функционирования китайских ресторанов в Санкт-Петербурге и влияния социальных факторов на их развитие. При помощи четырех координатных точек (60.108504°N, 30.557019°E; 59,796483°N, 30,557019°E; 60,108504°N, 29,660260°E; 59,796483°N, 29,660256°E) очертим прямоугольник (длина 39 км, ширина 27 км), и разделяется его на сто маленьких, после чего в случайном порядке каждому маленькому прямоугольнику присвоим номер (из-за того, что в большом прямоугольнике есть море, то получаем для исследования только 63 действующих районов). Посредством генератора случайных чисел отберем 10 групп номеров из 63.

а) Включенное наблюдение: непосредственное наблюдение китайских ресторанов, которые расположены в 10 выбранных районах.

---

<sup>14</sup> Заславская Т.И., Рывкина Р.В. Социология экономической жизни. Очерки теории. Новосибирск: Наука. Сибирское отделение, 1991. С. 59-61.

б) Массовое анкетирование: анкетирование 200 китайских посетителей китайских ресторанов (случайно выбрав китайских посетителей - каждого второго посетителя, проведем 20 анкет по каждому району).

в) Интервью: краткая беседа с китайскими посетителями.

Классификация китайских ресторанов в Санкт-Петербурге может быть представлена следующим образом: сетевые рестораны, независимые рестораны и теневые рестораны. Также классифицировать рестораны можно опираясь на теорию капитала П. Бурдьё. В исследовании построена декартова система координат, где по оси абсцисс находится культурный капитал (возрастание слева направо), а по оси ординат находится экономический капитал (возрастание снизу вверх). Экономическим капиталом, в данном случае является стоимость блюд, а культурным – насколько посетитель может посредством посещения ресторана узнать о культуре той страны, к которой он принадлежит. Выберем четыре ресторана, соответствующих каждой из четырех областей, образовавшихся в результате построения системы координат.

1) Первый – «НиХао»: экономический и культурный капиталы высокие.

2) Второй – «ТанЖен»: экономический капитал высокий, культурный – низкий.

3) Третий – Теневой ресторан в Апраксином дворе: экономический капитал низкий, а культурный – высокий.

4) Четвертый – фаст-фуд «Панда»: экономический и культурный капитал низкие.

Сравнивая результаты анкетирования китайских и русских посетителей китайских ресторанов в Санкт-Петербурге, следует отметить: во-первых, большое количество китайских посетителей проживает в центре Санкт-Петербурга, рестораны, которые они посещают, также расположены в центре Санкт-Петербурга; во-вторых, большинство постоянных клиентов китайских ресторанов в Санкт-Петербурге – китайцы, в основном являющиеся студентами, и русские, относящиеся к устойчивому среднему классу. Как видно из результатов анкетирования, подавляющее большинство посетителей это представители среднего класса – бизнесмены и служащие. Связано это с экзотичностью китайских ресторанов и определенной их дороговизной. Однако, количество посещающих китайские рестораны русских сопоставимо с общим количеством китайцев, обеспечивается это число за счет притока новых клиентов, а не за счет возникновения устойчивой группы потребителей. Большинство русских посетителей теневого китайского ресторана – студенты. Китайские студенты тоже являются постоянными посетителями теневого ресторана, но в отличие от русских студентов, для которых главным фактором для выбора теневого ресторана становится ценовая доступность, для китайских студентов главным является то, что

некоторые блюда, подаваемые в теневого ресторанах, продаются исключительно в них. Китайские студенты как специфическая социальная группа необходимы для обеспечения устойчивого развития китайского ресторанного бизнеса в Санкт-Петербурге. В-третьих, китайский ресторан выполняет не только функцию питания, но социальную и культурную – встречи, тожества, мероприятия китайцы проводят в китайских ресторанах, тогда как для русских в основном китайский ресторан выполняет функцию потребления экзотических вкусов, а также служит средой для осуществления бизнес-коммуникаций. При выборе китайского ресторана китайцы в первую очередь ориентируются на качество еды и соответствие вкуса блюд оригинальным китайским блюдам. Для русских же, помимо качества продуктов, немаловажным является экзотичность блюд, наличие приятной обстановки, доброжелательное отношение персонала.

Среди трех типов ресторанов, которые наиболее часто респонденты посещаются в повседневной жизни, 89% выбрали китайские рестораны, 27% респондентов указали китайские столовые. Также около 70% китайцев в обычной жизни предпочитают китайскую кухню. Помимо этого, 7% респондентов каждый день как минимум один раз в день посещают китайские рестораны; 18% - один раз в неделю; 29.5% китайцев ходят в китайские рестораны несколько раз в неделю. Обмен информацией в среде китайцев обеспечивается за счет китайских социальных сетей личного взаимодействия, а также мобильных приложений «QQ» и «Wechat». По результатам опроса видно, что китайцы не нуждаются в СМИ или рекламе для получения подобной информации, а получают ее либо непосредственно от друзей, либо посредством мобильных социальных сетей. Около 44.5% опрошенных китайцев не нуждаются в каком-либо посредничестве, они самостоятельно находят китайские рестораны, что обусловлено развитой социальной китайской сетью в Санкт-Петербурге. 53,5% человек по приезде в Санкт-Петербург сразу же выбирают китайский ресторан для первого приема пищи на новом месте. Связано это в первую очередь, с тем, что вновь прибывших китайцев принимают китайцы, живущие в Санкт-Петербурге, и они уже отводят их в китайские рестораны, т.е. фактически лишают прибывших китайцев какого-либо выбора. Таким образом, имеет место тесное взаимодействие между китайскими ресторанами и приезжающими китайцами, что обеспечивает устойчивое (с экономической точки зрения) положение китайских ресторанов и сразу же изолирует прибывших китайцев, лишая их необходимости в определенной степени встраиваться в социальную жизнь Санкт-Петербурга.

Плохое знание китайцами русского языка и недостаточное знание русскими китайской культуры в итоге препятствует социальной и культурной коммуникации. *В случае с китайцами, китайский ресторан играет отрицательную роль, изолируя их от российской социальной среды*, лишая их необходимости в повседневной коммуникации с российским



социумом. Среди участвовавших в опросе респондентов уровень владения русским языком в основном располагается между отметками в 2 и 4 балла из 10 (соответственно 16%, 23.5%, 15%). 75% студентов, чей уровень русского языка, по их собственному признанию, ниже 5 баллов (64% опрошенных), предпочитают посещать китайские рестораны, однако по мере улучшения степени владения русским языком, коэффициент выбора китайских ресторанов снижается, их выбор становится более разнообразным.

В третьем параграфе *«Социально-экономический анализ механизмов функционирования китайских ресторанов»* автор показывает, что функционирование и развитие китайского ресторана в Санкт-Петербурге как одного из типичных феноменов «истернизации» питания обеспечивается не только общими рыночными механизмами, но и характерными социальными механизмами. Большое передвижение жителей Китая в Россию и увеличение интереса российского населения к китайской кухне способствуют росту спроса на китайские рестораны. Цены на блюда в китайских ресторанах зависят не только от производственных издержек, но и от класса ресторана, а также от канала, по которым поступают китайские специфические продукты и приправы. В связи с низкими транзакционными издержками теневые рестораны имеют ценовые преимущества. Однако, цены в ресторанах, находящихся в центре города и на Васильевском острове, сравнительно высокие, так как эти китайские рестораны в основном ориентированы именно на китайских студентов. Этого источника клиентов достаточно, чтобы поддерживать их эффективное функционирование. Также ряд ресторанов расположен в районах с историческими и культурными достопримечательностями. Основной акцент они делают на туристах. Для большинства независимых и теневых китайских ресторанов в Санкт-Петербурге, ориентированных на краткосрочное развитие, степень посещаемости ресторана местным населением не имеет особого значения. Большая часть ресторанов находится в состоянии внутренней конкуренции. В свою очередь, сетевые китайские рестораны в целях долгосрочного и успешного развития заинтересованы в привлечении не только китайских клиентов, но и большого числа местных жителей.

Исходя из концепции социальных механизмов, функционирование китайского ресторана в Санкт-Петербурге в значительной степени зависит не только от вкусового пристрастия китайцев, но и от формирующихся китайских закрытых социальных сетей, а именно - социальные сети личного взаимодействия китайцев и интернет сети на китайском языке. Мобильные приложения «QQ» и «WeChat» тесно связывают китайцев не только между собой, но и с китайскими ресторанами как институтами. Получается, что личное общение между китайцами, сети и мобильные приложения, китайский ресторан как социальное пространство создают изолированную общинность китайцев в Санкт-Петербурге.

Привязанность к китайской кухне у китайцев происходит на уровне габитуса и культурной идентичности. В результате чего естественный вкус китайских блюд воспринимается китайцами как самый лучший (в отличие от европейцев, самый любимый вкус для китайцев не кислый, соленый, сладкий или горький, а острый и вкус умами - вкус белковой ферментации, типичный пример - вкус соевого соуса). Кроме того, существуют немалые различия в гастрономических культурах Европы и Китая, основной чертой последней является традиционалистский подход. Люди древнего Китая сконструировали набор сложных систем знаний о создании пищи на основании природных условий проживания и социальной обстановки (системы, сконструированные с опорой на понятия «инь-ян», на пяти стихий). Пройдя крещение историей, данные измерительные социальные конструкты уже бессознательно влились в практики питания китайцев.

Теневой китайский ресторан является одним из видов неформальной экономики. Они (примерно одна десятая часть китайских ресторанов) не заинтересованы в привлечении местных жителей. Интересно, что изначально посетителями теневого ресторана были исключительно китайцы, тогда как теперь, там повсеместно россияне, в связи с тем, что порции большие, а цены низкие, также экзотическая культура является важным фактором для них при выборе места питания. Однако как только преодолевается недоверие относительно гигиены и безопасности, степень приятия китайского ресторана местными жителями повышается, но по мере того, как ресторан становится более известным, могут повышаться экономические риски. Домашняя кухня как новый вид теневого ресторана, появившаяся в последние годы, предполагает только заказы по телефону и китайским мобильным приложениям «QQ» и «Wechat».

Будет ли китайский ресторан изменяться? Конечно, да, ведь в результате процессов глобализации поход в китайский ресторан станет более привлекательным для большего количества разных слоев населения Санкт-Петербурга, все больше людей захотят рано или поздно познакомиться с богатейшей китайской гастрономической культурой. Можно констатировать, что выживут только те рестораны, которые будут ориентированы не только на китайскую публику, но и в большей степени на местных жителей. Но, русским весьма трудно открыть китайский ресторан в связи с незнанием китайской культуры питания, отсутствием доступа к внутреннему рынку китайского продуктового сырья, но самое главное - невключенностью в социальную сеть. Однако в Санкт-Петербурге появился новый китайский ресторан, который был открыт гражданином России посредством использования франшизы одного китайского ресторана в Женеве. Данный вид китайского ресторана в значительной степени ориентирован на местных жителей.

В *заключении* подводятся основные итоги диссертационной работы, сделаются теоретические и научно-практические обобщения и выводы.

## СПИСОК ПУБЛИКАЦИЙ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ

*Работы, опубликованные автором в ведущих рецензируемых научных журналах, рекомендованных ВАК Министерства образования и науки России:*

- 1) Цзинь Ц. Китайские рестораны в Санкт-Петербурге: исследование социологии питания // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2017. – 20(3). – С. 111–135. (1 п.л.)
- 2) Цзинь Ц. Процессы глобализации питания: взаимное влияние культур запада и востока / Веселов Ю.В., Цзинь Ц. // Журнал «Здоровье и образование в XXI веке». – 2016. – №9. – С. 135-141. (0.4 п.л.)
- 3) Цзинь Ц. Социальные практики питания и здоровье населения (на примере Санкт-Петербурга и Ленинградской области) / Веселов Ю.В., Цзинь Ц., Лебединцева Л.А. // Дискурс. – 2018. – №1. – С. 61-70. (0.6 п.л.)
- 4) Цзинь Ц. Питание и здоровье в истории общества / Веселов Ю.В., Никифорова О.А., Цзинь Ц. // Общество: социология, психология, педагогика. – 2017. – № 11. – С. 41– 45. (0.3 п.л.)

*Работы, опубликованные автором в других изданиях:*

- 5) Цзинь Ц. Санкт-Петербург в зеркале сравнительной социологии питания / Веселов Ю.В., Цзинь Ц. // Экономическая культура мегаполиса. Альманах Центра исследований экономической культуры факультета свободных искусств и наук СПбГУ 2017. – СПб: Издательство Института Гайдара. – 2017. – С. 246-268. (0.9 п.л.)
- 6) Цзинь Ц. 圣彼得堡中国餐馆：一项饮食经济社会学研究 / Цзинь Ц., Веселов Ю.В. // 一带一路：历史传承与中俄社会发展. – Шанхай, 2017. – С. 53-63.(0.6 п.л.)
- 7) Цзинь Ц. Китайский ресторан в Санкт-Петербурге: экономико-социологическое исследование / Цзинь Ц. // Экономическая культура мегаполиса. Материалы международной конференции. – 2016. – С.133. (0.1 п.л.)
- 8) Цзинь Ц. Критика и восстановление культурной идентичности (на примере китайской культуры питания в фильме «Китай на кончике языка: празднование китайского нового года») / Цзинь Ц., Лю Ч // Кино и капитал. Материалы международной конференции. – 2017. – С.124-125. (0.1 п.л.)
- 9) Цзинь Ц. Отчуждение труда молодежи в современном обществе (на примере китайских студентов в Санкт-Петербурге) / Цзинь Ц. // Труд и общество в реалиях XXI века. Сборник научных статей. Отв. ред. Карапетян. Р.В. – Санкт-Петербург, 2017. – С. 1352-1359. (0.3 п.л.)

Подписано в печать 04.04.2018 Формат 60x90/16  
Бумага офсетная. Усл. печ. л. 1,25  
Тираж 100 экз. Заказ 174

---

Отпечатано в типографии «Адмирал»  
199178, Санкт-Петербург, В.О., 7-я линия, д. 84 А