

საერთაშორისო სამეცნიერო ონლაინ კონფერენცია
კულტურათაშორისი კომუნიკაცია და ეროვნული კულტურა.
ეროვნული საკვები როგორც ქვეყნის იმიჯის შექმნის საშუალება
21-22 მაისი, 2021 წელი /თბილისი, საქართველო

შრომათა კრებული

INTERNATIONAL SCIENTIFIC ONLINE CONFERENCE
Intercultural Communication and National Culture.
National Food as a Means of Creating a Country's Image.
21-22 May, 2021 / Tbilisi, Georgia

COLLECTION OF SCIENTIFIC PAPERS

МЕЖДУНАРОДНАЯ НАУЧНАЯ ОНЛАЙН
КОНФЕРЕНЦИЯ

Межкультурные коммуникации и традиционная культура.
**Национальная еда – важнейший фактор создания
позитивного образа страны.**
21-22 мая 2021 года / Тбилиси, Грузия

СБОРНИК НАУЧНЫХ ТРУДОВ

საერთაშორისო სამეცნიერო ონლაინ კონფერენცია
კულტურათაშორისი კომუნიკაცია და ეროვნული კულტურა.
ეროვნული საკვები როგორც ქვეყნის იმიჯის შექმნის საშუალება
21-22 მაისი, 2021 წელი /თბილისი, საქართველო

პროგნოზი

INTERNATIONAL SCIENTIFIC ONLINE CONFERENCE
Intercultural Communication and National Culture.
National Food as a Means of Creating a Country's Image.
21-22 May, 2021 / Tbilisi, Georgia

COLLECTION OF SCIENTIFIC PAPERS

МЕЖДУНАРОДНАЯ НАУЧНАЯ ОНЛАЙН
КОНФЕРЕНЦИЯ
Межкультурные коммуникации и традиционная культура.
**Национальная еда – важнейший фактор создания
позитивного образа страны.**
21-22 мая 2021 года / Тбилиси, Грузия

СБОРНИК НАУЧНЫХ ТРУДОВ


გამომცემლობა „ენიკარსალი“
თბილისი 2021

კონფერენციის სამართაშორისო კოლეგია:

ინდირა ძაგანია – ფილოლოგიის მეცნიერებათა დოქტორი, პროფესორი, ასოციაცია კულტურათაშორისი ურთიერთობათა საზოგადოების პრეზიდენტი, საქართველო;

ანა პაელოვსკაია – ისტორიის მეცნიერებათა დოქტორი, გასტრონომიული მეცნიერებისა და კულტურის აკადემიის პრეზიდენტი, რუსეთი;

მარინე არლიძე – ფილოლოგიის მეცნიერებათა დოქტორი, პროფესორი, ბათუმის სახელმწიფო უნივერსიტეტი, საქართველო;

ირენა კუდლინსკა – პროფესორი, ბიდგოშჩის ეკონომიკის უნივერსიტეტის ენების ინსტიტუტის დირექტორი, პოლონეთი;

თეოდორა მანელიძე – თრაკიის უნივერსიტეტის პროფესორი, საბერძნეთი;

ირინა მატიაში – ისტორიის მეცნიერებათა დოქტორი, პროფესორი, დიპლომატიის ისტორიისა და საერთაშორისო ურთიერთობების სამეცნიერო საზოგადოების თავმჯდომარე, უკრაინა;

ვენტა კოცერე – ლატვიის აკადემიური ბიბლიოთეკის დირექტორი (ლატვია);

ლუდმილა ბეჟენარუ – ისტორიის მეცნიერებათა დოქტორი, იასის უნივერსიტეტის პროფესორი, რუმინეთი;

ტაჰირ ამირასლანოვი – ისტორიის მეცნიერებათა კანდიდატი, პროფესორი, აზერბაიჯანის ნაციონალური კულინარიის ცენტრის გენერალური დირექტორი, აზერბაიჯანი;

ჟანა ტოლისბაევა – ფილოლოგიის მეცნიერებათა დოქტორი, პროფესორი, ყაზახეთის ქორეოგრაფიის ნაციონალური აკადემიის დირექტორი სამეცნიერო და სტრატეგიული განვითარების სფეროში, ყაზახეთი.

ივანა პეტკოვა – პლოვდივის უნივერსიტეტის ასისტენტ პროფესორი, ბულგარეთი;

INTERNATIONAL CONFERENCE BOARD:

Indira Dzagania – Doctor of Sciences in Philology, Professor, SSU, President of the Intercultural Relations Society Association, Georgia;

Anna Pavlovskaja – Doctor of Sciences in History, Professor, Moscow State university, President of the Academy of Gastronomic Science and Culture, Russia;

Marine Aroshidze – Doctor of Sciences in Philology, Professor, Batumi State University, Georgia;

Irena Kudlińska – Professor, Director of the University Language Institute at University of Economics in Bydgoszcz, Poland;

Theodora Manelidou – Professor at the University of Trakya, Greece;

Irina Matyash – Doctor of Sciences in History, Professor, Head of the Institute of History of the Ukrainian Academy of Sciences, Ukraine;

Venta Kocere – Director of Academic Library of Latvia;

Ludmila Bejanaru – Doctor of sciences in Philology, Professor, University of Iasi, Romania;

Tahir Amiraslanov – Candidate of Sciences in History, Professor. General director of Azerbaijan National Culinary Center, Azerbaijan.

Zhana Tolisbaeva – Doctor of Sciences in Philology, Professor, Director at Kazakhstan National Academy of Choreography, Kazakhstan.

Ivana Petkova – Assistant professor University of Plovdiv, Bulgaria;

МЕЖДУНАРОДНАЯ КОЛЛЕГИЯ КОНФЕРЕНЦИИ:

Индира Дзагания – Доктор филологических наук, профессор, СГУ. Президент ассоциации «Общество межкультурных отношений», Грузия;

Анна Павловская – Доктор исторических наук, профессор, МГУ. Президент Академии гастрономической науки и культуры, Россия;

მარინე აროშიძე – Доктор филологических наук, профессор, Батумский государственный университет, Грузия;

Ирэна Кудлинска – Профессор, Директор института языков Университета Экономики в Быдгоще, Польша;

Теодора Манелиду – Доктор филологии, профессор Фракийского университета, Греция;

Ирина Матяш – Доктор исторических наук, профессор, председатель научного общества истории дипломатии и международных отношений, Украина;

Вента Коцере – директор Латвийской академической библиотеки (Латвия);

Людмила Беженару – Доктор филологических наук, профессор Ясского университета, Румыния;

Тахир Амирасланов – Кандидат исторических наук, профессор. Генеральный директор Азербайджанского Национального кулинарного центра, Азербайджан;

Жанна Толысбаева – Доктор филологических наук, профессор. Директор по науке и стратегическому развитию Казахской национальной академии хореографии, Казахстан.

Ивана Петкова – Ассистент профессор Пловдивского университета, Болгария;

საორბანიზაციო კომიტეტი:

ინდირა ძაგანია – ფილოლოგიის მეცნიერებათა დოქტორი, პროფესორი, საერთაშორისო ურთიერთობებისა და კულტურათაშორისი კავშირების სამსახურის უფროსი, სსუ, საქართველო;

ლია ახალაძე – ისტორიის დოქტორი, პროფესორი, სამეცნიერო კვლევებისა და განვითარების დეპარტამენტის უფროსი, სსუ, საქართველო;

ირმა ზაქარაია – ფილოლოგიის დოქტორი, საერთაშორისო ურთიერთობებისა და კულტურათაშორისი კავშირების სამსახური, სსუ, საქართველო;

ანა მოსაშვილი – ამერიკისმცოდნეობის დოქტორი, საერთაშორისო ურთიერთობებისა და კულტურათაშორისი კავშირების სამსახური, სსუ, საქართველო;

გვანცა ჯიჩოშვილი – ბასკეთის ქვეყნის უნივერსიტეტის დოქტორანტი, საქართველო;

ია მურღულია – სსუ დოქტორანტი, საერთაშორისო ურთიერთობებისა და კულტურათაშორისი კავშირების სამსახური, საქართველო;

მარინა ამადლობელი – საერთაშორისო ურთიერთობებისა და კულტურათაშორისი კავშირების სამსახური, სსუ, საქართველო.

ORGANIZATIONAL COMMITTEE:

Indira Dzagania – Doctor of Sciences in Philology, Professor, Head of the International Relations and Intercultural Communications Department, SSU, Georgia;

Lia Akhaladze – Doctor in History, Associate Professor, Head of the Department of Scientific Research and Development, SSU, Georgia;

Irma Zakaraia – Doctor in Philology, International Relations and Intercultural Communications Department, SSU, Georgia;

Ana Mosashvili – Doctor in American Studies, International Relations and Intercultural Communications Department, SSU, Georgia;

Gvantsa Jichoshvil – PhD student, University of the Basque Country, Georgia;

Ia Murghulia – PhD student, SSU, International Relations and Intercultural Communications Department, Georgia;

Marina Amaghlobeli – International Relations and Intercultural Communications Department, SSU, Georgia.

ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ КОМИТЕТ:

Индира Дзаганиа – Доктор филологических наук, профессор. Руководитель департамента по международным отношениям и межкультурным связям, СГУ, Грузия;

Лия Ахаладзе – Доктор истории, профессор. Руководитель департамента по научным исследованиям и развитию, СГУ, Грузия;

Ирма Закарая – Доктор филологии, департамент по международным отношениям и межкультурным связям, СГУ, Грузия;

Анна Мосашвили – Доктор американистики, департамент по международным отношениям и межкультурным связям, СГУ, Грузия;

Гванца Джичошвили – Докторант Университета Страны Басков, Грузия;

Ия Мургулия – Докторант СГУ, департамент по международным отношениям и межкультурным связям, Грузия;

Марина Амаглобели – Департамент по международным отношениям и межкультурным связям, СГУ, Грузия.

© შრომათა ქრებული, 2021

გამომცემლობა „**უნივერსალი**“

თბილისი, 0186, ა. პოლიბაოვსკაიას №4, ☎: 5(99) 33 52 02, 5(99) 17 22 30
E-mail: universal505@ymail.com; gamomcemlobauniversali@gmail.com

ISBN 978-9941-33-077-3

Индира Дзагания
доктор филологических наук, профессор,
СГУ, Грузия

ПРАКТИЧЕСКОЕ ПРИМЕНЕНИЕ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ НА ПРИМЕРЕ ГРУЗИНСКОГО ГОСТЕПРИИМСТВА

Грузинское гостеприимство!

Сколько уже написано, рассказано, показано об этом уникальном феномене. Люди со всех стран мира стекаются, чтобы еще раз ощутить на себе радость быть встреченными с улыбкой, с широко распростертыми объятиями, с изумительной доброжелательностью и щедростью. Уникальная природа, солнце, море, горы кружат головы жителям и гостям страны. А древнейшая культура, памятники, письменность, и конечно же вкуснейшая кухня, делают незабываемым пребывание в Грузии!

Несмотря на то, что жизнь меняется, глобализация привносит свои изменения в уклад и быт, грузины стараются следовать веками установленным традициям. Гость от Бога – говорят они и несмотря на порой сложные финансовые возможности, встречают гостя с присущим размахом, стараясь, чтобы стол был полным, разнообразным, а вино лилось рекой.

С вином связана вся история Грузии. С древнейших времен лоза «вази» являлась символом жизни, успеха, плодородия. Лоза для грузина – это Родина. Многочисленные завоеватели оказавшись в Грузии начинали с уничтожения лозы, чтобы выбить твердую почву из – под ног у нации. И, наверное не случайно, что пришедшая в Грузию с миром равноапостольская Нина крестила грузин крестом из виноградной лозы. Слово-сочетание «хлеб-соль» в грузинском варианте включает в себя «хлеб-соль-вино» ведь, вино и хлеб связаны с символом тела и крови Христа. Вази – Это любовь и верность, красота и изящество. Это – вкус солнца и земли... Именно на территории Грузии были обнаружены следы виноградной лозы, насчитывающие 15

миллионов лет! О развитом виноделии на территории современной Грузии писали Эсхил и Геродот, Ксенофонт и Страбон, а древние ассирийские источники подтверждают их свидетельства.

Нам часто приходится ездить в командировки в разные страны, подписывать соглашения, меморандумы, выступать на конференциях, читать лекции в разных университетах и т.д. И конечно же, после официальной части обычно всегда приглашают на ужин, попробовать местное вино и национальную кухню. Я не большой знаток и любитель вин, но интуитивно всегда чувствую энергетку любви, а как гурман и человек, с навыками межкультурной коммуникации с удовольствием соглашаюсь на такие встречи. Так, у меня была возможность пробовать вина в таких странах как Франция, Испания, Португалия, Греция, Италия, Молдова и др. Это прекрасные вина и в этих странах виноделие также насчитывает века. Но странно – пробуя вина в других странах, у меня нет ощущения чего – то своего, такого близкого и родного.

Мы с родителями жили в собственном доме и виноград всегда был неотъемлемой частью нашего сада. Интересно, что на протяжении многих лет это всегда был один и тот же сорт винограда – «изабелла» или «одесса», как его в простонародье называют в Грузии. Это обычный сорт винограда, ничем не примечательный, но для меня – самый прекрасный, так как из этого сорта делал и все еще делает вино мой папа.

С детства я помню пьянящие запахи спелого винограда в октябре, висящего над головой и «ртвели» – сбор винограда. Ртвели всегда совпадал на выходные, когда мы дети также могли принять в этом участие. Папа напевал грузинскую народную песню, стоя на лестнице и аккуратно складывая собранный виноград в плетенную корзину. Потом мы с братом и сестрой, несли эту корзину маме и все вместе засыпали в большую деревянную давяльную. Мама выбирала из всего винограда самые сочные и крупные гроздья и мы дети, с удовольствием его уплетали, наслаждаясь сочными ягодами. С чем можно сравнить этот вкус винограда, эту детскую радость, атмосферу и общение, которое происходило... Есть только одно слово, которым это можно обозначить – СЧАСТЬЕ! Все мои

навыки межкультурного общения, которые с годами стали моей профессией идут из детства, счастливого детства, когда общение – радость, когда в самых, казалось бы простых, обычных словах столько радости и желания быть вместе, ощущения, что нет ничего лучше и прекраснее этих мгновений!

Потом начиналось самое приятное для нас, детей. Мы тщательно мыли ноги и начинали в этой огромной деревянной емкости ногами давить виноград, чтобы он выпустил как можно больше сока. Это было весело, мы пели какие – то детские песни, подбадривали друг друга и были страшно горды тем, что именно нам выпала честь этим заниматься. Вытаскивали нас оттуда уставшими, но довольными и пахнущими, с ногами цвета изабеллы, которые еще долго отдавали душистым виноградом. Через несколько дней, появлялось первое забродившееся вино – мачари. Это был шипучий виноградный сок, очень вкусный. Мы с семьей собирались вокруг огромной деревянной бочки, в которой бродило вино и ждали возможности его попробовать. Такое вино мы называли «сладким», так как после этого оно осторожно переливалось в отдельную бочку так, чтобы туда не попал осадок и, таким образом, вино несколько месяцев ждало своего часа и появления на праздничном столе. «Сладкое» вино нельзя было пить без тоста. Первым тост поднимал папа – глава семьи, прекрасный тамада, человек, до сих пор любящий во всем видеть символику и придающий этому огромное значение. Тост – благодарность Богу за хороший урожай, за красивый дом и достаток в доме, за мир во всем мире, за семью и детей, в котором все здоровы и счастливы, за родную Грузию и ее процветание, за то, чтобы в ней было как можно больше талантливых и умных людей, за дорогих гостей, которые будут пить это благословенное вино. Потом мама скромно поддерживала папу и желала нашей семье большого счастья. Я, как будущий филолог, старалась не отставать от папы, который отличался красноречием, поддерживала родителей и добавляла свои желания – чтобы с этим вином к нам в дом пришли новые тома Толстого и Куприна (в то время этих книг не было в свободной продаже), чтобы коллекции моих марок и открыток пополнились новыми сериями, а путешествия длились бесконечно. После моих слов, моей младшей сестре и брату не

оставалось ничего, как продолжить озвучивать свои желания, связанные с новым платьем, победами на конкурсах (сестра хорошо пела), боксерскими перчатками и бильярдным столом... Потом начиналось царство мамы, которая забирала сок винограда для приготовления пеламуши, лакомства, где в виноградный сок добавлялись кукурузная и/или пшеничная мука, немного сахара. Все это варилось и в остывшем виде преподносилось в виде десерта. Помню большое количество пеламуши на тарелках, в блюдах, эмалированных кастрюлях. Часть раздавалось соседям, сослуживцам, родственникам, остальное же недели две было в нашем полном распоряжении. Все эти действия сопровождалось разговорами, интересными историями, шутками и смехом. Честно говоря, мы тогда и слыхом не слыхали о межкультурной коммуникации, не знали, что это за фрукт, но сейчас, когда я вспоминаю эти моменты из моего детства, мы получали самое что ни на есть практическое применение теории межкультурной коммуникации без нотаций, без сложностей, без наставлений и наверное поэтому, уже став взрослыми, пройдя множество испытаний и трудностей в жизни, мы всегда оставались добрыми, улыбчивыми, всегда готовыми поддержать человека и прийти на помощь. Я еще раз подтверждаю свою гипотезу, что детство определяет всю нашу дальнейшую жизнь и если в детстве мы получили достаточно любви и тепла, то несмотря на все жизненные перипетии мы всегда останемся людьми, пронеся через всю жизнь то начало, которое было заложено в нас в младенчестве. И, наоборот, наблюдая за людьми в разных сферах общества, которые нарушают все принципы человеческого начала, выделяются злостью, завистью, насилием, нетерпимостью к чужому мнению и взглядам, понимаешь, что в 95 процентах причина кроется в детстве, в сложном и безрадостном детстве...

Раз уж я начала писать о семье и навыках межкультурной коммуникации, полученных в раннем периоде моей жизни продолжу в этом направлении. Семья наша славилась и по сей день славится гостеприимством. Сегодня у нас, конечно же, у всех свои семьи, но то, что в наших домах всегда рады гостям, всегда пахнет вкусной выпечкой и обедом, всегда красиво накрываются столы, слышны интересные разговоры, умные

споры, любят юмор и веселые шутки – все это заслуга наших родителей, нашего детского опыта.

В доме нашем обожали всегда литературу, папа поэзию, знал и до сих знает наизусть всех грузинских поэтов классиков. Интересно, что с годами сам стал писать стихи, совсем неплохие, и несколько лет тому назад я опубликовала их, вышел хороший сборник стихов под названием « И когда слышен колокольный звон...». Мы сделали презентацию в университете, по просьбе моих друзей, читающих и знающих папины стихи. Разве можно с чем – то сравнить радость, которую испытал папа, узнав, что презентация состоится в университете. Получился прекрасный вечер, теплый душевный, известные грузинские литераторы сделали анализ его стихов, о котором он потом мне говорил, как ему было стыдно, что такие светила, работающие над стихами Галактиона и Бараташвили, стали говорить о его любительской поэзии и приводить из нее примеры. Смущение и радость овладели папой. Но именно эта радость позволила ему жить дальше, писать, и быть благодарным судьбе за детей, которые помогли и поверили в него, и за людей, которые соприкасаясь с большой поэзией нашли что– то важное и интересное в любительской поэзии отца и также серьезно, отнеслись к ней, как относились к рецензии именитых поэтов. И это все видело молодое поколение, наши дети, которым было немного неудобно за столь высокую презентацию дедушкиных стихов, но и они поняли смысл этого мероприятия – поддержка и уважение человеку, который обожает грузинскую литературу, поэзию и сам в своих стихах их воспевает. Что может быть дороже уважения в жизни... Потом было продолжение. И за вкусным столом началось название моей статьи. Ведь, за грузинским столом все говорят друг о друге только о самом хорошем, что есть в каждом из них, подчеркиваются самые лучшие качества, и даже если за стол попадает незнакомый гость, и о нем ничего не знают, все равно ему перепадает много теплых слов. Может Вы помните интервью Владимира Познера, в котором он рассказывает о своем первом опыте грузинского застолья. Чтобы ничего не пропустить процитирую:

«Как-то я впервые оказался в Тбилиси с Вахо, грузинским журналистом, с которым познакомился на отдыхе в Пицунде.

Вахо пригласил меня в гости к своим знакомым. Вряд ли надо рассказывать о том, что такое грузинское застолье. Оно поразило меня обилием блюд, вина и... тостов. Львиная доля этих тостов была произнесена в мой адрес. Пили за то, что я честный и умный, пили за то удовольствие, которое получают от меня мои родители, пили за моих детей, которые конечно же гордятся таким отцом – и так в течение всего вечера. Слушая все это, я мрачнел и мрачнел. Поздно вечером, возвращаясь в гостиницу в сопровождении Вахо, я не выдержал и сказал ему:

– Видно, грузины люди лицемерные.

? Посмотрев на меня с удивлением, он спросил:

? – Почему ты так считаешь?? – Да как иначе считать! – взорвался я. – Они видят меня первый раз в жизни, скорее всего, и последний тоже, а говорят обо мне черт-те что, будто мы сто лет знакомы! Как же так можно?! Это же сплошное притворство!

Вахо посмотрел на меня внимательно и спокойно, и в его темных глазах я прочитал мудрость.

– Послушай, Володя, во-первых, я привел тебя в эту компанию, значит, ты – мой друг, а меня-то они знают очень хорошо, плохого человека я не приведу. А во-вторых, предположим, я ошибся, предположим, ты – подлец, последний сукин сын. Если это так, то ты мало в жизни слышал добрых слов о себе и, может быть, услышав их в таком количестве сегодня вечером, чуть-чуть изменишься к лучшему. Понимаешь? Все, что говорилось за этим столом, было сказано совершенно искренне. Либо это все соответствует истине, либо это поможет тебе стать хорошим человеком.

Когда я обвинил грузин в лицемерии, мне было неудобно перед Вахо. Теперь же я почувствовал себя полнейшим... идиотом. Ведь я сделал выводы, исходя из опыта той культуры, в которой воспитывался и рос, я взял свое лекало и приложил его к ткани, о свойствах которой не имел ни малейшего представления. Когда лекало не подошло, я решил, что ткань с дефектом. И если бы не разговор с Вахо, если бы не мои неоднократные поездки в Грузию и дружба со многими грузинами, я остался бы со своими предрассудками, основанными, как и все предрассудки, на незнании». Что тут можно добавить...

Мама любила читать зарубежную литературу. Она была и сегодня остается настоящей грузинской женщиной, красавицей, умной и скромной, очень верующей, от нее веет теплотой, нежностью и надежностью. Она всегда подчеркивала главенствующее место отца и была той гибкой шеей, на которой папина голова всегда чувствовала себя главной. И не умея быть свободной женщиной, компенсировала это чтением литературы, в котором главные герои – женщины могли сами распоряжаться своей судьбой. Их внуки, выросшие в нынешнее толерантное время, получившие образование в Европейских университетах, ратующие за равноправие в семье, страшно возмущаются порядком в доме у бабушки и дедушки, считая бабушку жертвой диктатора дедушки. Но бабушка, улыбаясь, продолжает ухаживать за дедушкой – готовит ему его любимые блюда, накрывает на стол, стирает и гладит его одежду, слушает, как ее благоверный читает новые стихи, посвященные ей, восхищается и хвалит его. Правда, иногда они спорят и тогда бабушка, повторяет слова внуков о том, что сегодня не 19-ый век, и он мог бы сам занести в дом нарванные в саду фрукты, а не звать ее тогда, когда она тоже занимается делом (рассматривает в фейсбуке страницы своих родственников).

В доме всегда были гости. Мы жили в прекрасном уголке Грузии – Абхазии, на берегу Черного моря. Это был уютный, красивый, многонациональный край, где все знали друг друга и жили дружно. К сожалению, в результате военных действий эта идиллия была разрушена, и мы уже много лет не видели наших домов, в которых были так счастливы, кладбищ, где похоронены наши дедушки и бабушки, друзей, которые остались по ту сторону... Я очень надеюсь на здравый смысл политиков в наших странах, ведь все они такие же люди, имеющие сердце и душу, а не машины, которые живут только интересами.

Итак, когда живешь на берегу моря, то все родственники, друзья, стараются летом приехать к тебе в гости. Несмотря на то, что мы очень любили гостей, все же это был сложный период, во всяком случае для меня, которая летом хотела только читать и плавать, плавать и читать. Мама не отходила от плиты, надо было приготовить вкусный завтрак, потом гости шли на море, придя, уже был накрыт обед, а вечером допоздна заужи-

ном велись беседы, слышались споры о литературе, новой книге, рассказывались бородастые и не очень анекдоты, смеялись, шутили. Кстати, сейчас ни один стол не обходится без разговоров и споров о политике, тогда же я не помню ничего такого, хотя, если вспомнить 70-80 годы прошлого века, все понятно... Сестра уезжала в это время к бабушке в деревню, брат целыми днями пропадал на море, так что мне одной приходилось помогать маме. Я всегда обожала читать, а нам еще давали в школе список литературы, которую надо было изучить к сентябрю и я старалась быстро помочь маме и вернуться к чтению. В основном, моей обязанностью было накрывать красиво на стол, до сих пор люблю это делать, а потом убрать со стола. Я иногда возмущалась мамой, когда кто – то из гостей пытался мне помочь, а мама категорически отказывалась, говоря, что вы приехали сюда отдыхать, а не работать. Но я продолжала считать, что нет ничего плохого в том, чтобы внести свою лепту в дом, где к тебе так хорошо относятся и любят. Но маму не переубедить. И действительно, гости уезжали довольные и счастливые, а мама какое-то время падала от усталости, но потом быстро набиралась сил, и к приезду следующих гостей, уже как ни в чем не бывало также с радостью встречала и вкусно кормила.

Для меня это время было периодом наблюдений и становления. Я видела как любили и встречали людей в нашем доме, сколько терпения, любви и вежливости было в отношении гостей, иногда несмотря на усталость или плохое самочувствие. Я получала уроки эффективной коммуникации, когда в течение многих дней и недель люди получали удовольствие от общения и эта радость общения была искренней. И когда спустя десятилетия, я встречаю этих, уже пожилых людей, гостивших в нашем доме и вижу, как загораются у них глаза от воспоминаний, с какой любовью они вспоминают время, проведенное с нами и как они застилаются слезами от невозможности еще раз побывать у нас в гостях, насладиться уютным домом, теплым приемом, интересной беседой, вкусной едой и ласковым морем...

Один из предметов, который я преподаю – «Межкультурные коммуникации». Молодому поколению рассказываю об определении межкультурной коммуникации, ее истории, типах коммуникации, основных понятиях, в том числе разных культу-

რა, о применении теории межкультурной коммуникации на разных уровнях и т.д. И все же, главная моя задача – помочь моим студентам правильно общаться, чтобы коммуникация была эффективной и применимой на практике, чтобы дома, в университете, на работе, на уровне отцов и детей, который является вечной проблемой, в чужой стране, на разных форумах и конференциях они получали радость и удовлетворение от общения. Так как именно такое общение является основой существования человека!

ინდირა ძაგანია

*ფილოლოგიის მეცნიერებათა დოქტორი,
პროფესორი, სსუ, საქართველო*

**კულტურათაშორისი კომუნიკაციის პრაქტიკული
გამოყენება ქართული სტუმართმოყვარეობის მაგალითზე
რეზიუმე**

ნაშრომში ნაჩვენებია, რომ ბავშვობაში შექმნილი ეფექტური კომუნიკაციის უნარები გვეხმარება გავუმკლავდეთ იმ სირთულეებს, რომლებსაც ცხოვრება გვთავაზობს უკვე ზრდასრულ ასაკში. ავტორს თავისი ოჯახის გამოცდილებიდან მოჰყავს ქართული სტუმართმოყვარეობის მაგალითები, როდესაც ხდებოდა კულტურათაშორისი კომუნიკაციის უნარების პრაქტიკული გამოყენება. უფრო მეტი: სწორედ ამ უნარების დამსახურებაა, რომ ნაშრომის ავტორი პროფესიულად დაკავდა კულტურათაშორისი კომუნიკაციით და ასწავლის სტუდენტებს ურთიერთობას, რისგანაც ისინი სიამოვნებას დებულობენ. სწორედ ასეთი ურთიერთობა არის ადამიანის არსებობის საფუძველი.

Indira Dzagania

*Doctor of Sciences in Philology, Professor, Sokhumi State
University, Georgia*

**Practical application of intercultural communication on
the example of Georgian hospitality**

Summary

The article shows that effective communication skills acquired in childhood help us to cope with the difficulties that life offers us in adulthood. The author gives examples of Georgian hospitality from her family, when the skills of intercultural communication have found practical application. Moreover, thanks to these skills, the author of the article is professionally engaged in intercultural communication and teaches students relationships that give them pleasure. Such relationships are the basis of human existence.

Анна Павловская
доктор исторических наук, профессор,
Московский государственный университет, Россия

СКАЖИ МНЕ, ЧТО ТЫ ЕШЬ, И Я СКАЖУ, КТО ТЫ. ТРАДИЦИИ ПИТАНИЯ И ПРОБЛЕМЫ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Еда использовалась с древнейших времен как эффективный способ воздействия на людей. Можно выделить два основных направления. Первое – это использование «пищевых» образов для создания позитивного или негативного образа другой страны или народа. Традиции приема пищи, состав продуктов, пищевые пристрастия, пищевые стереотипы создают яркий и доступный для широких масс образ, он хорошо запоминается и вызывает определенные чувства на физиологическом уровне. Пищевая символика всем понятна и близка. Второе – запреты на продукты питания, как способ привлечения внимания к политической ситуации, формирования негативного отношения к противнику, создания благотворной почвы для появления «гастрономического патриотизма».

Первый прием использовался с древности. Возьмем историю России. Автор Повести временных лет не жалеет красок, описывая язычников-половцев, с которыми Русь постоянно враждовала в начальный период своего существования: «половцы держатся закона отцов своих: кровь проливают и даже хвалятся этим, едят мертвечину и всякую нечистоту – хомяков и сусликов...».

Интересным образом пищевая тема была использована православной церковью в XI веке, в период борьбы с так называемым «латинством», т.е. влиянием западной церкви. Важно было найти простые и доступные для понимания рядовых верующих доводы, разоблачавшие католичество. Русские духовные авторы в этом случае обращали особое внимание на разницу в традициях питания, выставляя западную традицию на редкость в непривлекательном, даже гадком виде. Так, обличая «латинскую веру», знаменитый Феодосий Печерский подчеркивал: «Ибо неправо они веруют и нечисто живут:

едят со псами и кошками, пьют свою мочу и едят ящериц, и диких коней, и ослов, и удавленину, и мертвечину, и медвежатину, и бобровое мясо, и бобровый хвост».¹ Безусловно, такое описание скорее вызывало у народа отвращение, чем любые другие противоречия, религиозные или политические.

Вспомним, как часто пищевые предпочтения того или иного народа используются в качестве уничижительных кличек. Итальянцев презрительно называют «макаронниками», хотя итальянская паста сегодня – одно из популярнейших блюд в мире. Повсеместное почитание французской кухни, не мешает многим народам в минуты обострения отношений с Францией, обзывать ее жителей «лягушатниками», хотя лягушачьи лапки и не являются основным блюдом французской кухни. Жителей Средней Азии у нас снисходительно называют «чебуреками» (отличное блюдо, между прочим), молдаван «мамалыжниками», а немцев «колбасниками».

«Сыроголовыми» («cheeseheads») немецкие солдаты называли голландцев во время второй мировой войны, так же обзывают в Америке жителей штата Висконсин. Немцам же в США и Великобритании со времен первой мировой было присвоено прозвище «капустников» за их пристрастие к кислой капусте (“kraut” от “sauerkraut”). Англичан ряд народов величает «росбифами» («Rosbif/Rosbeef/Wife») из-за традиционного блюда английской кухни – ростбифа. В Португалии «бифами» зовут английских туристов. Прозвище мексиканцев в США «поедатели бобов» («beaners»). Список «пищевых» прозвищ можно продолжить, он весьма внушителен, причем имеет свои исторические и региональные особенности.

Есть и другая сторона медали: порой еда используется для создания позитивного имиджа страны. Так произошло с французской, итальянской, японские кухнями, подобная практика поддерживается на государственном уровне и широко используется для распространения положительного образа народа и страны через ее кухню.

¹ Библиотека литературы Древней Руси, т. 1, XI-XII века, СПб., «Наука», 1997, с.447-449.

Второй способ использования продуктов питания в политической борьбе появился относительно недавно, но уже занял заметное место в арсенале современных средств воздействия на широкие массы населения. Конечно, разного рода запреты на торговлю, экономические санкции, «репрессалии», как называли подобные меры в древности, эмбарго (широко известны с конца XVIII века) и другие меры воздействия на страны, находящиеся в конфликте, известны издревле. В начале XX века известный словарь Брокгауза и Эфрона отзывался о подобных мерах крайне неодобрительно и предсказывал, что такого рода «нецивилизованные» приемы скоро исчезнут из мировой практики: «Современное международное право относится неодобрительно к эмбарго, в виду, главным образом, того обстоятельства, что международная торговля, основанная на взаимном доверии государств, терпит огромный ущерб... Эмбарго постепенно выходит из практики».¹ Составители знаменитого энциклопедического словаря ошиблись, в XX и XXI веке торговые запреты вышли на новый уровень.

Продукты питания широко используются сегодня для привлечения общественного внимания к политическим проблемам. Такого рода меры имеют двоякое воздействие: создают негативное отношение к противнику и способствуют объединению общества под знаменем того, что можно назвать «гастрономическим патриотизмом». Еда это то, что близко и понятно всем и каждому, т.ч. равнодушных в этом вопросе нет.

Несколько примеров из недавнего прошлого. 2003 год, Франция отказывается присоединиться к коалиционным силам, ведущим войну в Ираке. США не предпринимает экономических санкций, но в стране разворачивается активная идеологическая борьба с... французскими продуктами. В центре международного скандала оказывается неотъемлемая часть американской продовольственной культуры – картофель фри – еще с XIX века известный в этой стране как «жаренный по-французски» (*French fries*).

¹ Энциклопедический словарь Брокгауза и Эфрона. В 86 томах (82 т. и 4 доп.), СПб., 1890-1907, т. 40а, с.710.

В марте 2003 года в американском обществе нарастает возмущение отказом Франции поддержать военные действия в Ираке. И французский картофель переименовывается в «картофель свободы» – «*liberty fries*». Инициатором переименования называют владельца небольшого ресторана в Северной Каролине, который, как он сам объяснил в интервью, сослался на подобного рода опыт времен первой мировой войны, когда кислая капуста (*sauerkraut*) была переименована в «капусту свободы», а франкфуртские сосиски (*frankfurters*) в хот-доги. Он также отметил, что большинство посетителей поддерживают инициативу: «Продажа жареной картошки подскочила. Люди, которые едят ее, говорят: «Свобода никогда еще не была такой вкусной».¹

Французские сыры, водка Grey Goose, французская минеральная вода, французские деликатесы – все подверглось гонениям и осмеянию. И конечно же не избежало гонений главное богатство Франции – вино. Многие бары и рестораны в листовках призывали посетителей отказаться от «вражеского» напитка, а в некоторых местах устраивались показательные аутодафе: французское вино выливалось на асфальт или в океан. Все это с удовольствием показывали по центральным каналам США.

«Продовольственная» война захватила американцев, не оставив равнодушными большую часть населения. Она заметно повлияла на образ Франции в США. Американская пресса отмечала, что общественное отношение к Франции в тот период было хуже, чем к любой другой стране, даже России (это, видимо, крайняя точка измерения негативного отношения)². Многие рядовые американцы считали отказ от французских продуктов и даже названий – актом патриотизма, символом поддержки «наших ребят», воевавших за океаном.

Были, конечно, и те, кто считали такого рода жесты нелепыми и не соответствующими ситуации. «Конгресс выглядит еще глупее, чем обычно», «война с французами по поводу картошки не представляется серьезной внешней

¹ Fox News Channel, February 19, 2003.

² *The Atlantic*, April 2, 2013.

политикой» – таковы высказывания некоторых политиков.¹ Известный американский актер, живший в то время во Франции, Джонни Депп был еще более категоричен: «Я пришел в экстаз от переименования *френч фри́з* в *картофель свободы*. Взрослые мужчины и женщины, имеющие власть в правительстве США, показали себя полными идиотами».² Возврат к старым названиям картофеля и других «французских» продуктов произошел к 2006 году, тихо, незаметно и без помпы.

«Гастрономические войны» охватили и Россию, причем создается впечатление, что процесс идет по нарастающей. Российское правительство за последнее десятилетие многократно обращалось к полюбившемуся приему: запрету на поставку товаров из стран, находящихся в конфликте с Россией. И дело здесь не только в экономическом давлении на политические решения. Запреты на поставки продуктов немедленно привлекали самое широкое внимание населения к тому или иному конфликту, создавали определенную настрой, чаще всего негативный по отношению к стране, по чьей вине они были «вынуждены» лишиться привычных продуктов. Во всяком случае, мало кого оставляли равнодушными. Политическими конфликтами и катаклизмами наш народ не удивишь, за последнюю четверть века было много разного, наступила некая, если можно так сказать, привычка к кризисам и конфликтам. «Пищевая» тема вновь расшевелила слегка уставших от волнений россиян. Особенно это касается таких привычных и любимых брендов как грузинская вода «Боржоми», грузинские и молдавские вина, популярные в стране еще с советских времен. Их отсутствие на рынке было заметно и взбудоражило потребителей. Запрет на ввоз украинских конфет Рошен вызвал гораздо более спокойную реакцию россиян еще не успевших привыкнуть к их вкусу.

И наконец – август 2014 года, когда «продуктовое оружие» использовалось в полную силу. В ответ на экономические санкции, принятые некоторыми государствами,

¹ The New York Times, March 12, 2003.

² CNN.com, Sept 3, 2003.

Россия ввела запрет на экспорт ряда продуктов из этих стран, среди них Европейский союз, США, Австралия, Норвегия.

Уже в начале 2014 года обозначилось одно неожиданное важное последствие продовольственного эмбарго: россияне повернулись лицом к своей родной кухне. Момент оказался очень удачным: некая эйфория первых десятилетий после падения железного занавеса, когда в страну попали «лакомые» зарубежные блюда и продукты, закончилась. Определенный естественный интерес к иностранным диковинкам исчерпал себя. Общество вполне созрело для возврата к картошке с соленым огурцом. Собственно, многие так и сохранили им верность, хотя иногда и стеснялись этого. Почва для подъема «гастрономического патриотизма» была готова. Санкции подоспели вовремя. Они сделали возврат к родному не просто чем-то отсталым, «совковым», вызванным бедностью или отсутствием возможностей, а жестом, направленным в пику западным странам (что всегда приятно) и одновременно возможностью наконец-то проявить патриотические чувства.

А необходимость в изменении отношения к собственной кухне в России большая. Нельзя создать позитивный образ своей кухни в мире, если сам относишься к ней без должного уважения. Россия никогда не была страной гастрономической. Прием пищи здесь всегда рассматривался утилитарно, как способ поддержания жизни. Главной особенностью была простота, причем не вынужденная, в силу отсутствия возможностей, а естественная, присущая русской культуре в целом. Наслаждение едой, получение от нее удовольствия, смакование ее считались чуть ли не грехом, причем как в старину, так и в советскую эпоху. Античная идея – «Человек ест, чтобы жить, а не живет, чтобы есть» – всегда была близка русскому человеку. Отдельные периоды чрезмерного увлечения гастрономическими изысками и гурманством были непродолжительными, как правило копировали европейские образцы и затрагивали только крайне узкую часть населения страны (например, высшую столичную аристократию во второй половине XVIII века).

Сегодня к общему отношению к еде добавилась еще одна проблема: мысль о том, что русская кухня умерла и ее больше

не существует. Да, когда-то там, до революции она была. Обычно в этом случае вспоминают некие абстрактные пиры эпохи Ивана Грозного или дворянскую кухню XIX века. Но все это, мол, ушло, и говорить больше не о чем.

В столицах сегодня открыто множество ресторанов русской кухни ориентированных на иностранцев. Правда, основной упор в них сделан на антураж и деревянную посуду (что тоже неплохо), однако и выбор блюд местами хорош. Но россияне все равно по привычке продолжают стонать, что повести иностранных друзей некуда, «ну что мы можем им предложить!». Мол, не кашу же...

А ведь есть и другая сторона: каждый, кто хотя бы раз принимал иностранных гостей дома, в семье, прекрасно знает, какой восторг вызывает русская еда у приезжих. Даже в самые сложные времена дефицита хозяйки умудрялись накрывать великолепные застолья, чтобы «не ударить лицом в грязь». Значит, все-таки есть, чем порадовать и удивить гостей? И не только иностранных. И никто не стонет, что нет своего и нечем порадовать. У каждой хозяйки свои секреты и любимые блюда и все они, как правило, в рамках современной русской кухни. Так почему же на общегосударственном уровне у нас проблемы?

Ни одна кухня мира не остается неизменной. Внешние воздействия, внутренние перемены, новые продукты и блюда, все это неизбежно проникает на любой национальный стол. Особенно заметен этот процесс стал в последние пятьдесят лет, эпоху гастрономической глобализации. Однако, существование одних национальных кухонь признается, а других отрицается и проблема здесь, во-первых, в самоидентификации, в собственном отношении к своим традициям, а во-вторых, в саморепрезентации, умении преподнести свои традиции в нужном виде.

Ведь если подумать, то раскрученные по всему миру ресторанные бренды – французская кухня, японская, итальянская и т.д. – ничем не лучше любых других. Просто эти кухни грамотно оформлены: разработан ряд устойчивых блюд и рецептов, делающих каждую кухню узнаваемой, организована пропаганда или реклама, как угодно, подчеркивающая сочетание вкуса и пользы, а главное, за ними стоит нацио-

нальная гордость. Эти народы гордятся своей кухней и с удовольствием (и большим коммерческим успехом) делятся ею с человечеством. Пока же мы своей стесняемся, говорить о продвижении в мир бесполезно.

Отнюдь не отрицая достоинств вышеупомянутых кухонь, поклонницей которых является и автор, надо признать, что на мировой рынок эти национальные рестораны вышли с едой, далекой от аутентичной. И это никого не смущает. Они сделали ее универсальной, адаптированной под общие вкусы и простой в исполнении. Создали марку, бренд, узнаваемый во всем мире. Смогли распространить позитивный имидж своей кухни. Еще лет 15 назад россияне ничего толком не знали про весь этот чужой гастрономический мир, а теперь многие бойко разбираются в соусах песто, отличают маки от урамаки и никогда не спутают благородный рокфор с дорблю.

Что же стоит за этими столь хорошо раскрученными гастрономическими брендами? Пицца и паста, триумфально шествующие по миру, это на практике тесто с томатом и знакомые всем макароны с тем же томатом. Очень «полезные для здоровья» суши, которые рекомендуют есть всем желающим похудеть, ссылаясь на худых японцев, в мировом исполнении ничто иное, как гора риса с не очень свежей рыбой (где ее в Москве взять свежую? Да еще и за ту умеренную цену, за которую продают суши). А ирландский бар? Чем он отличается от любого места для выпивания? Но ведь смогли сделать бренд на пустом месте, честь и хвала!

Более того, большинство так называемых традиционных национальных блюд, популярных сегодня во всем мире, были либо созданы совсем недавно, либо заметно изменены на потребу общим вкусом. Итальянская пицца в ее нынешнем виде возникла во второй половине XX века в США и вернулась в Италию уже в каноническом виде. Спагетти, любимое блюдо неаполитанских бедняков, было популяризировано все в тех же Соединенных Штатах, которые являются источником большинства раскрученных национальных брендов. Самой популярной начинкой для суши сегодня стал норвежский лосось, попавший в это японское блюдо совсем недавно. Да и свой нынешний облик суши приобрели лишь в середине XIX века.

Столь любимые во всем мире китайские печенья с предсказаниями, которые подают в конце обеда, были изобретены в Калифорнии и отсутствуют только в одной стране мира – в Китае, также как и многие другие псевдо-китайские блюда.

Или возьмем знаменитую французскую кухню, которая своим позитивным образом в мире обязана только самой себе и французской истории. Сегодня она является символом всего лучшего, что есть в гастрономических традициях мира – вкусно, красиво, модно, полезно, здорово, ее наделяют всеми возможными достоинствами. А ведь это не более, чем миф. Нет, конечно, это бывает очень хорошо, но каждый много путешествующий турист знает, что ни в одной, во всяком случае, западной стране так часто не случаются желудочно-кишечные заболевания, как во Франции, а региональная, истинно традиционная, а не «туристическая» французская кухня и вовсе жирная и тяжелая, включающая много мяса, паштетов, подливок. Да и знаменитые французские деликатесы – устрицы, улитки, лягушачьи лапки, сырое мясо в разных видах, далеко не всем нравятся и подходят.

Как бы там ни было, еда является важнейшим проводником культуры. Распространение национальных ресторанов и продуктов в мире несет с собой и общий интерес к культуре, которую они представляют. Гастрономическая экспансия несет с собой и культурное влияние, дает первичное знакомство с чужой культурой, пробуждает интерес и к другим сторонам жизни. Удовольствие от еды способствует распространению позитивного образа народа, с которым она ассоциируется. Не случайно сегодня правительства отдельных стран озаботились этим вопросом, поддерживают сохранение и развитие национальных кухонь, занимаются продвижением их на мировой рынок, борются за включение их в список нематериального культурного наследия ЮНЕСКО, куда уже попали французская, средиземноморская (еще один миф!), мексиканская, японская и другие национальные гастрономические традиции.

Может ли русская кухня предложить нечто похожее? Безусловно. Как и любая другая, если почувствует уверенность

и перестанет стесняться. И поверит в свое, родное. Поневоле вспоминается А. Грибоедов (увы, все проблемы не новы):

«Как европейское поставить в параллель

С национальным, странно что-то!

Ну как перевести мадам и мадмуазель?

Ужли сударыня!!» – забормотал мне кто-то.

Вообразите, тут у всех

На мой же счет поднялся смех.

«Сударыня! Ха! ха! ха! ха! прекрасно!

Сударыня! Ха! Ха! ха! ха! ужасно!»

Можно составить русское универсальное меню и даже провести параллели для понятности. Наши каши с разными наполнителями (грибами, овощами, мясом, курицей, сухофруктами, список велик) вполне могут стать российским ответом спагетти и суши. Русские пироги и пирожки – пицце. Закусками русский стол славится издавна, и это совсем не тот ужасный «рашн салат», который подают в мире. Супы русские являются украшением отечественной кухни и ее визитной карточкой, это то немногое, что знакомо иностранцам, но не по вкусу, а по названиям.

Чаепитие – залог успеха русской кухни. Тут и блины, и блинчики, и оладьи. И русское варенье, перед которым не устоял даже гурман А. Дюма. И сметана или сгущенка. И выпечка, перечислить которую всю невозможно. И пастила с мармеладом. Проблема только в том, чтобы выбрать, так всего много. Ничуть не хуже знаменитого английского чаепития, за которым в дорогих ресторанах и чайных в Лондоне выстраиваются очереди. Кстати, англичане сейчас активно позиционируют в провинции так называемый «cream teas» или сливочный чай, пользующийся большим спросом. В набор входит чайник чая, пресная булочка из песочного теста, сливки густоты масла и джем. За этим английским деликатесом специально в выходные выезжают за город. Аналог очевиден: сырники, сметана и варенье могли бы стать русским хитом.

Дело за малым: почувствовать уверенность, создать систему блюд и рецептов, сформулировать концепцию кухни, объяснить ее пользу для здоровья и неповторимость вкуса. Тогда и в мировом масштабе можно будет.

Сохранение и развитие русской кухни, создание позитивного образа ее в самой России и за рубежом, восстановление того лучшего, что было достигнуто в течение долгой истории и утрачено в недавнее время, для всего этого необходимо создание серьезной научной базы. Изучение, описание, анализ общей русской национальной кухни, так же как и региональных, этнических и локальных кулинарных традиций, все это еще ожидает своего часа. Без научной основы невозможно организовать должным образом продвижение идей здорового питания, заключающегося в использовании лучшего, что есть в традиционной кухне, и в отказе от наносного и ненужного, случайно попавшего в нее.

Итак, что важно учитывать, продвигая национальную кухню на мировой рынок. Кухня любой страны хороша и неповторима. Но для внешнего мира важно создать образ, репутацию, стиль. Должны быть универсальные константы, создающие национальную «узнаваемость» пищи: суши, пицца-паста, суп Том Ям. Они совсем необязательно должны соответствовать реальности, быть самой повседневной или популярной едой у себя на родине, здесь важен именно образ. Блюда совсем не обязательно не должны в точности воспроизводить все нюансы своей родной кухни, наоборот, они должны быть адаптированы к общим вкусам, иметь универсальный характер. Основной упор при продвижении национальной кухни должен делаться на те ценности, которые актуальны в современную эпоху, это могут быть вкус, дешевизна, сытность, здоровье, все то, что в моде в каждый конкретный момент. Ну и в таких случаях, как с Россией, важно начать с самих себя, с распространения позитивного образа национальной кухни в своей стране.

Завершая тему, хотелось бы еще раз подчеркнуть: еда может быть как орудием борьбы с «противником», так и средством создания позитивного образа народа. Еда – важнейший проводник культуры. Ну кто бы и что знал сегодня в России, например, о далекой Японии, если бы не повсеместно распространившиеся рестораны. А с японской кухней проникают и некоторые знания, а главное интерес к далекой японской культуре. А интерес и тем более знание порождают и

благоприятное отношение, вроде как ты уже с этим японским народом и хлеб преломил. Пора уже и нам задуматься о позитивном имидже русской кухни, а заодно с ней и русского народа в мире.

ანა პავლოვსკაია

ისტორიის მეცნიერებათა დოქტორი, პროფესორი, მოსკოვის სახელმწიფო უნივერსიტეტი, რუსეთი

მითხარი რას ჭამ და გეტყვი ვინ ხარ. კვების ტრადიციები და კულტურათაშორისი კომუნიკაციის პრობლემები რეზიუმე

საჭმელი ქვეყნის იმიჯის ფორმირების მნიშვნელოვანი ფაქტორია: არაფერი ისე არ უწყობს ხელს ქვეყნის პრესტიჟის ამაღლებას, როგორც კვების ტრადიციის დადებითი ხატება და პირიქით, არაფერი იწვევს ისეთ ზიზღს, მათ შორის, ფიზიოლოგიურ დონეზე, როგორც ნეგატიური წარმოდგენები ამა თუ იმ ხალხის სამზარეულოს შესახებ. საჭმელი შეიძლება იყოს მეგობრობისა და კულტურის ელჩი ან მტრობის მატარებელი. შემთხვევითი არ არის, რომ მრავალი ქვეყნის ხელისუფლება ზრუნავს თავისი ნაციონალური სამზარეულოს დადებითი იმიჯის შექმნაზე და წარმატებებსაც აღწევს ამ მიმართულებით. ბევრი სახელმწიფო იბრძვის იმისთვის, რომ თავისი ეროვნული ტრადიციები იუნესკომ არამატერიალური კულტურის ძეგლებად აღიაროს, რაც ქვეყნის პრესტიჟს მაღლა სწევს და ზრდის მისადმი ინტერესს. ამასთან, გასტრონომიული ექსპანსიის შედეგია კულტურული გავლენა, უცხო კულტურის გაცნობა და ინტერესის გაღვივება ცხოვრების სხვა მხარეებისადმი. თანამედროვე მსოფლიოში, რომლისთვისაც დამახასიათებელი ტენდენციაა კვების გლობალიზაცია, გამოიყოფიან ლიდერები, რომელთა ნაცი-

ონაღურმა სამზარეულოებმა მსოფლიოს გასტრონომიულ კულტურაში თავიანთი ადგილი დაიკავეს. მათ შორის არის – იტალია, საფრანგეთი, იაპონია, ჩინეთი. რუსეთი საგრძობლად ჩამორჩება, მისი ეროვნული სამზარეულო მსოფლიოსთვის არც ისე მიმზიდველია. ნაშრომში საუბარია ეროვნული სამზარეულოს დახმარებით ქვეყნის დადებითი იმიჯის შექმნის ძირითად პრინციპებზე.

Anna Pavlovskaya

Doctor of History, Professor, Moscow State University, Russia

Tell me what you eat and I will tell you what you are.

Food and Intercultural Communication

Summary

Food is an important instrument in intercultural communication. Everything connected with eating habits is close and clear to everybody. No wonder that food and eating habits have been used as efficient ways to bring pressure upon people since ancient times. Two main trends may be singled out. First: using “food” images in order to conjure up a positive or negative image of a country or a nation. Eating traditions, table manners, composition of foodstuffs, food preferences, and food stereotypes project a bright, easily understood and memorable image, which arouses some feelings at the physiological level. Food symbols are simple and accessible to everybody. Second: imposing prohibitions against foodstuffs as a way to draw attention to a political situation, to form a negative attitude to the antagonist, to pave the way for “gastronomic patriotism”. Food may be used for struggle as well as for peace, for improving relations among countries. Food can be used both as a weapon against a political opponent, or an instrument of creating a positive image of a nation. Food is an important transmitter of culture, and we should really start thinking seriously about how to project a positive image of Russian cuisine, and Russian people as a whole, to the world.

ნანული (ნანა) ცხველაძე

ფსიქოლოგიის მეცნიერების კანდიდატი, ასოცირებული პროფესორი, სოხუმის სახელმწიფო უნივერსიტეტი. თბილისის სახელმწიფო სამედიცინო უნივერსიტეტის განყოფილების კვლევისა და კორექციის ცენტრის უფროსი მეცნიერი თანამშრომელი, საქართველო

ხათუნა ამადლობელი

ფილოსოფიის მეცნიერების კანდიდატი, პროფესორი, სოხუმის სახელმწიფო უნივერსიტეტი, საქართველო

აუტო და ჰეტირო განწყობების გავლენა კვებითი ძველის ორბანიზაციაზე

თანამედროვე ადამიანის ცხოვრებაში კვება არა მხოლოდ ფიზიკური არსებობის, არამედ მისი ეფექტიანი ფუნქციონირების, ჯანმრთელობის, ფიზიკური და ფსიქიკური კეთილდღეობის პირობაცაა. გარდა ამისა, ადამიანის შემთხვევაში კვებითი აქტივობა სოციალური ფუნქციის მქონე კულტურული ფენომენიცაა. რადგან იმას, თუ „რას“ და „როგორ“ (რა პირობებში) მიირთმევს ადამიანი, მნიშვნელოვნად არის განსაზღვრული საკვების, მისი მოპოვების, მიღებისა და განაწილების შესახებ მის კულტურაში არსებულ ცოდნა-რწმენებზე, დამოკიდებულებებზე, სტერეოტიპულ შეხედულებებსა თუ წარმოდგენების სისტემაზე.

ცნობილია, რომ კულტურის ფენომენები ხანგრძლივი ევოლუციის პირობებში მრავლობითი შეგუების შედეგად არიან ფორმირებული და დასწავლის გზით გადაცემული თაობიდან თაობას (Мацумото Д., 2003). ამ მხრივ გამონაკლისს არც კვების კულტურა წარმოადგენს. კულტურული ფენომენების გადაცემის მექანიზმი სოციალიზაციაა. პროცესი, რომლის მეშვეობითაც ხდება ინდივიდის მიერ მის კულტურაში მოქმედი ნორმებისა და სტანდარტე-

ბის ინტერიორიზაცია (გათავისება). ინტერვიორიზაციის შედეგს ინდივიდის საგნობრივ და სოციალურ გარემოსთან ადაპტაცია შეადგენს (Почерн Л. Г., 2012; Jan E. Stets and Jonathan H. Turner, 2006). ბოლო პერიოდში სულ უფრო ხშირად საუბრობენ ინტერიორიზებულ კულტურაზე, როგორც იმპლიციტური ცოდნის სისტემაზე, რომელიც ადამიანს გაუცნობიერებელი შინაარსების სახით აქვს მოცემული და რაც განაპირობებს მის ცნობიერ არჩევანსა და ქცევას. იმპლიციტურ ცოდნა-დამოკიდებულებებში ან როგორც მას ხშირად იხსენიებენ, კოგნიტურ არაცნობიერში გამოყოფენ სამ ძირითად სფეროს: იმპლიციტურ კოგნიტურ პროცესებს (აღქმა, ყურადღება, მესსიერება, ენა, დასწავლა); იმპლიციტურ სოციალურ-კოგნიტურ პროცესებს და იმპლიციტურ პიროვნებას (სოციალური განწყობები, სტერეოტიპები, ცრურწმენები, მე-კონცეფცია, თვით-პატივისცემა) და იმპლიციტურ ემოციებს (Катушин А.В., 2019; Токарева Г.В., Дорфман Л.Я., 2014; Яньшин П.В.)

არაცნობიერი კოგნიტურის დისკურსში კულტურის ფენომენები იმპლიციტური შინაარსების რეპრეზენტაციის ფორმებია, როლებიც ყველა კულტურაში არსებობს გრძნობის, აზრებისა და ქცევის გამოხატვის დასაშვები და დაუშვებელი ნორმატიული სტანდარტების ანუ დანაწესის სახით (Jan E. Stets, and Jonathan H. Turner., 2006). ნორმატიული დანაწესი თვითგამოხატვისა და გარემოსთან შეთანხმებული ქცევის მარეგულირებელი სისტემები ანუ იმპლიციტური პროცესების ექსპლიკაციის ხერხები და მექანიზმებია. ამ პარადიგმაში ყოველი კონკრეტული ქცევა ცნობიერი კონტროლის მიღმა გადამუშავებული ინფორმაციის (შეფასების) იმპლიკაციად, მისგან ნაწარმოებ აქტად იაზრება. რაც იწვევს ადამიანთან ქცევის ორგანიზაციული სტრუქტურის გართულებას, რადგან მის აგებაში კონკრეტული მოთხოვნილებების გარდა, ყოველთვის მონაწილეობს ამ მოთხოვნილებების დაკმაყოფილების ღირე-

ბულებითი ასპექტებიც. სხვაგვარად, რომ ვთქვათ მის ორგანიზაციაში ჩართულია ბიოლოგიურის გარდა ინტერიორიზებული კულტურის პლასტიც – იმპლიციტური განწყობების სისტემა, – „სოციალური ობიექტის მიმართ უპირატესობის ან უარისმყოფელი გრძნობის, აზრის ან ქმედების გამაშუალებელი ინტროსპექტულად არაიდენტიფიცირებადი ან არასწორად იდენტიფიცირებული **წარსული გამოცდილების კვალი**“ (Greenwald A.G., Banaji M.R. 1995, გვ.18).

რადგან ადამიანის ქცევები კულტურითაა რეგლამენტირებული, იმის მიუხედავად ის ბიოლოგიურად იქნება განპირობებული თუ სოციალურად, იგი ყოველთვის პოლიმოტივაციური და პოლიფუნქციური იქნება. ამ მხრივ არც კვებითი აქტივობაა გამონაკლისი, რადგან ის ვიტალური მოთხოვნილებების დაკმაყოფილების გარდა ამ პრაქტიკულ ქცევასთან დაკავშირებული სოციოკულტურული ნორმების მოხმარებასა და დაცვასაც გულისხმობს. თუ გავითვალისწინებთ, რომ კულტურის ნორმები ერთდროულად მდგრადიცაა და ცვალებადიც, თანამედროვე გლობალიზაციის ეპოქისთვის დამახასიათებელი კულტურათშორისი კავშირების ინტენსიფიკაციის ფონზე, აქტუალობას იძენს ამ კავშირთიერთობების გავლენის ეფექტების კვლევები თანამედროვე ადამიანის ქცევით-მოტივაციურ სფეროზე, მის ღირებულებით პრიორიტეტებზე, შეხედულებათა და განწყობათა სისტემებსა და ყოფით კულტურაზე. წინამდებარე კვლევაც ამ საკითხების გარკვევის ერთგვარი მცდელობაა და **მიზნად სახავეს** კვების ქცევის (საუზმე, სადილი, ვახშმი) დაგეგმარებასა და ეთნოგანწყობებს შორის კავშირ-მიმართებების საფუძველზე, ყოფით კულტურაზე წარსულისა და აწმყო დროის კულტურათშორისი გამოცდილების კვალის ეფექტების შესწავლას.

კვლევის ჰიპოთეზა ეფუძნება ცნობიერი არჩევანისა და ქცევის იმპლიციტური პროცესებით (მოცემულ შემთხვევაში ეთნო სოციალური განწყობები) განსაზღვრულობის იდეას. ჩვენი დაშვებით, თუ ცნობიერი პრეფერენცია განპირობებულია იმპლიციტური განწყობებით, მაშინ ადამიანი საკვებად აირჩევს იმ კერძს, რომელიც მის მიერ პოზიტიურად შეფასებული ეთნოსის კულტურის ნაწილია.

კვლევისა და მისი შედეგების აღწერამდე აუცილებლად მივიჩნევთ მოკლედ შეგწერდეთ ეთნო სოციალურ განწყობებზე. გავრცელებული განმარტების თანახმად, ეთნიკური განწყობა, საკუთარი ნაციონალური ცხოვრებისა და სხვა ერებთან ურთიერთობის ამა თუ იმ მოვლენის აღქმისა და კონკრეტულ სიტუაციებში, ამ აღქმის შესაბამისად მოქმედების ფსიქოლოგიური მზაობაა. შინაარსის მიხედვით, მასში მეტნაკლებად მყარი წარმოდგენებისა და შეხედულებების სისტემა (ატიტუდები, აპერცეფციები, კონცეპტები, ცრურწმენები, სტერეოტიპები) იგულისხმება ადამიანთა ეთნიკური ერთობის, სხვა ხალხებთან და სხვა ნაციებთან მათი ურთიერთობის ისტორიის და თანამედროვე ცხოვრების შესახებ. ფორმალურად, ისინი ფიქსირებული შეფასებითი მსჯელობების სახით გვევლინებიან სხვა ეთნიკური საზოგადოებების მორალური, გონებრივი და ფიზიკური თვისებების, აგრეთვე, საკუთარი და სხვა ნაციონალობისადმი მიწერილი და მოსალოდნელი ქცევითი მოდელების შესახებ (Почебут Л. Г., 2012; Налчаджян А. А., 2000; ცხვედაძე ნ., 2013; Словарь, 1999).

ეთნოგანწყობათა სისტემას ყოფენ „აუტო“ და „ჰეტერო“ განწყობების ქვესისტემებად. აუტო განწყობები – ეს იმ სტერეოტიპული წარმოდგენების, კოგნიციების და შეფასებითი მსჯელობების ერთობლიობაა, რომელსაც ეთნიკური ნიშნის/იდენტობის მატარებელი მიაწერს საკუთარ ეთნიკურ ერთობას. როგორც წესი, ამ ტიპის განწყობები, უპირატესად, დადებითი შეფასებითი მსჯელობების ერთობლიობაა. ჰეტერო-

რო განწყობებს კი, ის შეფასებითი მსჯელობები მიეკუთვნება, რომელიც სხვა ნაციონალურ ერთობებს და მათ წარმომადგენლებს მიეწერება. მასში როგორც დადებითი, ისე უარყოფითი შეფასებები იყრის თავს, ხოლო მათ თანაფარდობას/ბალანსს, უმრავლეს შემთხვევაში, განპირობებს ამ ხალხების ურთიერთობის ისტორიული გამოცდილების რაგვარობა (მელიქიშვილი მ., 1990; Словарь, 1999).

ეთნო სოციალურ განწყობებს მათი შინაარსების ცვალებადობა-სტაბილობის ნიშნითაც ანსხვავებენ. ითვლება, რომ შეფასებითი მსჯელობები, რომელიც ეხება მოცემული ხალხების და მათი წარმომადგენლის ზოგად იერსახეს/ხატს, ამ ხალხების ისტორიულ წარსულს, ცხოვრების წესის თავისებურებებს და მათ შრომით ჩვევებს შედარებით მყარია, დროში გამძლე და ნაკლებ დაქვემდებარებული კონტექსტუალურ გავლენებს. ხოლო ეთნოსის მორალური და კომუნიკატორული თავისებურებების შესახებ შეფასებითი მსჯელობები – ცვალებადი და დაქვემდებარებული ერთა შორის და სახელმწიფოთაშორის სიტუაციების/კონტექსტების ცვალებადობზე (Андреева Г.М.1998).

აუცილებელია იმის აღნიშვნაც, რომ ეთნოგანწყობის შესახებ მრავალი თეორიული და ემპირიული გამოკვლევის მიუხედავად მისი შინაარსეული მხარე დღემდე დაუზუსტებელია. მკვლევართა ნაწილისთვის შექმნილი ვითარებიდან გამოსავალი ეთნიკური განწყობების ჰიპოტეტური განმარტებით სარგებლობაა. მაგალითად, ერთ ერთ ლექსიკონში ვკითხულობთ, რომ „...ბევრად სწორი იქნებოდა დაგვეშვა, რომ ეთნიკურ განწყობების შინაარსში ხალხების წარსული და აწმყო დროის პოზიტიური და ნეგატიური ურთიერთობის გამოცდილებაა ასახული, განსაკუთრებით საქმიანობის იმ სფეროებში (ვაჭრობა, სოფლის მეურნეობა, კულტურა და ა.შ.), რომელშიც მათ ყველაზე აქტიური კონტაქტი ჰქონდათ” (Словарь, 1999)

წინამდებარე შრომაში ჩვენ მიერ ტერმინი – ეთნიკური განწყობები ამ უკანასკნელის მნიშვნელობით იქნება გამოყენებული. მხოლოდ იმ განსხვავებით, რომ ეთნოგანწყობების შინაარსში ხალხთაშორისი „მიმდინარე“ და ისტორიული „გამოცდილება“ ჩვენ მიერ ორი ტიპის განწყობის სისტემადად იქნება დიფერენცირებული. ხალხთაშორისი ურთიერთობის „ისტორიული გამოცდილება“ ჩვენ მიერ განხილული იქნება როგორც „აუტო“ და „ჰეტერო“ დისპოზიციურ განწყობათა სისტემა. ხოლო, „მიმდინარე გამოცდილება“ – აქტუალურ ან სიტუაციურ ეთნო სოციალურ განწყობათა სისტემა (ცხვედაძე ნ., 2013).

დაყოფის პრინციპი ეფუძნება ანტროპული თეორიის მიერ გამოყოფილ სოციალური განწყობების ორ სახეს: სოციალურ – სიტუაციურს და სოციალურ-დისპოზიციურს (ნადირაშვილი შ., 2008; 2014). **სოციალურ-სიტუაციური განწყობა** – სოციალური ქცევის წინ ფორმირებული განწყობაა. ის აქტუალური სოციალური სიტუაციის – სოციალური გარემოს ან პიროვნების მოთხოვნით, ამ მოთხოვნაზე თანხმობით (პიროვნებისგან, თუ სოციალური ქცევა სოციალური გარემოს მოთხოვნით იწყება ან სოციალური გარემოს თანხმობით თუ ქცევა იწყება პიროვნების მოთხოვნით) და სოციალური ქცევისთვის საჭირო ოპერაციული შესაძლებლობების (მოტივაცია და ნებელობა) საფუძველზე იქმნება და განსაზღვრავს პიროვნების მიზანშეწონილ სოციალურ აქტივობას, სოციალური ქცევის მიმდინარეობას (ნადირაშვილი შ., 2014).

სოციალურ-დისპოზიციური განწყობა – სოციალურ-სიტუაციური განწყობის ქცევაში მრავალგზის რეალიზების საფუძველზე ფორმირებული და დისპოზიციურ განწყობათა სახით განზოგადებული განწყობებია. ითვლება, რომ „რაც უფრო წარმატებით ხორციელდება ქცევა, მით უფრო მტკიცდება მის საფუძველად მდებარე სიტუაციური განწყობა –

იგი დისპოზიციურ განწყობად ყალიბდება; „...ყოველი ახალი დისპოზიციური განწყობის ფორმირება დისპოზიციური განწყობათა სისტემაში შესვლით ხდება“; დისპოზიციურ განწყობათა „ხელახალი აქტუალიზაციისთვის სამივე ფაქტორის არსებობა არ არის აუცილებელი, ხშირად ერთი ფაქტორიც საკმარისია“ (ნადირაშვილი შ., 2014).

ეთნოურთიერთობების „წარსული და აწმყო დროის“ საურთიერთობო გამოცდილების სოციალურ-დისპოზიციურ და სოციალურ-სიტუაციურ განწყობად დიფერენცირება, ჩვენი აზრით, შესაძლებელს ხდის განწყობის კანონების საფუძველზე აიხსნას ურთიერთობის სფეროში გამოვლენილი დისპოზიციური და სიტუაციური განწყობათა (წარსული და აწმყო გამოცდილებათა) მოქმედების კოგნიტური ეფექტები – წარსულის გადაფასების და აწმყოს შეუფასებლობის ან პირიქით, აწმყო ურთიერთობების გადაფასებისა და წარსულის შეუფასებლობა. აგრეთვე, მათი ურთიერთქმედების შედეგად განწყობათა ცვლილება-რეორგანიზაციის ფაქტები.

ანტროპულ თეორიაში განწყობა, მიზანშეწონილი ქცევისა და მასთან დაკავშირებული პროცესების ამხსნელი ცნებაა. ითვლება, რომ გარკვეული ქცევის საფუძველად მდებარე განწყობა და ქცევა ურთიერთთავსებადი მოვლენებია. ადამიანი იქცევა ისე, როგორც აქტუალური განწყობაც აქვს და პირიქით, მას გარკვეული ქცევის დროს ისეთი განწყობა აქვს, როგორც ქცევასაც ასრულებს იგი. ამრიგად, განწყობის თეორია უშვებს, როგორც განწყობიდან ქცევის იმპლიკაციის, ისე ქცევის საფუძველზე განწყობის დახასიათების შესაძლებლობას. ამ გარემოებიდან გამომდინარე განისაზღვრა წინამდებარე კვლევის ამოცანები:

- შეგვესწავლა ეთნიკურად ქართველის „აუტო“ და „ჰეტერო“ განწყობების სისტემები ანუ მათი შეფასებითი მსჯელობების ერთობლიობა – კონცეპტები და მა-

თი პირველადი მახასიათებლები: ვალენტობა და სირთულე ან მრავლობა;

- კვებითი ქცევის ორგანიზებასა და დაგეგმარებაზე ეთნო-სოციალური განწყობებისა და მახასიათებლების შესაძლო გავლენები და მათი კანონზომიერებები.

კვლევის ჰიპოთეზის შესამოწმებლად დაიგეგმა და განხორციელდა ემპირიული კვლევა. მეთოდებად გამოყენებულია: ტესტირება, ანკეტირება და წარმოსახვითი ექსპერიმენტი.

კვლევაში დამოუკიდებელ ცვლადებს წარმოადგენს: პოზიტიური და ნეგატიური ეთნო-სოციალური განწყობა; დამოკიდებულ ცვლადს – კერძების ალტერნატივებიდან სასურველის არჩევანი. საკვლევი ფაქტორებს – 18-დან 70 წლამდე ასაკის მქონე თბილისის და სამეგრელოს რეგიონის მაცხოვრებელი 240 მოქალაქე (თბილისი 120 ც.პ. 60 მამაკაცი და 60 ქალი. სამეგრელო: 120 ც.პ., 60 მამაკაცი და 60 ქალი).

1) აუტო და ჰეტერო განწყობების საკვლევად გამოყენებულია ფსიქოლოგიის კვლევითი ინსტიტუტის მიერ ეთნიკური განწყობების გასაზომად შემუშავებული და ქართულ პოპულაციაზე ადაპტირებული ტურსტოუნის ტიპის თერთმეტ საფეხურიანი ბიპოლარული სკალები (ნადირაშვილი შ., გრიგოლავა და სხვ. 2001; ბურდული ნ. (2003); ცხვედაძე ნ., (2005)).

კვლევაში მონაწილე პირს სკალებთან მუშაობისას ორი დავალების შესრულება ევალება. პირველ ეტაპზე იგი 11 დებულებიდან ირჩევს მისთვის ყველაზე მისაღებ მხოლოდ ერთ დებულებას. შემდეგ, დარჩენილი 10 დებულებიდან მისთვის მეტ-ნაკლებად მისაღებ კიდევ სხვა დებულებებს (ან დებულებას). ამჯერად ცდის პირი არჩევანში შეზღუდული არ არის. საკვლევი ერებისა და ეთნოსების რაოდენობა კვლევაში 16 იყო (ქართველი, რუსი, ოსი, აფხაზი, აზერბაიჯანელი, სომეხი, ებრაელი, თურქი, არაბი, ბერძენი,

ინგლისელი, გერმანელი, ფრანგი, ამერიკელი, ჩინელი და ნიგერიელი), კვლევის მონაწილეებსაც აღნიშნული ორი დავალების შესრულება 16-ჯერ უხდებოდათ – თითოეულ ეთნიკურ ჯგუფთან მიმართებაში ცალ-ცალკე.

სკალების ავტორების თანახმად, პირველი არჩევანით ც.პ.-ის განწყობის ვალენტური ნიშანი და მისი ინტენსივობა დგინდება. ის ამა თუ იმ ერის მიმართ ც.პ.-ის დისპოზიციურ განწყობათა სისტემაში შესული მსჯელობებიდან დომინანტის ნიშანია და გამოხატავს მოცემული მომენტისთვის ამ განწყობათა სისტემის პოზიტიური ან ნეგატიური ნიშნით აქტივაციის ტენდენციასა და დამოკიდებულების სიმწვავეს. მეორე არჩევანით ხდება განწყობის სტრუქტურის ნიშანთვისებების (სირთულე, დიფერენცირებულობა და განწყობის „მოცულობა“) განსაზღვრა. პირველი არჩევანი შეესაბამება სოციალურ-სიტუაციურ განწყობას (იხ. ზემოთ) და გამოხატავს ე. წ. ექსპლიციტურ განწყობას; მეორე არჩევანი, ლატენტურ მდგომარეობაში მყოფ დისპოზიციურ – სოციალურს, მაშასადამე იმპლიციტურს.

2) მოხმარების ქცევაზე ეთნო – სოციალური განწყობების გავლენის საიდენტიფიკაციოდ გამოყენებულია ე.წ. წარმოსახვითი ექსპერიმენტი. ექსპერიმენტში ცდაში მონაწილე პირებს წარედგინებოდათ საკვლევი ერებისა და ეთნოსების ნაციონალური კერძებისგან შემდგარი ე.წ. „მენიუ“ შემდეგი ინსტრუქციით: წარმოიდგინეთ, რომ თქვენ იმყოფებით სასტუმროში. ამ სასტუმროში მასპინძლობას უწევთ თქვენ პირად სტუმრებსაც (ბუნებრივია, თქვენ მატერიალურად უზრუნველყოფილი ხართ). სასტუმროს ადმინისტრაციამ გადმოგცათ მენიუ თხოვნით აცნობოთ მათ წარმოდგენილი მენიუდან რას ინებებდით საუზმედ, სადილად და ვახშმად. როგორც თქვენთვის, ასე სტუმრებისთვის. კერძების შერჩევაში შეზღუდული არ ხართ.

ინსტრუქციის მიცემის შემდეგ, ცდის პირებს მიეწოდებათ სასტუმროს რესტორანის კერძების მენიუ, რომელიც შედგება შემდეგი ბლოკებისგან: 1) წვნიანი კერძები, 2) სალათები, 3) დვეჯელები, 4) დესერტი – ნამცხვარი და ხილი, 5) ცხელი სასმელები, 6) მინერალური სასმელები, 7) ნახევრად ალკოჰოლური სასმელები – კოქტეილები. თითოეული ბლოკი შედგებოდა 16 განსხვავებული ვარიანტისგან. ექსპერიმენტის მონაწილენი ინსტრუქციის შესატყვისად ირჩევდნენ და უკვეთავდნენ საუზმეს, სადილსა და ვახშამს როგორც საკუთარი თავისთვის, ისე სტუმრებისთვის.

ჩვენი დაშვებით, თუ ცნობიერად გაკეთებული არჩევანი იმპლიციტური პროცესებით არის განპირობებული, მაშინ ექსპერიმენტში უპირატესობა მინიჭებული ობიექტი (სასმელ-საჭმელი) უნდა ემთხვეოდეს მათ აუტო და ჰეტერო განწყობებს (ემპირიული ჰიპოთეზა).

ცდა მიმდინარეობდა თითოეულ ცდის პირთან ინდივიდუალურად. ც.პ.-ის მონაწილეობა კვლევაში ნებაყოფლობითი იყო. კვლევის მონაცემები დამუშავდა SPSS-ით. მონაცემების სანდლობა შემოწმდა X^2 -ით.

კვლევის მონაცემების აღწერა და ანალიზი

კვლევის მონაცემები დამუშავდა და გაანალიზდა შემდეგი მიმართულებებით: (1) ც.პ.-თა ეთნოგანწყობების სისტემის ნიშან თვისებების; (2) უპირატესობა მინიჭებული საკვების ან ე.წ. დაგეგმილი საკუთარი და სხვისთვის სასურველი სადილი, საუზმე, ვახშამის სპეციფიკების და (3) ეთნოგანწყობებისა და გაკეთებულ პრეფერენციებს შორის კავშირების მიხედვით. ფორმატის შეზღუდულობიდან გამომდინარე წინამდებარე შრომაში განხილული იქნება მხოლოდ ეთნო სოციალურ განწყობსა და საკუთარი საჭიროებისთვის გაკეთებულ პრეფერენციებს შორის გამოვლენილი ტენდენციები.

როგორც კვლევის აღწერით ნაწილში იყო აღნიშნული, ეთნოგანწყობების გაზომვა ემსახურებოდა მათ დახასიათებას ვალენტობის, მოცულობისა და სირთულის მიხედვით. ამ სამი პარამეტრის მიხედვით პრეფერენციების შედარება ასეთ სურათს იძლევა:

1. განწყობის ვალენტური ნიშანი და საკუთრი მოხმარებისთვის გაკეთებული პრეფერენციის ტენდენციები. მონაცემები წარმოდგენილია ცხრილი #1 – ის სახით. როგორც ცხრილიდან ჩანს ვალენტური ნიშნის მიხედვით საკვლევი ერების მიმართ ეთნოგანწყობები სამ კატეგორიად დაიყო: გამოკვეთილად დადებით განწყობად, პოზიტიურად ორიენტირებულ და ნეგატიურად ორიენტირებულად.

ნაციონალური კერძები	გამოსატული დადებითი განწყობა	პოზიტიურად ორიენტირებული განწყობა	ნეგატიურად ორიენტირებული განწყობა
ქართველი	86 %	69%	4%
რუსული	77%	46%	2%
ოსური	61%	56%	7%
აფხაზური	91%	61%	0%
სომხური	59%	28%	0%
ებრაული	74%	46%	0%
აზერბაიჯანული	15%	16%	0%
ამერიკული	73%	43%	0%
გერმანული	83%	81%	7%
ფრანგული	88%	64%	4%
ინგლისური	56%	41%	1%
ბერძნული	85%	57%	3%
არაბული	98%	18%	0%
ნიგერიული	100%	1%	0%

ცხრილი #1. განწყობის ვალენტური ნიშნის მიხედვით დიფერენცირებულ კატეგორიებში ნაციონალური კერძებისადმი მინიჭებული უპირატესობების სიხშირის %-ლი მაჩვენებლები.

როგორც ცხრილიდან ჩანს, საკვებად უპირატესობა მინიჭებული სამზარეულო და ეთნოგანწყობების ვალენტური ნიშანი კავშირში მყოფი ცვლადებია. მთლიან შერჩევაში საკუთარი მოხმარებისთვის იმ ნაციონალურ კერძს ენიჭება უპირატესობა, რომელი ეთნიკური ჯგუფისადმიც ც.პ. აქვს დადებითი ან ძალიან დადებითი დამოკიდებულება. მონაცემები სტატისტიკურად სანდოა $p=0,05$ დონეზე ($n=240$, $df=16$, $X^2=26,7$).

2. განწყობის მოცულობა და საკუთარი მოხმარებისთვის გაკეთებული პრეფერენციის ტენდენციები. განწყობის მოცულობის მიხედვით კვებითი რაციონის შერჩევისა და დაგეგმარების შედარებით ანალიზი წარმოდგენილია ცხრილის #2-ის სახით.

მთლიან შერჩევაში ეთნოსოციალური განწყობები მოცულობის მიხედვით სამ კატეგორიად არის დიფერენცირებული. ცხრილში ისინი 3 სვეტის სახით არის წარმოდგენილი. სვეტების უჯრედებში კი ასახულია თითოეული ნაციონალური სამზარეულოსთვის მინიჭებული პრეფერენციების რეიტინგი პროცენტში.

ეთნიკური ჯგუფები	დიდი მოცულობა	საშუალო მოცულობა	მცირე მოცულობა
გერმანული	88 %	66%	1%
ფრანგული	97%	56%	22%
ებრაული	71%	64%	5%
ჩინური	91%	70%	1%
ბერძნული	69%	18%	3%
ინგლისური	64%	48%	1%
არაბული	10%	11%	0%
ქართული	84%	53%	3%

ოსური	97%	91%	21%
აფხაზური	95%	9%	14%
თურქული	70%	57%	8%
სომხური	81%	67%	31%
რუსული	58%	11%	0%
აზერბაიჯანული	89%	0%	0%
ამერიკული	88 %	66%	1%
ნიგერიული	97%	56%	22%

ცხრილი #2. განწყობის მოცულობის ნიშნის მიხედვით დიფერენცირებულ კატეგორიებში ნაციონალური კერძებისადმი მინიჭებული უპირატესობების სიხშირის %-ლი მაჩვენებლები.

როგორც ცხრილიდან ჩანს, განწყობის მოცულობაც განწყობის ვალენტობის მსგავსად, საკვების არჩევანზე გავლენის მქონე პარამეტრია. როგორც ირკვევა, რაც უფრო მოცულობითია საგანწყობო ერის მიმართ სოციალური განწყობის მოცულობა, მით უფრო დიდია ალბათობა იმისა, რომ არჩეული იქნება მასთან ასოცირებული საგანი. მონაცემები სტატისტიკურად სანდოა $p=0,05$ დონეზე ($n=240$, $df=16$, $X^2=27,04$).

3. განწყობის სირთულის პარამეტრი და საკუთრი მოხმარებისთვის გაკეთებული პრეფერენციის ტენდენციები. შედარებითი ანალიზი წარმოდგენილია ცხრილის #3-ის სახით. მოცემულ შემთხვევაშიც მთლიანი შერჩევა სამ კატეგორიად არის დიფერენცირებული: რთული სტრუქტურის მქონედ, საშუალო სირთული სტრუქტურის და მარტივი სტრუქტურის მქონე განწყობებად.

	რთული	საშუალო სირთულის	მარტივი
გერმანული	78 %	76%	41%

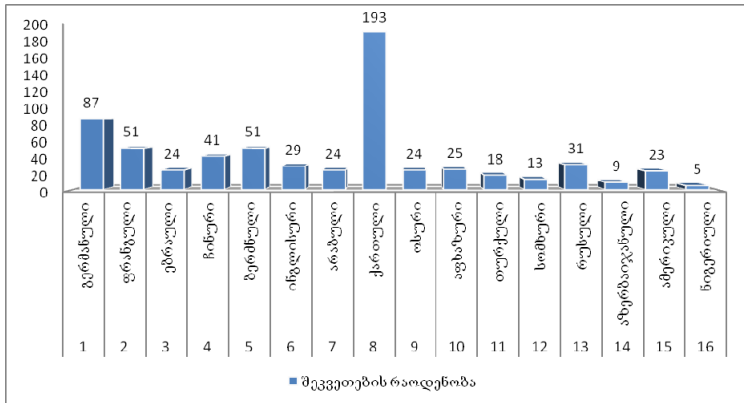
ფრანგული	75%	59%	14%
ებრაული	62%	61%	15%
ჩინური	69%	75%	5%
ბერძნული	57%	28%	1%
ინგლისური	74%	36%	17%
არაბული	11%	7%	0%
ქართული	74%	51%	33%
ოსური	92%	89%	41%
აფხაზური	92%	19%	17%
თურქული	80%	77%	18%
სომხური	87%	69%	38%
რუსული	48%	1%	0%
აზერბაიჯანული	0%	0%	100%
ამერიკული	78 %	76%	41%
ნიგერიული	75%	59%	14%

ცხრილი #3. განწყობის სირთულის ნიშნის მიხედვით დიფერენცირებულ კატეგორიებში ნაციონალური კერძებისადმი მინიჭებული უპირატესობების სიხშირის %-ლი მაჩვენებლები.

სირთულის პარამეტრის მიხედვითაც სურათი პრაქტიკულად იგივე დარჩა. უპირატესობა მინიჭებული აღმოჩნდა ის ნაციონალური კერძი, რომლის ეთნიკური ჯგუფის მიმართ განწყობაც ხასიათდებოდა სირთულის პარამეტრით. რაც უფრო რთულია განწყობა, მით უფრო მაღალია მასთან ასოცირებული საგნის არჩევანის ალბათობა. განსხვავება სანდოა $p=0,05$ დონეზე ($n=240$, $df=16$, $X^2= 26,90$).

4. კერძების არჩევანის პროცენტული გადანაწილება. დიაგრამა #1-ში ასახულია მთლიანი შერჩევის პროფერენციათა ჯამური მაჩვენებლები. დიაგრამიდან ნათლად ჩანს, რომ ც.პ.-ები ყველაზე ხშირად ქართულ სამზარეულოს ირ-

ჩვენ (193), შემდეგ გერმანულს (87), ფრანგულსა და ბერძნულს (51-51), ჩინურს (41) და რუსულს (31).



დიაგრამა #1.

პრეფერენციების ჯამური მაჩვენებლების შედარება

შეჯამება განზოგადებული დასკვნებისთვის. ცხრილი #4-ში განზოგადებულია კვლევის შედეგად მიღებული აუტო და ჰეტერო განწყობების მახასიათებლები თექვსმეტივე საკვლევი ერის მიმართ. ცხრილის პირველ სვეტში ჩამოთვლილია ნაციონალური (ეთნიკური) სამხარეულო, შემდეგ სამ სვეტში კი, ეთნიკური განწყობების დიაგნოსტიკებული მახასიათებლები. ცხრილის ფერადი შრიფტით გამოყოფილია პრეფერენცია მინიჭებული ნაციონალური კერძები და ეთნოგანწყობის მახასიათებლები.

	ვალენტური ნიშანი	მოცულობის სიდიდე	სირთულის მაჩვენებელი
გერმანული	პოზიტიური	საშუალო	რთული
ფრანგული	პოზიტიური	საშუალო	რთული
ებრაული	პოზიტიური	საშუალო	მარტივი
ჩინური	პოზიტიური	საშუალო	მარტივი
ბერძნული	პოზიტიური	საშუალო	რთული

ინგლისური	პოზიტიური	საშუალო	მარტივი
არაბული	პოზიტიური	საშუალო	მარტივი
ქართული	პოზიტიური	საშუალო	რთული
ოსური	ნეგატიური	მცირე	მარტივი
აფხაზური	პოზიტიური	მცირე	მარტივი
თურქული	ნეგატიური	მცირე	მარტივი
სომხური	პოზიტიური	საშუალო	მარტივი
რუსული	პოზიტიური	საშუალო	საშუალო
აზერბაიჯანული	პოზიტიური	საშუალო	მარტივი
ამერიკული	პოზიტიური	დიდი	მარტივი
ნიგერიული	ნეგატიური	მცირე	მარტივი

ცხრილი #4 აუტო და ჰეტერო განწყობების სისტემა და მათი მახასიათებლები.

ცხრილიდან ცხადად ჩანს, რომ:

- ☞ ყველაზე ხშირი არჩევანი იმ ნაციონალურ სამზარეულოზე მოდის, რომელი ეთნიკური ჯგუფის მიმართ განწყობაც ხასიათდება პოზიტიური ვალენტური ნიშნით, საშუალო მოცულობით და ელემენტთა სირთულით;
- ☞ ეთნიკური განწყობის მახასიათებელთა ტრიადიდან, როგორც ჩანს, ცნობიერ არჩევანზე ყველაზე დიდი გავლენის მქონეა განწყობის სირთულის მახასიათებელი. ხოლო სირთულის გრადაციებიდან – ყველაზე რთული.

სოციალურ განწყობებსა და ქცევას შორის მიმართების საკითხის შესახებ გარკვეული დასკვნები არსებობს. მაგალითად, ივარაუდება, რომ რაც უფრო სრულყოფილი, მყარია სოციალური განწყობის სტრუქტურა, მით უფრო ადვილად გადავა იგი ქცევაში. განწყობის სტრუქტურის სიმყარეს განაპირობებს სისტემებისთვის დამახასიათებელი ორგანიზაციის ზოგადი პრინციპები: 1) სტაბილურობის მიღწევა, ანუ სისტემის შენარჩუნება გარკვეულ საზღვრებში და 2)

სისტემის ორგანიზაციის გართულება, რაც გამოიხატება სისტემის ელემენტთა დიფერენციაციასა და გამრავლებაში. ეს ორი პრინციპი ერმანეთისგან დამოუკიდებლად მომქმედი არ არის. ცნობილია, რომ სტაბილურობა არ ნიშნავს სისტემის უმოქმედობას, უძრაობას, არამედ ნიშნავს იმას, რომ, მიუხედავად სისტემის მიერ გარკვეული სამუშაოს შესრულებისა, მისი მომქმედი ნაწილები თავისი დადგენილი რანგიდან არ გამოდიან. პირიქით, შესრულებული მუშაობა ართულებს სისტემის ორგანიზაციას, რაც გამოიხატება ნაწილთა დიფერენციაციაში. გართულებული სისტემა სულ უფრო უკეთ ართმევს თავს წამოჭრილ პრობლემებს და წინააღმდეგობებთან აკომოდაცია სისტემის რღვევის გარეშე მიმდინარეობს. ამრიგად, დიდი სირთულის სისტემები უფრო გამძლენი არიან რადიკალური ცვლილებების მიმართ, ვიდრე მარტივი სისტემები. სისტემის ცვლილება მზარდი ჰარმონიზაციისკენ არის მიმართული. იმისაკენ, რომ მიღწეული იყოს სისტემის უფრო კონსტინენტური სტრუქტურა და შესაბამისად – მისი უფრო მაღალ დონეზე ფუნქციონირება (ბალიაშვილი მ., 1980; ბურდული ნ., 2003; Андреева Г. М., 1998).

აღნიშნულიდან გამომდინარეობს, რომ ყოველი სოციალური განწყობა მეტ-ნაკლებად სტაბილურია (სტაბილურობის თვისება აღნიშნულია სოციალური განწყობის განსაზღვრებაშიც) (Аронсон Э., 2002; Андреева Г. М., 1998; Тейлор Ш., 2004). ეს თვისება მის სტრუქტურულ თავისებურებაზე და აგრეთვე შინაარსეულ ნიშან-თვისებებზე არის დამოკიდებული. ასე, მაგალითად, „მე“-კონცეფციასთან დაკავშირებული განწყობები უფრო სტაბილურია, ვიდრე სოციალური განწყობები შედარებით პერიფერიული მოვლენების მიმართ.

ნაციონალური განწყობები „მე“-კონცეფციასთან დაკავშირებული ცენტრალურ განწყობებს მიეკუთვნება. ამიტომ მათი სიმყარე და მამასადამე შესატყვის ქცევაში მათი გამოვლენა, უკვე მათივე იმანენტური ბუნებაა. ამის კონკრე-

ტულ გამოსატყულებად უნდა მივიჩნიოთ ჩვენს კვლევაში აუტო და ჰეტერო განწყობების ვალენტური ნიშნით ბმა, საკეუბად ნაციონალური კერძებისთვის პრიორიტეტების მინიჭება. ის, რომ ც.პ.-ები ირჩევენ მათთვის მოსაწონი ერის ნაციონალურ კერძს და უარს ამბობენ მათთვის უარყოფითად შეფასებულ ერებისა და ეთნოსების ნაციონალური კერძების დაგემოვნებაზე, ცენტრალური განწყობის სიმყარისა და სტაბილურობის თვისებით ადვილად ახსნადია. მაგრამ კვლევაში ისიც აჩვენა, რომ განწყობის მხოლოდ შინაარსი (პერიფერიულობა-ცენტრალურობა) არ არის საკმარისი პირობა სოციალურ განწყობასა და განხორციელებულ ქცევას შორის შესატყვისობისთვის. განსაკუთრებით ისეთ ქცევებში, რომლებიც თავისი დანიშნულებით უტილიტარულნი არიან. ემსახურებიან მხოლოდ საკუთარ, ბიოლოგიურად განპირობებულ საჭიროებებს. ამ შემთხვევაში, როგორც ჩანს, გადამწყვეტი მნიშვნელობა აქვს სოციალური განწყობის სირთულეს, მისი კომპონენტების დიფერენცირებულობის ხარისხსა და სიმრავლეს. სავარაუდოდ ამით უნდა აიხსნას ჩვენს კვლევაში მიღებული შედეგი, – ჩინელებისა და რუსების ჰეტეროგანწყობების სტრუქტურის სირთულის პარამეტრის კლების პარალელურად, ცდისპირების მიერ საკეუბად შერჩეულ მენიუში ჩინური და რუსული პროდუქტის კლება (ჩინელებთან მიმართებაში სტრუქტურა მარტივია, რუსებთან – საშუალო სირთულის). სავარაუდოდ, ცენტრალურ პიროვნული ორიენტაციის გამომხატველ სოციალურ განწყობებსა და უტილიტარულ, პრაქტიკულ ქცევებს შორის თანხვედრას მაშინ აქვს ადგილი, როცა მე-კონცეფციის განმსაზღვრელი განწყობების სტრუქტურა საკმარისად დიფერენცირებული და პერცეპტულად მაძღარია.

ყოველივე ზემოთქმულის შეჯამების საფუძველზე შეიძლება დავასკვნათ, რომ გასტრონიმიული ქცევის ორგანიზაციაში მონაწილეობს ცენტრალური განწყობებიც (ჩვენს შემ-

თხვევაში, აუტო და ჰეტერო განწყობების სისტემები). ამიტომ ადამიანთან ის, მხოლოდ უტილატური მნიშვნელობის არ არის და წარმოადგენს იბლიციტური განწყობებისა და პიროვნების ექსპლიკაციის ფორმას. როგორც აღმოჩნდა, საკვებად რას მიანიჭებს ადამიანი უპირატესობას, ამაში კულტურათშორისი გამოცდილებებიც მნიშვნელოვან როლს ასრულებს. შესაბამისად, მივიჩნევთ, რომ კვლევას პრაქტიკული ღირებულება ტურისტული, კვებითი ობიექტების ბიზნესისა და ფიზიკური ჯანმრთელობის (დიეტოლოგიისა და კვების მართვის) სფეროს მარკეტინგსა და მენეჯმენტში ექნება.

ლიტერატურა:

1. ბალიაშვილი მ., (1980) სოციალური განწყობის ჩამოყალიბება და პიროვნების აქტივობა, თბილისი, „მეცნიერება“, 1980.
2. ბურდული ნ., სოციალური განწყობის თავისებურებები ერებს შორის ურთიერთობებში. საქართველოს მეცნიერებათა აკადემიის მაცნე, #1, თბილისი, 2003.
3. ნადირაშვილი შ., (2008) განწყობის ორი სახე და სამი დონე, უერთნალი „საქართველოს ფსიქოლოგიის მაცნე“, #1, თბილისი, 2008.
4. ნადირაშვილი შ., (2007) განწყობა – სამკომპონენტური და სამ ფაქტორიანი ფენომენი. დ. უზნაძის ინსტიტუტის შრომები, ტ. XX, თბილისი, 2007.
5. ნადირაშვილი შ., (2014) განწყობის ანტროპული თეორია, თბილისი, „დიონისე“, 2014.
6. ნადირაშვილი შ., გრიგოლავა ა. და სხვ. (2001), „სოციალური განწყობის მახასიათებლები“. კრებული – თანამედროვე ფსიქოლოგიის აქტუალური საკითხები, თბ., 2001. გვ. 128-129.
7. კონფლიქტური სიტუაციები პოლიეთნიკურ საზოგადოებებში (1990), მელიქიშვილი მ., (რედ), მშვიდობის, დემოკრა-

- ტისა და განვითარების კავკასიური ინსტიტუტი, თბ., 1990.
8. ცხვედაძე ნ., (2005), ბაზის ეტალონის ბუნების მქონე სოციალური განწყობის განმაწყობელი ზემოქმედების თავისებურებები სოციალური კოგნიციების შეფასებაში. საქ. მეცნიერებათა აკადემიის დ. უზნაძის სახ. ფსიქოლოგიის ინსტიტუტის ჟურნალი „მაცნე“, #2, 2005.
 9. ცხვედაძე ნ., (2013) „ეთნოურთიერთობების ანტროპულ – თეორიული მოდელი“, ფსიქოლოგიის მაცნე (საიუბილეო გამოცემა), განათლებისა და მეცნიერების სამინისტრო, თბილისი, 2013, გვ.187.
 10. Аронсон Э., Уилсон Т., Эйкерт Р. (2002) Психологические законы. Поведение человека в социуме. Санкт-петербург. Москва. 2002
 11. Андреева Г.М., Богомолова Н.Н., Петрвская Л.А., Современная социальная психология на западе, (теоретические направления) Москва, 1998.
 12. Мацумото Д., (2003) Психология и Культура, Санкт-Петербург, Питер, 2003.
 13. Катунин А.В., Концепция когнитивного бессознательного и ее критика Дж. Сёрлом // Идеи и идеалы. 2019. Т. 11, №1, ч. 1. С. 129-144. DOI: 10.17212/2075-0862-2019-11.1.1-129-144.
 14. Кочетков В. В., Психология межкультурных различий. М.: ПЕР СЭ, 2001, 416 стр.
 15. Налчаджян А. А. (2000), Этнопсихологическая самозащита и агрессия. Учебное пособие для вузов. Ереван, Изд-во «Огебан», 2000, 408 стр.
 16. Почебут Л. Г., Кросс-культурная и этническая психология: Учебное пособие. СПб.: Питер, 2012. 336 стр.
 17. Психология, Словарь, Мос., Издательство политической литературы 1999, 467 стр.
 18. Тейлор Ш., Пипло, Л., Сирс Д. Социальная психология. 10-е изд. СПб.: Питер, 2004, 767 стр.
 19. Тернер ДЖ. Структура современной социологической теории. Москва, 1995.

20. Токарева Г.В., Дорфман Л.Я., *ИмPLICITные процессы их исследование в западной психологии*, Вестник ЮУрГУ. Серия «Психология», 2014, том 7, №1, 17-27.
21. Яньшин П.В. Измерения бессознательного [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://samara.mgpu.ru/files/svedenija/pedsostav/010.pdf> (дата обращения 5.10.2021).
22. Яньшин П.В., Варламова Е.И. Тест имPLICITных ассоциаций (ИАТ): объективный метод косвенного измерения аттитудов и социальных стереотипов // Системная психология и социология. 2013. №7. С. 106-115.
23. Greenwald A.G., Banaji M.R. Implicit social cognition: Attitudes, self-esteem, and stereotypes. *Journal of Personality and Social Psychology*. 1995. №102. P. 4-27).
24. Hofstede G., McCrae R.R. Personality and Culture Revisited: Linking Traits and Dimensions of Culture // *Cross-Cultural Research*. 2004. Vol. 38. No. 1, February. P. 52-88
25. Jan E. Stets , and Jonathan H. Turner, *Handbook of the Sociology of Emotions* Springer 2006, p. 657.

Nanuli (Nana) Tskhvedadze

Science Candidate of Psychology, Assoc. Professor, Sokhumi State University. Senior Researcher, Mood Research and Correction Center, Tbilisi Medical State University, Georgia

Khatuna Amaghlobeli

Science Candidate of Philosophy, Professor, Sokhumi State University, Georgia

Influence of Auto and Hetero attitudes on the organization of eating behavior

Summary

The paper is dedicated to the study of the effects of traces of past and present intercultural experiences on everyday culture. Gastronomic behavior is selected as a sample of everyday culture,

as an effect of traces of intercultural experiences – a system of auto and hetero attitudes. The paper is empirical. The research was conducted out in Tbilisi and Samegrelo region. The research hypothesis is based on the theoretical assumption of the cognitive unconscious about the determination of conscious choice and behavior by implicit attitudes. The results are consistent with such an assumption. It turned out that a person prefers a dish to food that belongs to the ethnos culture, which he positively evaluates. An interesting result is obtained on the force of influence of structural characteristics (valence, complexity) on the organization of eating behavior: valence sign of mood over food choice was found out due to the differentiation of mood structure or by the multiplicity of its components.

Нанули (Нана) Цхведадзе

*кандидат психологических наук, ассоциированный профессор,
Сухумский государственный университет.
Старший научный сотрудник центра исследования и
коррекции установки Тбилисского государственного
медицинского университета, Грузия*

Хатуна Амаглобели

*кандидат философских наук, профессор, Сухумский
государственный университет.*

**Влияние ауто и гетеро установки на
организацию пищевого поведения
Резюме**

Работа посвящена культуре бытия прошлого и настоящего, изучению влияния следов культурного опыта времени. Гастрономическое, межкультурное поведение выбирается в качестве образца культуры, как следствие следов опыта – система ауто и гетеро настроений. Эта работа носит эмпирический характер. Исследование проводилось в Тбилиси и Самегрело. Исследовательская гипотеза, основана на когнитивном бессознательном,

теоретическое признание с неявными чувствами сознательного выбора и поведения об определении.

В результате исследования оказалось, что человек предпочитает есть блюдо, которое ему подают люди, принадлежащие к культуре положительно оцениваемой этнической принадлежности. Получен интересный результат по организации пищевого этносоциального поведения, а также влияние структурных характеристик настроений (валентность, сложность). О силе: валентный признак настроения в выборе продуктов питания имеет больше силы, чем дифференциация структуры настроения или его компонентов.

Рита Маргания

научный сотрудник Института Кавказоведения Тбилисского
Государственного университета, Грузия

АБХАЗСКОЕ ДОЛГОЛЕТИЕ И ТРАДИЦИОННАЯ ЕДА

Исследование феномена долгожительства, интересующее ученых различных наук – этнографии, антропологии, медицины и др., имеет несколько направлений. Одним из них является образ жизни, представляющий собой главным образом совокупность действий людей, исходящих как из своих собственных потребностей, так и из потребностей окружающей среды. В свою очередь, эти потребности санкционируются социально – экономическими факторами и комплексом этнических традиций, обычаев и обрядов. Под понятием «образа жизни» подразумевается прежде всего семейные и общественные отношения, трудовая деятельность, питание, сон, поведение в стрессовых ситуациях и т.д.

Общепризнано, что одним из уникальных уголков долголетия является Абхазия. Этому, как считают ученые, способствуют несколько факторов: редкое сочетание благоприятных природно-климатических условий, своеобразный образ жизни абхазов и их давно сложившийся устойчивый быт. Первые шаги в области научного изучения абхазского долгожительства связаны с именем С. П. Басария, видного представителя абхазской творческой интеллигенции. Еще в конце двадцатых годов С. П. Басария первым начал изучать феномен абхазского долгожительства. Этой проблеме он посвятил свою работу – «Редкие случаи долголетия в Абхазии». В процессе своей полевой работы С. П. Басария руководствовался определенным, составленным им же вопросником, который сводился в основном, к следующему: откуда опрашиваемый ведет свой род; кто его родичи и как долго они жили; где жил и чем занимался опрашиваемый, как и чем питался, каковы его привычки, характер, когда и какие перенес болезни, время его вступления в брак, сексуальная жизнь; отношение к спиртным напиткам; физические особенности и др.

Общие выводы по собранным материалам автор сформулировал так: «а) все старики жили на возвышенных, в климатическом отношении благоприятных местностях; б) почти все они долго пастушествовали, проводя время на альпийских лугах, питаясь в изобилии молочными продуктами; в) все они отличались исключительными особенностями: в большинстве веселым характером, с безразличным отношением к явлениям их жизненного пути, люди не умственного труда, хозяйственная деятельность которых была весьма примитивная и т.д. и наконец, долголетие многих можно было бы объяснить рядом указанных физиологических и физических особенностей».

В 1937-1938 годах по инициативе основателя общесоюзного Института геронтологии, президента АН УССР, академика А. А. Богомольца в Абхазии работала специальная геронтологическая экспедиция, обследовавшая 50 человек в возрасте 90 лет и старше. Общие выводы по собранным материалам: «...долголетие этих замечательных людей объясняется превосходным климатом Абхазии и своеобразным режимом питания. Физкультура, которой вынуждены заниматься жители Абхазии из-за гористости местности, воздействие ультрафиолетовых лучей и воздух, совершенно лишенный пыльных частиц, оказывает благотворное влияние на организм. Купание в горных реках, независимо от времени года, радиоактивные свойства воды также вероятно оказывают прекрасное действие на организм человека. Излюбленные блюда абхазцев – это пряности из перца, чеснока и т.п. Из рода в род обычаи передают своеобразное меню и рецепты питания. Не случайно, очевидно, англичане лечат склероз сердца перцем, а немцы вялость организма – чесноком.

Как отмечает академик Л. С. Штерн – наибольший процент людей, достигших возраста 100 лет, встречается среди жителей горной местности.

И. Е. Шафирова: подчеркивает, что «...секрет долголетия прежде всего нужно искать в условиях жизни наших стариков, что долголетие прежде всего зависит от образа жизни человека». В книге освещались такие темы, как природные особенности, определение возраста, условия жизни, семейная жизнь, труд и

долголетие, их питание, вредные и благоприятные факторы долголетия, отдых и творческая деятельность стариков и др.

Интересные и важные в научном отношении результаты были обсуждены на двух советско-американских симпозиумах, состоявшихся в Москве, в Тбилиси и Сухуми в 1980 году, а также в Нью-Йорке в 1982 году; были обобщены и подытожены в ряде публикаций. Так в 1982 году в издательстве «Наука» вышла книга «Феномен долгожительства. Антрополого-этнографический аспект исследований». Сборник представляет собой первый итог совместной работы советских и американских этнографов, антропологов и медиков по указанной теме. Около девяноста процентов материалов книги посвящены долгожительству Абхазии, антропологический и биолого-медицинской характеристике абхазов, их образа жизни, особенности питания и др. Причем три статьи были написаны абхазскими учеными: «Мотивы долгожительства в абхазском фольклоре» (Ш. Д. Инал-ипа), «Из биографии двух абхазских долгожителей» (В. Л. Бигвава) и «Традиционное питание абхазов» (Г. Г. Копешавидзе). Почти одновременно увидел свет и английский вариант этого сборника в США.

Многих ученых интересуют вопросы долгожительства. Существует многие работы различных авторов по теме долгожительства. Перечислим еще некоторые из них:

Монография «Абхазское долгожительство», подготовленное в 1984г. опирается на обобщенные результаты комплексных экспедиций по изучению абхазского долгожительства. Книга открывается сравнительно большим введением (В. И. Козлов), а затем идут материалы о природно-экологических условиях (Т. В. Егорова, В. И. Козлов), этно-популяционной истории абхазов (Ш. Д. Инал-ипа, А. А. Воронов), общей, демографической ситуации и динамике долгожительства в Абхазии (В. А. Большаков, О. Д. Комарова), медицинской демографии (Ш. Д. Гогохиа). Этнографическая часть представлена темами: семейно-родовая система и брачные круги абхазов (Ю. Г. Аргун, А. А. Воронов, А. П. Павленко), возрастные группы абхазов и их социальная роль (И. И. Крупник, А. П. Павленко), жилищно-бытовые условия (А. П. Павленко), хозяйственно-трудовая деятельность (В. П. Кобычев, В. Л. Бигвава),

традиционные особенности питания (Г. Г. Копешавидзе) и положение абхазских стариков в семье и обществе (Я. С. Смирнов).

Следует отметить и книгу американского автора-журналиста и ученого Пола Гарб «Детство долгожителей» (1985 г.).

Абхазскому долголетию способствуют несколько факторов: редкое сочетание благоприятных природно-климатических условий, своеобразный образ жизни абхазов и их давно сложившийся устойчивый быт, традиционная кухня. Среди многообразия разрабатываемых проблем долгожительства одной из наиболее важных является питание. Для обеспечения долголетия человека большое значение имеет не только его образ жизни и труд, но и правильное питание, его рацион и режим приема пищи.

Антропологи и психологи, занимающиеся изучением еды, считают, что еда играет важную роль не только в жизни людей, но и во взаимопонимании людей, принадлежащих к разным культурам. Все в нашей жизни начинается с эмоций. Еда в этом смысле не исключение. Сходство или различие кухни или некоторых ее ингредиентов вызывает интерес друг к другу; возникают вопросы, что нас связывает друг с другом и в чем наше различие. Кухня – это не просто еда, это система коллективных представлений о тех пищевых предпочтениях, которые представляют собой репрезентативное содержание культур народов различных регионов. Традиционная система питания есть часть культуры жизнеобеспечения этноса.

Традиционная кухня абхазов, до наших дней сохранившая самобытные черты, складывалась в процессе многовековой истории народа. Она свидетельствует об устоявшихся вкусах, привычках, порядке употребления самой пищи и т. д., и отражает внутреннюю сторону повседневного быта ее создателей. Чтобы яснее представить основу питания абхазов, необходимо знать, роль экологической среды в формировании пищи, специфику местного хозяйства, характер пищи, ассортимент потребляемых продуктов, способы приготовления тех или блюд, пищевые продукты и многое другое. Хозяйство абхазов, издавна составляли и составляют основу их питания.

Следует отметить, что при большом разнообразии пищевых продуктов питание абхазов несколько ограничено по ассортиментной структуре. В нем насчитывается всего 40-50 наименований, однако оно достаточно разнообразно, так как включает Продукты богатые белками, яйца, мясо, рыбопродукты, жиры, молочные продукты, овощи, фрукты и пр.

Вся пища у абхазов обозначается двумя названиями: мучная пища – агэху (агуху) дословно означющее «доля сердца», а все что с ней употребляется – «ацыфа». К национальным особенностям абхазов следует отнести высокое потребление растительных продуктов, в которых содержатся различные витамины и минеральные вещества (кукуруза, фасоль, грецкие орехи, тыква и пр.). На эту особенность питания абхазов обратил внимание известный кавказовед Е. М. Шиллинг еще в 20-х годах XX в. Он указывал, что «пища абхазов сравнительно с пищей северокавказских народов носит несколько иной характер. Там больше мяса, а также изобилует масло и другие продукты, здесь (у абхазов) преобладают фрукты, ягоды, орехи, вино и молочные продукты. А кушанья уснащенные перцем, отличаются необыкновенной остротой».

Почти два столетия, как основной хлебной пищей населения Абхазии постепенно сделалась так называемая мамалыга из кукурузной муки – абыс□а (абыста).

Кукурузная мука, как известно, отличается высоким содержанием сахара, крахмала и витамина В1. Мамалыга (абыста) приготовленная из кукурузной муки является питательным продуктом, кроме того, оказывает положительное действие на перистальтику кишечника.

Едят мамалыгу (абыста) с чем-нибудь: мясом (говядина, курица..), фасолью, яйцами, сыром и др. молочными продуктами.

До появления кукурузы абхазы разводили из злаковых культур две разновидности проса: ашырз (ашырдж) и ахэыз (ахудз) или абыста.

Ашырдж мололи на мельнице и пекли или варили из ее муки каши и разные хлебные лепешки– (ахэажэ). Ахудз же варили подобно рису, и получаемая густая каша под именем

абыста являлась основной и очень сытной хлебной пищей с незапамятных времен до XIX века. Наряду с обычной мамалыгой из кукурузной муки готовятся и другие блюда; например, ашларкунта – негустая мамалыга, заправленная ореховым маслом;

Любимыми национальными мучными блюдами также являются: аилаць – мамалыга, немного подсолненная (обычную мамалыгу не солят), приготовленная не густо, с добавлением молодого свежего сыра (аилаць), слоенный пирог из кукурузной муки, смешанной с пшеничной (или только из пшеничной) приготовленный иногда на кислом молоке, начиненный сыром, смазываемый сверху желтком яйца (ачашә), чурек, испеченный из кукурузной муки с сыром (ачашәымгәл) или приготовленный без сыра (амгәл) – сыр с ним едят вприкуску, а так же варят плоские или грушевидные лепешки из пшеничной или кукурузной муки, начиненные сыром или без сыра (ахампал, ахәажә). Замечательной пищей абхазов является (ачамыкәа), она похожа на аилаць, только варится на молоке.

Одно из важных мест в питании абхазов занимают молоко и молочные продукты. Как известно, в них содержатся все необходимые организму вещества, а молочные белки и жиры относятся к числу легкоусвояемых. В основном абхазы делают сыры двух видов: свежий (ашәаза) и прессованный соленый (ашәха, ашәеилапа); также готовят сливки ахчат и ахача (подобие творожной массы). сулугуни, начиненного кисломолочным сыром и мятой и залитого острым соусом из кислого молока), ачаюр или ахата ршвы (бурдючный пастообразный сыр), ахчат (сливки), ахача (подобие творожистой массы) и др. Сыр, своего рода «бедково-жировой».

Чаще всего абхазы употребляют кислое (квашеное) молоко (ахырцәы) и кипяченое молоко (ахш). Кислое молоко готовят из коровьего, козьего и буйволиного молока. Кислое молоко часто употребляют с медом. Абхазы считают, что это полезно особенно для детей и для стариков. А также употребляют (особенно летом) напиток из кислого молока, разбавленного холодной водой (ахырцәзырз). Этот напиток прекрасно

утоляет жажду. Абхазы готовили и комбинированный молочный продукт, очень напоминающий сметану (ачафыр).

Абхазы кислое молоко часто используют и в народной медицине. Известно, что продукты кисломолочного брожения позволяют прежде всего восстановить микрофлору кишечника и стимулируют его работу. При заболеваниях легких давали больному кипяченое молоко и кислое козье молоко и т.д. Абхазская пословица гласит: «Хочешь долго жить, с кислым молоком дружи».

Другим широко употребляемым блюдом является фасоль (акэйд), раньше ее варили в специальных горшочках (акэцал), заправляли ее аджикой и зеленью. Едят ее с мамалыгой, соленьями или зеленым луком, кольраби, огурцами и т.д.

Однако самым любимым и с древности почитаемым видом еды остается мясо-молочная пища. Из всех видов мяса больше всего ценится козлятина, говядина и баранина; также употребляют в пищу мясо домашней птицы (кур, индеек, реж гусей и уток). Мясо употребляют в вареном, жареном и тушеном виде, а также мясо коптят. Употребляли абхазы и колбасные изделия (агубар).

К мясным блюдам часто подают аджику, ореховую подливу и различные соусы (из алычи, помидор, барбариса и т.д.).

Аджика для абхазов играет существенную роль. Ее приготовление не так уж и просто (перец, чеснок, приправы, немного соли и т.д.). Соль в питании абхазов занимала скромное место и ее недостаток компенсировался главным образом аджикой. Абхазы едят аджику с вареным и жареным мясом, с молочными и растительными блюдами, со свежими овощами, даже с дыней. Кроме того аджика является одним из компонентов соусов (подлив). Аджика служит прекрасным стимулятором секреции желудочного сока, повышает иммунитет.

Она пользуется такой популярностью, что шутя, ее называют «абхазским маслом».

В прошлом некоторую роль в питании играли и продукты собирательного промысла и охоты (мясо диких животных и дичи, дикорастущие травы, плоды диких растений и пр.). Однако эти продукты имели сугубо вспомогательное значение,

тогда как традиционные продукты, получаемые в личном хозяйстве абхазов составляли и составляют основу их питания.

Абхазы очень любят подавать на закуску блюда из переваренных и измельченных овощей:

Кольраби (ахул), белокачанная капуста, бобовые в стручках, прасу и др., смешанных с толченым орехом, аджикой и приправами (ачаџа, акаканчаџа). Из дикорастущих трав используемых в пищу можно назвать крапиву, щирцу, портулак, сассапариль, черемшу и др. Излюбленным кушаньем считали вареные каштаны, сдобренные аджикой и грецкими орехами (ахьячаџа) (плоды каштана содержат 6% белков, 16,7% сахара, 2,3% жира и 62% крахмала).

Грецкие орехи-незаменимый компонент многих растительных, мясных, мучных и даже молочных блюд. Калорийность их, как известно в 7 раз превышает питательную ценность говядины, она содержит 70% жира. Кроме того в ее состав семядолей ореха входят в среднем 17% белка, 16% углеводов и многие витамины.

Горячие жидкие блюда и бульоны, если не считать супа из фасоли или проса, в рацион питания не входят.

Абхазы не употребляют особо жирных блюд. Из животных жиров употребляют топленое и сливочное масло; из растительных – ореховое, реже применяется подсолнечное.

Особое место в рационе питания абхазов занимает мед. Его едят с кислым молоком, чуреком, пирогами, варениками и т.д. А также мед является одним из компонентов сладких мучных блюд. Из него готовят и традиционный напиток – ацхазџа, который широко использовался в народной медицине.

Из сладких блюд, любимых абхазами, можно назвать поджаренные лепешки с медом (адабрыжџа) и крутую кашу, сваренную на меду. Готовят ее так же, как и мамалыгу, только вместо воды кипятят мед, иногда разбавленный водой, кладут соль, засыпают кукурузной мукой и почти непрерывно месят лопаточкой над огнем в течение примерно четверти часа. Когда каша уже готова, ее раскладывают на столик толстым слоем и разрезают на квадратики. Получается своего рода хлеб на меду –

вкусное, питательное и очень сытное блюдо, которое особенно принято употреблять в затвердевшем холодном виде.

Из алкогольных напитков принимают красное и белое вино, которое прежде пили из особой деревянной чаши (а□а) и водку, которую не так давно научились перегонять не только из виноградных выжимок, но и из разных фруктов (яблок, груш, инжира, хурмы и др.), а также из ягод бузины, получая из нее хорошую крепкую водку, имеющую, как говорят в народе, целебные свойства. Однако наилучшей считается водка, приготовленная из вина и, особенно, меда, точнее, воскового отвара. Прохладительные напитки делались из виноградных и других фруктово-ягодных настоек (ажьырзы, ашымхазы, абаццэзы).

Напиток, приготовленный из меда и воска, называется по-абхазски «восковой водой». Воск, содержащий в себе мед, клали в глиняный кувшин, закрытый в погребе, и заливали до краев водою. По истечении месячного срока, в результате окончившего брожения, получали приятный хмельной и прохлаждающий шипучий напиток янтарного цвета. Абхазы на стол подают и овощи (аутратых) в свежем и соленом виде: огурцы, помидоры, лук, праса, разные сорта капусты и др., бахчевые (арбуз, дыня, тыква), а также фрукты (яблоки, груши, персики, сливы, инжир, виноград, орехи, гранаты, которые заменяли собою лимоны, и др.). Осенью, во время сбора урожая, кипятят свежее виноградное сусло, перемешанное с кукурузной мукой, получая вкусный питательный кисель (ақаламышь). Кроме того, в этот кисель погружают нанизанные на нитку зерна мелкого ореха (фундук) или крупного ореха, потом высушивают их и хранят как любимое лакомство (ацъанцъуха).

Повседневное меню абхазов меняется в зависимости от времени года. Весной и летом пища состоит преимущественно из растительных, молочных и мучных блюд, яиц, свежих овощей, дикорастущих трав, растений и плодов. В этот период в небольшом количестве употребляют мясо домашней птицы. Осенью и зимой преобладают мясо и мясные блюда, молочные продукты, особенно сыры, ореховы блюда, каштаны и др.

Характерной чертой абхазов является воздержанность и умеренность в еде, неумеренность в еде и выпивке порицались в

народе; прием пищи должен происходить в спокойной доброжелательной обстановке. Пищу есть нужно медленно, тщательно пережевывая. Чрезмерная активность и поспешная еда за столом считалось признаком невоспитанности.

Любое кушанье абхазы готовят только для разового употребления. Плотно и сытно едят утром, перед выходом на работу и вечером, когда вся семья в сборе. Чаще всего именно в это время подается горячая мамалыга и к ней закуски (сыр, фасоль, яйца, мясо, к мясу или к яйцам острый соус. К концу завтрака и ужина подают кислое молоко, часто с медом. Обед бывает обычно более легким (аиладжь, с кислым молоком, чурек с сыром и др. Между приемами пищи едят фрукты, ягоды, вареную или жареную кукурузу, тыкву, желе из виноградного сока (ақалмышь) и т.д. Возрастные особенности питания абхазов незначительны. В прошлом абхазы редко прибегали к искусственному вскармливанию детей. Обычно до года, иногда и более, ребенка кормили грудным молоком, после 7-8 месяцев начинали прикармливать. В крестьянской семье редко готовили специальную пищу для детей, если не считать молочной каши (апшвтрыкъ) из обжаренной кукурузной муки мелкого помола на коровьем молоке с водой. Детям после года давали мамалыгу с различными сырами, сливки, творожную массу, а также аиладж с кислым молоком и медом, кипяченое или кислое молоко с накрошенной мамалыгой, немного фасоли с соленьями, вареное мясо (говядину или курятину) с кислым соусом и т. д.

Обычно детям не давали пшенной каши, мамалыги из проса, буйволиного кислого молока, свежих огурцов и других кушаний, которые могли вызвать у них нарушение работы кишечника. Все эти блюда не рекомендовались есть и кормящей матери.

В пищевом рационе кормящей матери преобладали мясомолочные и мучные блюда, мед, фрукты, а также напитки из кислого молока и меда; совершенно исключались спиртные напитки. Существовали некоторые ограничения и в питании беременных женщин. Так, например, во время беременности нельзя было есть мед, печень, голову и ножки домашних животных и птиц, а также пить молоко. Кроме того, беременной женщине запрещалось после молочных продуктов есть рыбу,

мясо (в особенности баранину) с острым соусом, свежие огурцы, соленья и т. д. Специальной пищи ни для беременной женщины, ни для кормящей матери не готовили.

Пожилые люди, старики также ели и едят ту же пищу, что и другие члены семьи. Однако они предпочитают вареную пищу (в особенности мясо), ибо она легче пережевывается и переваривается желудком. В рацион питания старых людей входят свежие овощи, острые соусы и приправы, квашеное молоко, а также мед, грецкие орехи, виноград, свежие фрукты и т. д.

Правильное питание, безусловно, играет важную роль в возникновении феномена абхазского долгожительства. Традиционные национальные блюда и сегодня доминируют в абхазской кухне. И в наши дни соблюдается традиционный дневной и сезонный (годовой) режим питания, в основу которого входит хорошо сбалансированное соотношение мясных, молочных, овощных, растительных продуктов.

Литература:

1. Басария В. С., Избранные сочинения. Сухуми, 1967.
2. Бигвава В., Образ жизни абхазских долгожителей. Тбилиси, изд-во «Мецниереба», 1988.
3. Гарб П., Долгожители. Прогресс, 1986.
4. Григулевич Н. И., Абхазская модель питания: традиции и инновации. Москва, Изд. Институт этнологии и антропологии РАН, 2006.
5. Инал-ипа Ш. Д., Абхазы. Историко-этнографический очерк. Сухуми, Алашара, 1965.
6. Инал-ипа Ш. Д., Из истории изучения долгожительства в Абхазии, Сухуми. Алашара, 1960.
7. Копешавидзе Г. Г., Растительные компоненты в питании абхазов, Тб., Мецниереба, 1982.
8. Копешавидзе Г. Г., Абхазская кухня. Сухуми. Алашара, 1989.
9. Павленко А. П., Возрастные категории в абхазском обществе. Феномен долгожительства. Москва, Наука, 1987.
10. Пицхелаури Г. З., Долгожители. Тбилиси, 1976.
11. Сулаквелидзе Т. П., Грузинские блюда. Тбилиси, 1959.

რიტა მარღანია

*თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის კავკასიოლოგიის
ინსტიტუტის მეცნიერი თანამშრომელი, საქართველო*

აფხაზური დღეგრძელობა და ტრადიციული საკვები რეზიუმე

საყოველთაოდ ცნობილია, რომ აფხაზეთი ერთ-ერთი უნიკალური კუთხეა, რომელიც მცხოვრებლების დღეგრძელობით გამოირჩევა. მეცნიერების შეხედულებით, ამას ხელს უწყობს რამდენიმე ფაქტორი, კერძოდ, ხელსაყრელი ბუნებრივ-კლიმატური პირობები, აფხაზების თავისებური და დიდი ხნის წინ ჩამოყალიბებული ცხოვრების წესი და ა.შ. ნაშრომში დეტალურად არის აღწერილი ტრადიციული აფხაზური სამზარეულო, რომელმაც დღემდე შეინარჩუნა ის გამორჩეული თვისებები, რომლებიც ყალიბდებოდა აფხაზი ხალხის მრავალსაუკუნოვანი ისტორიის მანძილზე. ავტორი აღწერს საკვების გამძლე გემოს, მირთმევის წესებს და ასახავს მისი შემქმნელების ყოველდღიური ყოფის შინაგან მხარეს.

აფხაზების კვების საფუძვლის ნათლად წარმოსადგენად, აუცილებელია საკვების მომზადებისას ეკოლოგიური გარემოს, ადგილობრივი მეურნეობის სპეციფიკის, საკვების ხასიათის, გამოყენებული პროდუქტების ასორტიმენტის, ამა თუ იმ კერძის მომზადების მეთოდებისა და სხვა მრავალი საკითხის ცოდნა.

Rita Margania

*Researcher at the Institute of Caucasus Studies, Tbilisi State
University, Georgia*

**Abkhazian longevity and traditional food
Summary**

It is well known that Abkhazia is one of the unique part, which is distinguished by the longevity of its inhabitants. According to science, this is facilitated by several factors, in particular, the natural-climatic conditions, the peculiar and long-established stable lifestyle of the Abkhazians, and so on. The work describes the traditional Abkhazian cuisine in details, which has preserved until now and the distinctive features that were formed during the centuries-long history by the Abkhazian people. The author describes the duration taste of food, the rules of consumption and reflects the inner side of the daily life of its creators.

In order to clearly understand the basis of the food of the Abkhazians, it is necessary to know the ecological environment, the specifics of the local economy, the nature of the food, the range of products used, the methods of preparation of this or that dish and many other issues.

Оксана Фаис-Леутская

Кандидат исторических наук, Центр Европейских исследований
Института Этнологии и Антропологии РАН, старший научный
сотрудник, Россия

СИЦИЛИЯ: АЛИМЕНТАРНАЯ ТРАДИЦИОННОСТЬ И ВОПРОСЫ ИДЕНТИЧНОСТИ

Сицилия – одна из автономий Италии – едва ли не самая консервативная в культурном отношении область Европы, что обусловлено одновременно инсулярностью, историческими обстоятельствами, социальной средой, а также осознанной ригидностью населения, его традиционализмом, отторжением инноваций, сознательным поддержанием витальности древних канонов [1: 11]. Вследствие этого Сицилия – уникальный «заповедник архаики», в том числе и в алиментарной сфере.

Кухня региона относится к числу средиземноморских, радикально отличаясь от кухонь «континентальной» Италии. Она впитала элементы культур всех народов, населявших Сицилию на протяжении ее истории, и сформировалась под влиянием в первую очередь греческих и арабских (магрибских) традиций; свою роль сыграли и заимствования из североевропейской (норманны, швабы) и испанской систем питания. Кухня острова, «житницы Средиземноморья» и родины пасты в масштабах Италии (традицию изготовления *tria* – макарон принесли арабы), базируется на обилии овощей, фруктов, трав и растительных жирах; важную роль играют мясо, рыба, сыры, разнообразные хлеба и сладости. Традиционная кухня Сицилии, как «высокая», так и «низкая» (к XIX в. вторая поглотила первую), окончательно сформировалась в Средние века и с тех пор претерпела мало изменений [2].

В силу специфики самосознания даже в Италии, цитадели гастрономического патриотизма в масштабах Европы, сицилийцы – самые убежденные патриоты «собственной» региональной и более узколокальной – городской, деревенской – системы питания [3:38,178] и «своей» пищи (сиц. *prodotto nostrano*). Красноречивы разноплановые фактические доказательства неприятия внутренним рынком Сицилии алиментарных инокуль-

турных инноваций, и, наоборот, тяги к апробированным временем пищевым традициям. Так, регион занимает последнее место в Италии и одно из последних в Европе, например, по числу заведений фастфуда, в частности, McDonalds-a, и по индексу их посещаемости (в 6 раз меньше, чем в Испании и Британии, в 12 – чем во Франции, в 10 – чем в Швейцарии, в 24 – чем в США) [4; 5:190]; в городах области, единственной в Италии, и сегодня крайне мало иностранных ресторанов; прижились и пользуются спросом единичные «импортированные» напитки (исключение – Кока-кола, шампанское, в меньшей степени – виски) [6: 114 -123]; область замыкает список регионов Европы по импорту «чужой» готовой пищевой продукции [7: 487], а самый низкий в стране импорт алиментарного сырья (из Италии и стран ЕС) обеспечивает производство исключительно привычных продуктов [8; 9]. Отторгаются не только инокультурная алиментарная конкретика, но и технологические «заимствования»: очень малым спросом пользуются, например, замороженные и готовые блюда, полуфабрикаты – в 7 раз меньше, чем в других областях Италии, в 8 – чем в Великобритании, в 10 – чем в Германии и Франции [10: 14]. В сицилийском меню, как повседневном, так и праздничном, крайне мало пищевых «итальянизмов» [10; 11; 12]. Даже эти выборочные данные подтверждают существование в Сицилии режима жесткого *гастрономического патриотизма*.

Однако в последние годы, на гребне поиска и обретения сицилийцами идентичности, в контексте исторически крайне непростых взаимоотношений этой автономной области Италии с «метрополией», т.е. центральной властью и итальянским государством, это ревностное следование *prodotto nostrano* меняет характер, из «стихийного следования пищевой традиции» превращаясь в «результат осознанного выбора» [13: 11]. Оно признается сицилийцами элементом их консолидации, предельно радикализируется и становится *гастроационализмом*, т.е. одной из движущих сил формирования и поддержания коллективной национальной идентичности и курса сообщества на независимость [14: 432 – 455]. Свет на трансформацию отношения к собственной пище проливает высказывание одного из респондентов в ходе проводившихся нами в Сицилии

полевых кампаний: «Наша кухня – то единственное, что за нами признает Италия, вся наша история, самобытность, культура сводятся теперь к пище. Мы в резервации, и единственное наше право – стряпать как раньше, тогда за нами признают право считать себя теми, кем мы на деле являемся» [15: 293]. Эти слова тут же вызывают в памяти фразу каталонского политика Ф. Агульо, заявившего однажды: «Каталонцы – особая нация, потому что у них есть свой язык, свой свод законов и своя кухня» [16: 6].

Многолетние исследования традиционной кухни в Сицилии, и, в частности, анализ в парадигме антропологии ее современного переосмысления в духе *гастроционализма*, позволили нам прийти к ряду выводов, которые мы, с учетом объема настоящей статьи, тезисно изложим ниже.

Начнем издалека. В Сицилии консервации алиментарной традиции, среди прочего, способствует сохранение преимущественно ее «домашнего формата» и воспроизводство во внутрисемейных условиях, в том числе благодаря специфике социоэкономического уклада, бытованию во всех слоях социума традиционных канонов этики и норм поведения («приличные люди едят дома»), витальности культурной преемственности, сохранению роли семейного клана и значимости исторической памяти и устных каналов передачи традиции. Система общественного питания, распространенная в остальных областях Италии (таверна; траттория – небольшой ресторан с домашней кухней; *tavola calda* – закусочная; пиццерия и т.д.), исторически отсутствует в Сицилии. Еще недавно его представляли только «демократические» бары (сугубо питейные заведения), посещаемые «добропорядочной» публикой кондитерские (скорее магазины, нежели «точки» потребления), а в народной среде – *ростиччериу* (гриль-заведения), а, главное, – традиционная *cucina di strada*, или *уличная кухня*, своего рода местный *fast-food*. Речь идет о традиционной древней кухне под открытым небом, не утратившей социальной значимости, в которой готовят, продают и едят только мужчины (доступ женщинам закрыт), и которую отличает раз и навсегда установленное меню. Приведем несколько примеров входящих в него блюд: мясных – *stigghiola* (бараньи кишки на вертеле), *mussu*

(отварная говяжья обрезь), *quarumi* (жареные ливер и тибуха), *frittula* (зельц из шкварок), *pani ca meusa* (хлеб с селезенкой); вареные улитки; блюд из рыбы и морепродуктов – *puippu vugghiutu* (вареный осьминог), *saiddi a bbeccaficu* (рулеты из сардин), *surra* (тунец на гриле), *rizzi* (морские ежи); овощных блюд (тушеные бобы; стебли репейника и артишоки на гриле; вареная кукуруза); фруктов – *ficurinnia* (плоды опунции), *muluna rrussi* (ломти арбуза) [17: 132 -138; 18: 115 -134].

Рестораны, в отличие от прочих областей Италии, в Сицилии очень немногочисленны. Их появление относится к 70 – 80-м годам XX в., эпохе «итальянского экономического чуда», отмеченной ростом уровня благосостояния и консьюмеризма во всей стране, включая Сицилию [19: 240-250; 20: 120-121], т.е. к тому краткому периоду времени, когда область несколько «приоткрылась» навстречу всему, исходящему с «континента» (правда, чтобы вскоре вновь «замкнуться» на себе) [21: 124]. Отдав дань увлечения итальянской и интернациональной кухней, уже к концу XX в., в атмосфере переоценки локальных культурных ценностей, «возврата к себе» и в целом усиления регионалистских тенденций в регионе, сицилийские рестораны перешли на более востребованное, сугубо местное меню. Более того, начиная с этого же периода, в среде рестораторов рождается почин, не заглохнувший и сегодня, а именно – не только поддержание, но и реконструкция алиментарных традиций, восполнение утрат, включая потерянные рецепты, традиционные флейворы, кулинарные технологии, целые алиментарные комплексы (например, возрождение «высокой» кухни, поглощенной народной, «закрепившейся в статусе традиционной»), изучение этнографии питания, а рестораны превращаются в форпосты сохранения пищевой традиционности. Факт же их постепенной демократизации, способствует дополнительной пропаганде *prodotto nostrano*. Вполне осознанно сицилийские рестораторы, вопреки канонам поведения своих коллег во всем мире, «идут против течения» – они не стремятся внедрять новые вкусы, предлагать какие-либо революционные, радикальные инновации, но предпочитают взамен «оборачиваться назад», отыскивая «старое» в недрах традиции. Мы уже писали об инициаторах этих начинаний и акторах этих процессов, об их совместной с

исследователями научной деятельности, о конкретных примерах реконструкции (воссоздании средневековых *mpanatigghi* – пирожков с мясом, цукатами и шоколадом; древнего десерта *iris*; хлебного супа *panicottu*) и последующем «возвращении» реконструированной традиции назад в широкие слои населения Сицилии [22:62 -75].

Сегодня же рестораторы пошли дальше, взяв на вооружение следующие направления деятельности: 1) поиск инновации в недрах традиции; 2) сохранение традиционного флейвора. Первое предполагает создание новых оригинальных блюд, но либо на основе традиционного сырья, либо «путем попадания» в привычную гамму вкусов или экспериментов с традиционной рецептурой. Примеры? В числе инноваций можно упомянуть *капонату вирди* – разновидность древней *капонаты*, «баклажанной икры», в которой баклажаны отчасти заменяют яблоками; чатни из плодов опунции, очень популярных в Сицилии; гаспачо из кабачков; анчоусы с кумкватом – «парафраз» такого привычного блюда, как уже упомянутые *saiddi a bbeccaficu* [23: 182 -190].

Кухню Сицилии, по сравнению с системами питания других регионов Италии, всегда отличали специфические, более ярко выраженные запах, вкус и текстура пищи. Однако даже ее затронули процессы современной нивелировки этих алиментарных параметров, особенно сильно проявившейся в массовой «пищевой» культуре и связанных в том числе с отказом потребительской аудитории от сильных, острых, непривычных запаха и вкуса еды, зачастую отвергаемых в соответствии с изменившимися сегодня социо-физиологическими и гастрономическими стандартами чувствительности современных потребителей [24: 175-176; 25: 14-15]. Именно поэтому рестораторы и анонсировали борьбу за сохранение традиционного флейвора, что предполагает готовку по древним канонам: с сохранением типической кисло-сладкой гаммы; с традиционным обилием лука и уменьшением доли чеснока; с не менее традиционным «крупным форматом» нарезания сырья и сохранением «грубоватой», ощутимой текстуры исходных компонентов блюда без его гомогенизации; с характерными технологическими приемами обработки сырья, обеспечивающими интен-

сивный запах блюда – например, быстрой прожаркой на сильном огне или обжаркой вначале «вторичных ингредиентов» (приправ, трав, чеснока) до появления на сковороде «основного» компонента [26: 19; 27: 13-21].

Наряду с ресторанами, за сохранение, продвижение и популяризацию в социуме только *prodotta nostrano*, в рамках культурного возрождения Сицилии и защиты ею своей «самости», ратует и локальная администрация. Так, в связи с подъемом массового туризма в Сицилию – феномена достаточно позднего, родившегося лишь в последние два десятилетия и продолжающегося формироваться, – очевидным является развитие пищевых инфраструктур, преимущественно формата закусочных и уличных точек быстрого питания. Учитывая, что едва ли не $\frac{1}{2}$ всех приезжающих составляют *внутренние* туристы, т.е. выходцы из Италии, патриоты итальянской кухни, логично было бы предположить, что их спрос на такие блюда «made in Italy», как пицца, спагетти, *паннини* (горячие бутерброды), будет удовлетворен. Однако правительство области не пошло на компромиссы, невзирая на коммерческую спорность такого решения. И хотя туристический бизнес в Сицилии оставляет желать лучшего, и курс на гастрономический туризм пока не взят (исключение составляет элитный энотуризм), первые же указы властей в сфере законодательства туризма, что показательно, оговорили предложение гостям исключительно *prodotta nostrano* и «недопущение» на этот рынок «чужой еды» – пищевых товаров и продуктов питания «инокультурного» или «чужеродного происхождения» (пиццы, гамбургеров, неместных видов сладостей, выпечки, блюд, «заедок» и т.д.), даже если они изготовлены «на месте», причем закон предусматривает суровые штрафные санкции в отношении нарушителей; исключение сделано лишь в отношении напитков, поэтому туристы запивают местную пищу кока-колой, фантой, спрайтом и т.д. [28: 49; 29: 15].

Еще одним свидетельством сохранения традиции потребления *prodotta nostrano* в регионе, население которого позиционирует себя как «самостоятельная нация» или, по крайней мере, как «особая этническая общность», отличающаяся спецификой «истории, культуры, языка» [21: 19], является присущая Сици-

лии тенденция «делать чужое своим». Поясним: какими бы ни были чаяния сицилийцев, а также отношения региона с «центром», область остается частью Италии и включена в систему ее экономики, а, следовательно, и в систему рынка ЕС, что обязывает ее в большей или меньшей степени импортировать те или иные итальянские и приходящие из других европейских регионов пищевые товары; при этом Сицилия занимает последнее место в Италии по потреблению «пришлой» продукции [8: 488].

Любопытна судьба этих заимствований: полностью отторгаемые или плохо принимаемые на стадии внедрения в локальный социум, они признаются им после их «аккультурации». Это подтверждает пример *панеттоне* – рождественского кулича родом из Ломбардии. В 70-е годы XX в. его «десантировали» в Сицилию, но даже лучшие его бренды («Motta», «Bauli», «Le TreMagie») пользовались малым спросом у жителей [19: 231], невзирая на общеизвестную страсть сицилийцев к сладостям. Но уже в конце XX в. на рынке острова появились «собственные» *панеттоне*, в том числе и очень дорогие «авторские», самые известные из которых – куличи от Н.Фиасконаро. Этот пекарь сразу избрал путь модификации пищевого «заимствования» и адаптации его к местным вкусам. Опираясь на кондитерскую традицию арабов и Средневековья (на них зиждется весь «сладкий» сектор местной кулинарии), он, с учетом местных предпочтений, «скорректировал» состав теста, добавив в него фисташки, миндаль, орехи, цукаты, цедру, кофе, ликеры, ром, шафран, ваниль, шоколад, крем, и «усилил» его сладость. В результате на свет появился сицилийский *панеттоне* как бренд, имеющий мало общего со своим ломбардским «предком» [30:69].

Не менее интересен пример *граппы*, алкогольного виноградного напитка крепостью от 36% до 55%, «родом» из Венеции, исторически производимого в областях Центра и Севера Италии, «питейного символа» этих регионов. Граппа, импорт которой в Сицилию стартовал в конце XX в., не снискала популярности в силу исторического отсутствия в регионе традиций употребления крепкого алкоголя. Тем не менее в начале XXI в. сама Сицилия начала выпускать граппу,

причем качественную: многие из 20 сицилийских ее видов, производимых известнейшими виноделами таких домов, как «Donnafugata», «Duca di Salaparuta», «Conte Tasca D'Almerita», «Rapitalà», из виноматериала исключительно местных лоз, отмечены международными сертификатами марочного продукта высшего качества. И хотя сицилийская граппа по-прежнему практически не находит спроса на местном рынке и представляет собой питейный сувенир «made in Sicily» – ее производство и сбыт фактически ориентированы исключительно на туристов – она является предметом гордости сицилийцев, даже тех, кто ее не пробовал и делать это не собирается, поскольку в эмическом видении как сам напиток, так и факт его появления служат примером «раскрывшегося потенциала» Сицилии («Мы еще и не то можем!»). Показательно, что в 2017 г. сицилийские виноделы подали запрос в международные арбитражные компетентные организации о переименовании сицилийской граппы в «сицилийскую водку», дабы «подчеркнуть категорическое отличие напитка от итальянской граппы», а фактически – чтобы в очередной раз акцентировать отличие Сицилии от Италии [31].

Завершая разговор об алиментарной традиционности сицилийцев и ее связи с их идентичностью, отметим один удивительный факт. В своем неприятии «чужеродной пищи» разборчивые и консервативные в еде сицилийцы делают единственное исключение: из всего диапазона этнических кухонь, представленных сегодня многочисленными мигрантами, обитающими на острове, единственная, пользующаяся пусть ограниченной, но популярностью среди населения Сицилии – магрибская, в первую очередь тунисская кухня. Многочисленные *кебабные* и *sciaurmerie* (заведения, где подают шаурму), *cuscuseria* (точки, где готовят кускус) и тому подобные закусовые, возникшие в последние годы в сицилийских городах, посещаются не только мигрантами, но и достаточно активно – местными жителями. Отмечающие необычность этого социо-алиментарного феномена антропологи на основе ответов респондентов получили его объяснение. Апеллирующие к многочисленным, начиная с глубокой древности, контактам Сицилии с Тунисом (остров отделяют всего 150 км от берега Магриба), именуемым как в

сицилийском, так и в арабском языке *кхарка* (араб. *kharqa*), или *переправа* (*кхарка* не прекратилась даже в эпоху фашизма в XX в., когда экспатриация из Италии была фактически запрещена), к опыту культурного взаимодействия двух народов в эпоху Эмирата Сицилии (IX–XI вв.), к факту существования «маленькой Сицилии» – древней колонии в Тунисе и не менее древних тунисских поселений на острове [32; 18:130], сицилийцы, прекрасно сохраняющие в своей исторической памяти эту эмпирию кросс-культурности, включающие ее в осознание своей «самости» и считающие тунисцев «своими», не усматривают в своем приобщении к тунисской (магрибской) пище ни измены *prodotto nostrano*, ни разрушения целостности образа сицилийцев как «особой компактной этнической общности» [15: 290].

Подводя итоги, отметим, что *casus* Сицилии еще раз демонстрирует, насколько больше и активнее сегодня «своя» пищевая традиционность фигурирует в качестве культурного консолидирующего население элемента, основы собственной идентичности и основания для самоопределения себя как народа.

Литература:

1. Buttitta A. Prefazione// Coria G. Profumi di Sicilia. Catania: Cavallotto. 2006. P. 11-15.
2. Bresc H. Il cibo della Sicilia medievale. Palermo: Palermo University Press. 2019.
3. Павловская А. Италия и итальянцы. М.: МГУ. 2008.
4. Dickie J. Delizia! The Epic History of the Italians and Their Food. London: Hodder& Stoughton. 2007.
5. McDonald's (dal 1955 – Italia dal 1985) // Curiosando negli anni 60, 70, 80, 90. 4.02.2017.
[https://curiosando708090.altervista.org/mcdonalds-dal-1955-italia-dal-1985/#:~:text=Il%20primo%20ristorante%20italiano%20fu,Spagna%20il%2020%20marzo%201986\).](https://curiosando708090.altervista.org/mcdonalds-dal-1955-italia-dal-1985/#:~:text=Il%20primo%20ristorante%20italiano%20fu,Spagna%20il%2020%20marzo%201986).)
6. Фаис-Леутская О. Напитки как социальные маркеры в Сицилии: традиции потребления и предпочтения-//Этнографическое обозрение. 2019. №4. С.114-130.
7. Zamagni V. L'evoluzione dei consumi fra tradizione e innovazione//in: Storia d'Italia, Annali XIII, L'Alimentazione (a

- cura di A. Capatti, A. De Bernardi e A. Varni). Torino: Einaudi. 1998, 168-204.
8. De Bernardi A. I consumi alimentari in Italia: uno specchio del cambiamento//in: L'Italia e le sue regioni. L'età repubblicana. Roma: Istituto della Enciclopedia Italiana Treccani. 2015, 487-509.
 9. Viganò E. Il falso mito del cibo "100% italiano". Il nostro Paese non è autosufficiente e importiamo grandi quantità di grano, legumi, latte e carni bovine//Il Fatto alimentare. 3.12.2013. <https://ilfattoalimentare.it/100-italiano-materie-prime-grano.html>.
 10. Correnti P. Il libro d'oro della cucina e dei vini di Sicilia. Milano: Mursia. 1976.
 11. Coria G. I Profumi di Sicilia. Libro della cucina siciliana. Catania. 2006.
 12. Cerosimo D. I consumi alimentari delle famiglie italiane: trend strutturali e congiunturali// in: I consumi alimentari: evoluzione strutturale, nuove tendenze, risposte alla crisi (a cura di Cerosimo D.). Roma: Tellus. 2011:7-21.
 13. Guglielmino S. Microcosmo Sicilia. Soveria Mannelli: Rubbettino. 2021.
 14. DeSoucey M. Gastronationalism: Food Traditions and Authenticity Politics in the European Union//American Sociological Review. 75(3).2010: 432 -455.
 15. Фаис О. Сицилийцы: этническое меньшинство или особая этническая общность? (К вопросу об идентичности сицилийцев)// Европа меньшинств – меньшинства в Европе (под ред. Мартыновой М.Ю., Кабицкого М. Е.). М.: ИЭА РАН. 2016. С. 271-301.
 16. Agullò F. Llibre de la cuina catalana. Barcelona: AltaFulla. 1990.
 17. Giallombardo F. La tavola, l'altare, la strada. Scenari del cibo in Sicilia. Palermo: Sellerio. 2005. P. 132-138.
 18. Фаис О. «Уличная кухня» в Сицилии: культурно-гастрономические, социальные, гендерные абрисы выживающего феномена//«Вестник антропологии». 2019. № 4. С.115-134.
 19. Padovani C., Padovani G. Italia BuonPaese. SanMauro (To): Blu Edizioni. 2011.

20. Ritratto dell'Italia (a cura di Cassese S.). Roma-Bari: Laterza. 2001.
21. Guglielmino S. Microcosmo Sicilia. Soveria Mannelli: Rubbettino. 2021.
22. Фаис О.Д. Рестораны как научные центры по изучению и сохранению традиционной алиментарной культуры: новый экспериментальный опыт Сицилии// Вестник антропологии. 2018. № 4(44). С. 62-75.
23. Di Marco M.T., Ferrè M.C. La cucina Siciliana. Milano: G.Tommasi. 2012.
24. Camporesi P. La miniera del mondo. Artieri, inventori, impostori. Milano. 1990.
25. Ferraro G. Senso e passione. L'universo alimentare e i suoi regimi discorsivi// in: Brugo I., Ferraro G., Schiavon C., Tartari M. Al sangue o ben cotto. Miti e riti intorno al cibo. Roma. 1998.
26. Un'isola per nove chef. Interpretazioni contemporanee della cucina tradizionale siciliana. (a cura di F. Lamonica). Catania: GBM. 2012.
27. Tocco E. Sinestesie Siciliane. I suoni della cucina e i sapori dell'arte. Messina: Strige. 2020.
28. Lo sviluppo del turismo in Sicilia. La Rosa R. (a cura di). Milano: Franco Angeli 2004.
29. Le nuove vie del turismo in Sicilia. Famoso N. (a cura di). Roma: A&G. 2016.
30. Balistreri T. Il dolce piacere siciliano. Marsala (TP): Navarro editore. 2018-2019.
31. "Vodka Giovi": arriva la prima vodka 100% siciliana//Siciliafan. 30.08.2017.
<https://www.siciliafan.it/vodka-giovi-arriva-la-prima-vodka-100-siciliana/>.
32. Cusumano A. Culture alimentari e immigrazione in Sicilia. La piazza universale è a Ballarò//Alimentazione, produzioni tradizionali e cultura del territorio (a cura di S.Mannia). Palermo: Fondazione Buttitta. 2012. P. 121-142.

ოქსანა ფაის-ლეუტსკაია

*ისტორიის მეცნიერებათა კანდიდატი, რუსეთის
მეცნიერებათა აკადემიის ეთნოლოგიისა და
ანთროპოლოგიის ინსტიტუტის ევროპული კვლევების
ცენტრის უფროსი მეცნიერი თანამშრომელი, რუსეთი*

**სიცილია: ალიმენტური ტრადიციულობა
და იდენტურობის საკითხები
რეზიუმე**

სიცილია იტალიის ერთ-ერთი ყველაზე კონსერვატიული რეგიონია, სადაც სამზარეულო (საოჯახოც და სარესტორნოც), ევროპის დანარჩენი სამზარეულოებისგან გამორჩეულია იმით, რომ ნაკლებად ახასიათებს უცხოური კერძების შესება. სავსე მასალისა და კონკრეტული მაგალითების გამოყენებით, ავტორი იკვლევს, რეგიონისა და იტალიის ცენტრალური ხელისუფლების რთული ურთიერთობის კონტექსტში, როგორ ხდება მოსახლეობის მიერ ტრადიციული კერძების იდენტურობის ნიშნად აღქმა, ხოლო რესტორნები როგორ იქცევიან დანაკარგების რეკონსტრუქციისა და ტრადიციების დაცვის ფორპოსტად.

Oxana Fais -Leutskaia

Candidate of Historical Sciences, Senior Researcher, Center for European Studies, Institute of Ethnology and Anthropology, Russian Academy of Sciences, Russia

**Alimentary Tradition and Identity Issues: The Case of Sicily
Summary**

Sicily is one of the most conservative regions in Italy, where cuisine (both family and restaurant) is distinguished from other European cuisines by the fact that it is less characterized by borrowing foreign dishes. Using field material and concrete

examples, the author explores, in the context of the complex relationship between the region and the central government of Italy, how traditional dishes are perceived by the population as restaurants, and restaurants as outposts for loss reconstruction and tradition preservation.

ირინა ყრუაშვილი
ასოცირებული პროფესორი, სოხუმის სახელმწიფო
უნივერსიტეტი, საქართველო

**ტრადიციული სამზარეულო რობორტ ეროვნული
იდენტობის განმსაზღვრელი ერთ-ერთი
მნიშვნელოვანი პარამეტრი**

ხშირად სამზარეულო ან რაიმე კონკრეტული კერძი გარკვეული ლოკალური კონტექსტის განუყოფელი ნაწილი ხდება და მჭიდროდ არის დაკავშირებული ამა თუ იმ ეროვნებასთან, რეგიონთან თუ ქალაქთან. მოსახლეობის ცალკეული სოციალური, კულტურული, რეგიონალური თუ ეროვნული ფენები საკვებ პროდუქტებს იყენებენ, რათა სხვებს გაემიჯნონ და თავიანთი ორიგინალობა გამოავლინონ. ამ შემთხვევაში, სამზარეულო განმასხვავებელ ნიშან-თვისებად და, შესაბამისად, გარკვეული ცხოვრებისეული სტილის გამოვლინებად იქცევა. აღნიშნული კომუნიკაციური ფუნქციის საფუძველზე, სამზარეულო და კვების პროდუქტები მნიშვნელოვან როლს ასრულებენ ეროვნული იდენტობის ფორმირებაში. გასტრონომიული კულტურა ბევრ რამეს მოგვითხრობს ქვეყნის იდენტობის შესახებ.

ტერმინი „იდენტობა“ მომდინარეობს ლათინური სიტყვიდან „idem“ („იგივე“, „ისევე ის“) და ადამიანთან მიმართებაში გულისხმობს მის სპეციფიკურ თავისებურებას, რაც მას განასხვავებს ყველა სხვა ადამიანისაგან. იგი მოიაზრებს იმ ნიშან-თვისებათა ერთობლიობას, რომლის მიხედვითაც შესაძლებელია პიროვნების ან ინდივიდის ცალსახა იდენტიფიკაცია, როგორც ეს განუმეორებელი, უნიკალური თითის ანაბეჭდის შემთხვევაში ხდება [9, 57]. მოცემულ კონტექსტში საუბარია პიროვნულ იდენტობაზე.

მაგრამ ეს აღნიშნული ფენომენის მხოლოდ ერთი მხარეა, რადგან ადამიანი სოციალურ არსებას წარმოადგენს. ეს

კი ნიშნავს, რომ პიროვნული იდენტობა მხოლოდ სოციალურ გარემოში ვითარდება, სადაც „ბუნებრივი, თავდაპირველი“ საზოგადოება, ევოლუციურ-ანთროპოლოგიური თვალსაზრისით, როგორც წესი, არის ოჯახი და გენეტიკურად მონათესავე ადამიანების ჯგუფი. მიუხედავად იმისა, რომ ჩვენ თანამედროვე საზოგადოებაში სხვა სოციალური კავშირებიც გვახასიათებს (როგორცაა, მაგალითად, სამეგობრო წრე, სამსახური, სამოქალაქო ინიციატივა, პარტიები, სპორტული თუ სხვა სახის გაერთიანებები) და საკუთარი იდენტობის მიღმა შესაბამისი „კოლექტიური იდენტობის“ ჩამოყალიბება შეგვიძლია, ევოლუციური მემკვიდრეობა მაინც მნიშვნელოვან როლს თამაშობს, რაც ასევე რელევანტურია კვების ეთიკის საკითხთან მიმართებაში, განსაკუთრებით იმ გარემოების გათვალისწინებით, რომ თანამედროვე კვების ეთიკა უცილობლად ითვალისწინებს გლობალურ კავშირებსა და მიმართებებს [7, 12].

იდენტობა, როგორც წესი, „საკუთარ თავთან თანხვედრას“ გულისხმობს. აქ მოიაზრება როგორც პიროვნება, ისე მატერიალური ან არამატერიალური ობიექტი. როგორც აღვნიშნეთ, განასხვავებენ პიროვნულ ანუ ინდივიდუალურ („მე“) და კოლექტიურ („ჩვენ“) იდენტობას, რომლებიც ერთიერთგანმაპირობებელ ცნებებს წარმოადგენენ. პიროვნული იდენტობის ჩამოყალიბების საფუძველი არის კულტურული იდენტობა. ამ შემთხვევაში კულტურის ცნება უნდა გავიგოთ როგორც ბუნებრივი და იდეალური ფაქტორების კომპლექსური ერთობლიობა. ბუნებრივ ფაქტორებს განეკუთვნება ცხოვრების პირობები, რომლებსაც განსაზღვრავს გეოგრაფია და კლიმატური გარემო. მათგან წარმოიშობა კოლექტიური იდენტობა, რომელიც კულტურულის პარადელურად პოლიტიკურ განზომილებასაც მოიცავს. კულტურის იდეალურ ფაქტორებს განეკუთვნება იდენტიფიკაციის განმსაზღვრელი, დროსთან დაკავშირებული ფორმები,

„რომლებიც გამომდინარეობენ ისტორიული ბედისწერის კოლექტიური მეხსიერებიდან და ქმნიან ტრადიციული ცხოვრების ფორმებს“ [4, 33]. კულტურული იდენტობა, ინტელექტუალური მიღწევების პარალელურად, როგორცაა, მაგალითად, მეცნიერება და ხელოვნება, მოიაზრებს, ასევე, ცხოვრების წესის ფიზიკურ ფორმებს, მათ შორის, საკვების მიღებას. შესაბამისად, კულტურული იდენტობა ნიშნავს, რომ ადამიანი თავის თავს მიაკუთვნებს რომელიმე კულტურას.

რაც შეეხება ეროვნულ იდენტობას, იგი „სოციალური იდენტობის ერთ-ერთი ფორმაა. მისი საკვანძო ობიექტი არის ერი. ეს არის კოლექტიური იდენტობა, რომელიც რომელიმე ეროვნული ჯგუფის წევრობას უკავშირდება, ანუ ინდივიდს აქვს ეროვნული ცნობიერება და თავისი თავის იდენტიფიკაციას ახდენს ერთან. ტერმინი „ეროვნული იდენტობა“ ასახავს უპირატესად პოზიტიურ და სუბიექტურად მნიშვნელოვან ემოციურ კავშირს ერთან“ [1, 60]. ეროვნული იდენტობის ფორმირებაში მნიშვნელოვანი ადგილი უჭირავს კულტურულ ფაქტორებს. ერთ-ერთ მათგანად შეიძლება განვიხილოთ საკვები, რომელიც „ადამიანის იდენტობის კრისტალიზაციის ცენტრად“ გვევლინება [12, 28].

უნდა აღინიშნოს, რომ კვების დისკურსის კულტურული და სოციოლოგიური ასპექტები მე-20 საუკუნის 70-იან წლებამდე ჯერაც არ განიხილებოდა კომპლექსური კომუნიკაციური სისტემის ფარგლებში, რასაც პირველად ხაზი გაესვა ულრის ტოლკსდორფის მიერ 1972 წელს, ეთნოლოგიური სამზარეულოს კვლევისადმი მიძღვნილ სიმპოზიუმზე ჰელსინკში. მისი მოხსენება კვებისა და სოციალური სიტუაციის შესახებ წარმოადგენდა პირველ მცდელობას, გამოეყვლინა მიმართებები ერთი მხრივ სოციალურ სისტემებსა და, მეორე მხრივ, საკვებსა და კვების სისტემებს შორის. მას შემდეგ არაერთი ნაშრომი და გამოკვლევა მიეძღვნა გასტრონო-

მიულ კულტურას, რომლებშიც წინა პლანზე წამოწეულია მისი ისტორიული თუ ეთნოლოგიური განზომილება.

კვების კულტურის სოციალ-ანთროპოლოგიური ასპექტი მე-20 საუკუნის ბოლოს ევა ბარლოსიუსის კვლევის ობიექტი გახდა, რომელიც თავის ნაშრომში „კვების სოციოლოგია“ განიხილავს კვების სოციალ-კულტურულ, პოლიტიკურ და საზოგადოებრივ მნიშვნელობას [2]. ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი გამოკვლევა აღნიშნულ საკითხთან დაკავშირებით არის „საკვები და კულტურული იდენტობა“, რომლის ავტორებიც არიან სოციოლოგი ევა ბარლოსიუსი, ლიტერატურათმცოდნე გერჰარდ ნოიშანი და ისტორიკოსი ჰანს იურგენ ტოიტებერგი. ისინი განიხილავენ საკითხს, თუ როგორ შეიძლება კვებასთან დაკავშირებული ასპექტების მეშვეობით წარმოჩინდეს იდენტობა. ავტორები აცხადებენ, რომ კვების კულტურა „არა მხოლოდ რეგიონალურ, არამედ აგრეთვე პიროვნულ, ეთიკურ, სოციალურ, ეროვნულ და ეკონომიკურ სივრცეებს განსაზღვრავს“ [3, 19]. თუ ცნობილი გამონათქვამის პერიფრაზს მოვახდენთ, შეიძლება ასეც ითქვას: „მითხარი, რას მიირთმევ და გეტყვი, ვინ ხარ შენ“.

და მაინც, დაისმის შეკითხვა: რა საერთო შეიძლება არსებობდეს კვებასა და იდენტობას შორის? საკვების მიღებასთან დაკავშირებული წეს-ჩვეულებები თავისი დადებითი და უარყოფითი მხარეებით შეადგენენ ჩვენი პიროვნული და კულტურული იდენტობის მნიშვნელოვან ნაწილს. დიდი გერმანელი ფილოსოფოსი და ანთროპოლოგი ლუდვიგ ფოიერბახი ჯერ კიდევ 1850 წელს წერდა: „ადამიანი არის ის, რასაც ის მიირთმევს“ („Der Mensch ist, was er isst“), რასაც ის შემდეგნაირად განმარტავდა: „ამავე დროს ჩვენ ვხედავთ, თუ რაოდენ დიდი ეთიკური და პოლიტიკური მნიშვნელობა აქვს კვების დოქტრინას ხალხისათვის. საკვები გარდაიქმნება სისხლად, სისხლი – გულად და ტვინად, აზრებად და გონებად. ადამიანის საკვები არის ადამიანის განათლებისა და

აზროვნების საფუძველი. თუ ხალხის გაკეთილშობილება გსურთ, მაშინ მიეცით მას უკეთესი საკვები, ცოდვის საწინააღმდეგო შეგონების ნაცვლად“ [5, 367].

ფოიერბახის თეზის გამოძახილად შეიძლება მივიჩნიოთ გამოთქმა „selfish brain theory“ [11], რომლის მიხედვითაც ჩვენი ტვინი ყველაზე მგრძობიერად რეაგირებს ჩვენი საკვები პროდუქტების შემადგენლობაზე. შეიძლება ითქვას: „გონება ტრაპეზობს“. მსგავსი მოსაზრება გვხვდება ჯერ კიდევ ძველ ბერძენ ფილოსოფოსთან და მედიცინის მამასთან ჰიპოკრატესთან, რომელიც წერდა: „თქვენი საკვები პროდუქტები უნდა იყოს თქვენი სამკურნალო საშუალებები და თქვენი სამკურნალო საშუალებები უნდა იყოს თქვენი საკვები პროდუქტები“ [6, 289]. როგორც ვხედავთ, ჯერ კიდევ ანტიკურ დროში შესანიშნავად იცოდნენ, რომ კვება არსებით როლს თამაშობს ჯანმრთელი და ბედნიერი ცხოვრების უზრუნველყოფაში, რაც სხეულისა და გონების წონასწორობაში მდგომარეობს.

ამგვარი შეხედულებები დღეს უკვე საფუძვლიანი კვლევების შედეგად დასაბუთებული და დამტკიცებულია. საკვებსა და მასთან დაკავშირებულ საკითხებს სხვადასხვა რაკურსით იკვლევს მეცნიერების არაერთი დარგი, კერძოდ, მედიცინა, ფსიქოლოგია, სოციოლოგია, ეთნოლოგია, ანთროპოლოგია და სულაც გენდერი. „სასურსათო პრობლემები“ ხშირად გამხდარა ცხარე დებატების საგანი. ჩამოყალიბდა მეცნიერების ახალი დარგი გასტროსოფია. რამდენადაც ადამიანს საკვების გარეშე არსებობა არ შეუძლია, კვება წარმოადგენს ბუნებრივ, სასიცოცხლო ფუნქციას. ხოლო რას მოვირთმევთ და როგორ ვიკვებებით, ეს უკვე, ადრეული ბავშვობიდან დაწყებული, კულტურის საკითხია. ამიტომ საკვები ყოველთვის უშუალოდ დაკავშირებულია კულტურულ იდენტობასთან, რომელიც განპირობებულია სოციალური დისკურსით და კოლექტიური ფანტაზიით [10, 10].

მართლაც, საკვების მიღება უფრო მეტია, ვიდრე მხოლოდ მატერიალური მოვლენა ან ფიზიოლოგიური მოთხოვნილების დაკმაყოფილება. ეს არის ერთგვარი კულტურული პრაქტიკა, რომლის მახასიათებელი ნიშან-თვისებები განსხვავებულად არის წარმოჩენილი. კვების რიტუალი თავისი წერ-ჩვეულებებით, მაგიდის დეკორაციით, მანერებით, გემოს და სურნელის თავისებურებებით წარმოადგენს კულტურულ-სიმბოლურ ფორმას, რეპრეზენტაციის ერთგვარ აქტს, რომელსაც მნიშვნელოვანი წვლილი შეაქვს იდენტობის ჩამოყალიბებაში [შდრ. Fellmann 1997: 34].

მსგავს ფორმულირებას ახდენს ლიტერატურათმცოდნე ქრისტინე ოტი თავის წიგნში „იდენტობა გადის კუჭზე – კვების კულტურის მითები“: საკვები წარმოადგენს სოციალური, ეროვნული, გენდერული იდენტობის პერფორმანსს. ეს არის რიტუალი, რომელიც სოციალურ მნიშვნელობებს აყალიბებს და განავითარებს [10, 33].

იდენტობის ამგვარი ნარატივი, რომელიც საკვებთან არის დაკავშირებული, ხშირად გვხვდება სხვადასხვა დისკურსში, სარეკლამო ტექსტებში, ფილმებში ან სულაც ყოველდღიურ სასაუბრო მეტყველებაში. ამ შემთხვევაში, გარკვეული კერძები ან კვების წეს-ჩვეულებები განიხილება, როგორც ერისთვის დამახასიათებელი სტერეოტიპული ნიშან-თვისება. თუ სხვადასხვა ქვეყნის ტრადიციულ სამზარეულოში შევიხედავთ, ნათელი გახდება, რაოდენ დიდი სხვაობები არსებობს განსხვავებულ კულტურებს შორის გასტრონომიული თვალსაზრისით. კვების კულტურა განსხვავებულია თავისი ფორმითაც მთელს მსოფლიოში. ასე მაგალითად, ზოგიერთ კულტურაში დანა-ჩანგლით შეექცევიან საკვებს, ზოგან ჩხირებით მიირთმევენ, სხვაგან კიდევ ხელით. მაგრამ, უპირველეს ყოვლისა, განსხვავებულია საკვები პროდუქტების მომზადების ხერხი. ტრადიციული სამზარეულოს ტიპური გემო დიდწილად განაპირობებს ქვეყნის ან რე-

გიონის კულტურულ იდენტობას. აქ, სხვათა შორის, იგულისხმება განსხვავებული სანელებლებიც, რომლებიც კოლექტიური ცნობიერების მნიშვნელოვან მატარებლად გვევლინება.

ყველა ქვეყანას მისთვის დამახასიათებელი ტიპური გემოს დომინანტი აქვს, მაგალითად, ინდური სამზარეულოსათვის ტიპური გემოს მთავარი მიმართულება არის ქარი (Curry), უნგრული სამზარეულოსათვის – პაპრიკა, ხოლო იტალიურისათვის – პომიდორი, ზეთისხილი და ბაზილიკი. კვების კულტურა სიმბოლურად განსაზღვრავს ინდივიდის კულტურულ კუთვნილებას არა მხოლოდ ოჯახისადმი, არამედ აგრეთვე გარკვეული გეოგრაფიული რეგიონისადმი. მაგრამ თვით ერთი ქვეყნის ფარგლებშიც კი განსხვავებულია რეგიონალური გემოები. ასე, მაგალითად, გერმანიის ერთ-ერთ მხარეში, შლესვიგ-ჰოლშტაინში კომბოსტოს შაქრით მიირთმევენ, რაც უჩვეულოა გერმანიის სამხრეთ რეგიონებისათვის. კერძების რეგიონალური გემო აყალიბებს კულტურულ იდენტობას.

მზარდი გლობალური პროცესებისა და მიგრაციის, ასევე ტურიზმის განვითარების შედეგად, ადამიანის ყოველდღიურ ცხოვრებაში სულ უფრო აქტუალური ხდება კულტურული სხვაობები კერძების მომზადებისა და კვების წესჩვეულებების თვალსაზრისით. სხვადასხვა კულინარიული გადაცემები, რეცეპტების წიგნები, ჟურნალები, ტურისტული მასალები, რომლებიც საკვებსა და კერძების მომზადებას ეძღვნება, დიდ როლს თამაშობენ აღნიშნულ საქმეში. ეს კი, საკუთარ ქალაქში ან სულაც საკუთარ სამზარეულოში მეოფ ადამიანს საშუალებას აძლევს, კონტაქტი დაამყაროს უცხო კულტურასთან. ამით ერთი მხრივ, ხდება უცხო კულტურის გაგების ხელშეწყობა, ხოლო მეორე მხრივ, ნაციონალური სტერეოტიპების გამყარება [8, 3].

დიეტოლოგისა და ტრენდული მკვლევრის ჰანი რუტ-ცლერის მოსაზრებით, მომავალში უკვე არა ტანსაცმელი, არამედ საკვები იქნება თვითგამოხატვისა და ინდივიდუალიზაციის საშუალება, რამდენადაც სურსათის ტენდენციები ასახავენ ცხოვრების შეგრძნებებსა და მისწრაფებებს. მათში აირეკლება გრძელვადიანი საზოგადოებრივი ცვლილებები, ისევე როგორც კულტურულ ღირებულებათა ცვალებადობა [13, 11].

გვინდა ერთგვარი კულინარიული ექსკურსი შემოგთავაზოთ და გერმანულენოვანი ქვეყნების მაგალითზე წარმოვადგინოთ ტრადიციული სამზარეულო როგორც კულტურის ელემენტი, რომელსაც ამავდროულად ეროვნული იდენტობის განსაზღვრის ფუნქცია აკისრია.

გერმანული სამზარეულო რეგიონალური კერძების დიდი მრავალფეროვნებით გამოირჩევა, რომლებიც ისევე მრავალრიცხოვანი და ძველია, როგორც თვით რეგიონალური დიალექტები. გერმანიის ყველა რეგიონში შესაძლებელია საუკუნოვანი რეცეპტებით მომზადებული ადგილობრივი კერძების დაგემოვნება. რადგან გერმანია ზღვასა და ალპებს შორის არის გადაჭიმული, აქ შესაძლებელია სრულიად განსხვავებული გემოვნური თვისებების მქონე კერძების აღმოჩენა. აღსანიშნავია, რომ სამხრეთ გერმანიაში უმთავრესად ხორცს და ძეხვს მიირთმევენ, მაშინ როცა ჩრდილოეთ ზღვისპირა რეგიონებში უპირატესობა თევზს ენიჭება. გერმანულ ტრადიციულ სამზარეულოში მუდამ გათვალისწინებულია სეზონი და წელიწადის დრო, მათ შესაბამისად მზადდება ყოველი კერძი, რომელთა მოსამზადებლად იყენებენ რეგიონალურ პროდუქტებს, ადგილობრივ მინდვრებზე მოყვანილ, ბუნებრივ ინგრედიენტებს. როგორც აღვნიშნეთ, ყველა რეგიონს თავისი მრავალსაუკუნოვანი გასტრონომიული მეხსიერება აქვს.

გერმანიაში 1500-ზე მეტი სახეობის ძეხვი და 300-ზე მეტი სახეობის პური არსებობს, რაც უდავოდ მეტყველებს გერმანელთა უდიდეს კრეატიულობაზე საკვებ პროდუქტებთან მიმართებაში. მიუხედავად იმისა, რომ ბოლო ათწლეულებში ყოველდღიური საკვების მომზადება გარე ფაქტორების ზეგავლენით ძლიერ შეიცვალა, რაშიც თავისი წვლილი გლობალიზაციამ შეიტანა, და გერმანულ სამზარეულოს ბევრი სხვა ქვეყნის კერძიც შეერიო, გერმანელები მაინც ძლიერ უფრთხილდებიან და განავითარებენ ტრადიციულ რეგიონალურ რეცეპტებს.

მთელს მსოფლიოში ერთ-ერთ ყველაზე ცნობილ და პოპულარულ გერმანულ დესერტად ითვლება შვარცვალდის ალუბლის ტორტი, რომელიც 1927 წელს კონდიტერმა იოზეფ კელერმა გამოიგონა. მისი მთავარი ინგრედიენტებია შოკოლადის ბისკვიტი, ბევრი ალუბალი, ნაღები და ე.წ. „ალუბლის წყალი“, რომელთა დახვეწილი კომბინაცია დაუვიწყარ, განუმეორებელ გემოს სძენს ამ ბადენ-ვიურტემბერგულ დელიკატესს.

მიუნჰენური თეთრი ძეხვი ბავარიასთან ასოცირდება. იგი არა მარტო „ოქტობერფესტზე“ არის წარმოდგენილი ლუდთან ერთად როგორც უკონკურენტო კლასიკა, არამედ ბავარიელთა ყოველდღიური ცხოვრების განუყოფელი ნაწილია, რომელსაც ბრეცელთან ერთად მიირთმევენ. თეთრი ძეხვი, ძირითადად, ხბოს ხორცს შეიცავს, თუმცა ბევრ ყასაბს მისი დამზადების საკუთარი, ათწლეულების მანძილზე სრულყოფილი, რეცეპტი აქვს. ბავარიის „სავიზოტო ბარათის“ მნიშვნელობაზე მეტყველებს ის ფაქტი, რომ მიუნჰენში ყოველწლიურად იმართება საუკეთესო თეთრი ძეხვის გამოვლენის ცერემონიალი.

გერმანიის ერთ-ერთი მხარის, შვაბიის ტიპური კერძი არის „მაულტაშე“ – ცომისაგან დამზადებული კვადრატული ფორმის „ჩანთები“ ხორცის გულსართით, რომლებიც

ქართულ ხინკალს ან იტალიურ რავიოლის გვაგონებს. ისინი ჯერ კიდევ 1885 წელს არის ნახსენები ძმები გრიშების მიერ. დღეს „მაულტაშეს“ შეიძლება ჰქონდეს, აგრეთვე, კარტოფილის, სტაფილოს ან ისპანახის შიგთავსი.

უნდა აღვნიშნოთ, ასევე, ტიპური გერმანული ტკბილეული „ქრისტ შტოლენი“, რომელსაც წინასაშობაო დღეებში აცხობენ და რომელიც კარგად არის ცნობილი გერმანიის საზღვრებს გარეთაც. მის შემადგენლობაში შედის გახეხილი ნუში, ქიშმიში, ფორთოხლისა და ლიმნის ცუკატები, სურნელოვანი სანელებლები, რომლებიც მას მეტად ორიგინალურ გემოს და არომატს სძენენ. ყველაზე მეტად ცნობილია დრეზდენური შტოლენი, რომელსაც 300-წლოვანი ტრადიცია აქვს.

გერმანულის მსგავსად, ავსტრიული სამზარეულო გამოირჩევა არნახული კულინარიული მრავალფეროვნებით, რასაც „აღპების რესპუბლიკის“ განსაკუთრებული მდებარეობა, მდიდარი ისტორია და ნოყიერი კერძები განაპირობებს.

როცა საუბარია ავსტრიულ სამზარეულოზე, უპირველეს ყოვლისა, იგულისხმება ვენური კერძები. მთელს მსოფლიოში ცნობილ ავსტრიულ ეროვნულ კერძს წარმოადგენს ვენური შნიტცელი, რომელიც ტრადიციულად ხბოს ხორცისაგან მზადდება, მაგრამ დღესდღეობით პოპულარულია ღორის ხორცისაგან დამზადებული შნიტცელიც, რომელსაც კარტოფილის სალათთან, ბრინჯთან ან შემწვარ კარტოფილთან ერთად მიირთმევენ.

ავსტრიისა და, კერძოდ, ქალაქ ზალცბურგის კულინარიულ ღირსშესანიშნაობას წარმოადგენს „მოცარტკუგელები“. ეს არის შოკოლადის ბურთულები, რომელთაც ნუგას, შოკოლადისა და მარციპანის გული აქვს. ისინი პირველად 1890 წელს დაამზადა ზალცბურგელმა კონდიტერმა პაულ ფიურსტმა და მას უკვდავი კომპოზიტორის ვოლფგანგ ამა-

დეუს მოცარტის სახელი უწოდა, რომლის მშობლიურ ქალაქს სწორედ ზალცბურგი წარმოადგენს.

ავსტრიული თვითმყოფადობა წარმოუდგენელია „ზახერის ტორტის“ გარეშე, რომელსაც სახელი თავისი გამომგონებლის, ფრანც ზახერის საპატივცემლოდ ეწოდა. ლეგენდის მიხედვით, 1832 წელს 16 წლის შეგირდი მოულოდნელად ავად გამხდარი შეფშარეულის ნაცვლად გამოიძახეს. მეფემ ახალგაზრდა ზახერს ისეთი დელიკატესის მომზადება უბრძანა, რომელიც სტუმრებთან არ შეარცხვენდა. ზახერმა შოკოლადის ტორტი მოიფიქრა გარგარის ჯემითა და შოკოლადის მინანქრით, რომელმაც სტუმრების აღფრთოვანება გამოიწვია. დღეს უკვე ზახერის ტორტი მსოფლიო ექსპორტის წამყვან ბრენდად იქცა.

რაც შეეხება შვეიცარიას, იგი, უპირველეს ყოვლისა, განთქმულია თავისი ყველითა და შოკოლადით. აქ ყველარეგიონს თავისი საკუთარი ყველის სახეობა აქვს, რომელთა მთავარი ინგრედიენტი არის ნატურალური, შვეიცარიული, ნოყიერი რძე. შვეიცარიაში ყველის 500-მდე სახეობაა ცნობილი.

შოკოლადის მრავალფეროვნებითაც დაიკვებნის შვეიცარია, რომელიც რძიანი თეთრი შოკოლადის სამშობლოდ ითვლება. საკმარისია დავასახელოთ მსოფლიოში განთქმული მწარმოებლები Lindt & Sprüngli, Cailler, Suchard, Chocolat Frey. ასევე, მთელს მსოფლიოში ცნობილ ბრენდებს, როგორებიცაა Toblerone, Milka და KitKat შვეიცარიული ფესვები აქვს. შვეიცარიაში თითოეული ადამიანი წელიწადში 11 კილოგრამზე მეტ შოკოლადს მოიხმარს.

როგორც ვხედავთ, საკვები არის კულტურული თემა, რომელიც არაერთი ეროვნული, რეგიონალური და ინდივიდუალური ვარიანტის სახით არსებობს. ტრადიციული სამზარეულო ასახავს ადამიანის ცხოვრების წესს და მას, ამავდროულად, მნიშვნელოვანი წვლილი შეაქვს ეროვნული

იდენტობის ჩამოყალიბებაში. გასტროსოფიის მრავალწახნაგოვანი განზომილებები, სუფრის ადათ-წესები, რიტუალები, კვებითი ტაბუ განსაკუთრებით საინტერესოა დღეს, გლობალიზაციისა და ტექნოლოგიების საუკუნეში. სხვადასხვა ქვეყნის ტრადიციული სამზარეულოს მონახულება საშუალებას გვაძლევს, მივვახლოთ უცხო კულტურას, რადგან საკვები და „კვებითი იდენტობა“ ინტერკულტურული ურთიერთგაგების საკვანძო ცნებებია.

ლიტერატურა:

1. ბოგიშვილი დ., ოსევაშვილი ი., გავაშელიშვილი ე., გუგუშვილი ნ., ქართული ეროვნული იდენტობა: კონფლიქტი და ინტეგრაცია, თბ., „ნეკერი“, 2016.
2. Barlösius E., Soziologie des Essens. Eine sozial- und kulturwissenschaftliche Einführung in die Ernährungssoziologie. Weinheim und München. 1999.
3. Barlösius E., Neumann G., Teuteberg H. J., Leitgedanken über die Zusammenhänge von Identität und kulinarischer Kultur im Europa der Regionen. In: Teuteberg, H. J. u. a. (Hg.): Essen und kulturelle Identität. Europäische Perspektiven. Berlin, 1997.
4. Fellmann F., Kulturelle und personelle Identität. In: Teuteberg, H. J. u. a. (Hg.): Essen und kulturelle Identität. Europäische Perspektiven. Berlin, 1997.
5. Feuerbach L., Das Geheimnis des Opfers oder Der Mensch ist, was er isst. In: Schuffenhauer, W. (Hrsg.): Ludwig Feuerbach. Gesammelte Werke. Bd. 2, S. 26-52. Berlin. Akademie Verlag. 1972.
6. Lemke H., Ethik des Essens. Eine Einführung in die Gastro-sophie. Berlin. Akademie Verlag. 2007.
7. Lemke H., Politik des Essens: Wovon die Welt von morgen lebt. Bielefeld. Verlag Transcript, 2012.

8. Lillge C., Meyer, A.-R., Interkulturelle Mahlzeiten. Kulinarische Begegnungen und Kommunikation in der Literatur. Bielefeld. Verlag Transcript, 2008.
9. Mohrs Th., Essen – Identität – Verantwortung. Konsumethische Reflexionen. In: Haushalt in Bildung & Forschung. 3 (2014) 4. Verlag Barbara Budrich, 2014.
10. Ott Ch., Identität geht durch den Magen. Mythen der Esskultur. Frankfurt am Main: Fischer Verlag. 2017.
11. Peters A., Das egoistische Gehirn: Warum unser Kopf Diäten sabotiert und gegen den eigenen Körper kämpft. Berlin. Ullstein. 2011.
12. Rosenberger M., Im Brot der Erde den Himmel schmecken: Ethik und Spiritualität der Ernährung. München. Oekom Verlag. 2014.
13. Rützler H., Foodreport. Lebensmittel Zeitung. Zukunftsinstitut. Frankfurt. 2016.
14. <https://www.germany.travel/de/erleben-geniessen/traditionelle-deutsche-kueche.html> (15.05.2021).
15. <https://www.derwesten.de/reise/kulinarische-koestlichkeiten-der-beliebtesten-urlaubslaender-id9653944.html> (11.05.2021).
16. <https://www.spezialitaeten.online/spezialitaeten-der-laender/spezialitaeten-deutschland.html> (15.05.2021).

Irina Kruashvili

Associate professor, Sokhumi State University, Georgia

Traditional Cuisine, as One of the Determining Parameters for the National Identity

Summary

The aim of the article is to demonstrate that the culture of meals is one of the important determining parameters for the national identity. Often, cuisine or certain concrete dishes become an inseparable part of the local context and develop tight links with this or that nationality, region or city. Frequently, certain social, cultural,

regional or national layers of population use food products to distinguish themselves and to manifest their originality. In this case, the cuisine turns into a distinguishing feature and, accordingly, into a trait of a certain lifestyle. Based on the mentioned communicative function, cuisine and foodstuff play an important role in the formation of a national identity. Gastronomical culture tells us quite a story about the identity of the country. Each country has a typical dominant taste, characteristic for just this country. Yet, even within one country, regional tastes are different. If we take a look at the traditional cuisines of various countries, it shall become evident, what great differences there are present between various cultures from the gastronomical point of view. As a result of the ever-increasing globalist processes and migration, as well as of development of tourism, it becomes more and more topical to maintain cultural differences in human everyday lives in terms of preparation of dishes and in terms of feeding habits and rules. The article considers traditional cuisine as an element of culture, which, at the same time, bears the function of determination of the national identity, discussed on the examples of various countries and their regions.

Ирина Круашвили

Ассоциированный профессор, Сухумский государственный университет, Грузия

Традиционная кухня, как один из определяющих параметров национальной идентичности
Резюме

Цель статьи – показать, что культура питания является одним из важных определяющих параметров национальной идентичности. Часто кухня или определенные конкретные блюда становятся неотъемлемой частью местного контекста и развивают тесные связи с той или иной национальностью, регионом или городом. Часто определенные социальные, культурные, региональные или национальные слои населения используют продукты питания, чтобы отличаться и проявить свою оригинальность. В этом случае кухня превращается в

отличительную черту и, соответственно, в черту определенного образа жизни. Исходя из упомянутой коммуникативной функции, кухня и продукты питания играют важную роль в формировании национальной идентичности.

Гастрономическая культура рассказывает нам довольно много о самобытности страны. Каждая страна имеет типичный доминирующий вкус, характерный именно для этой страны. Тем не менее, даже в пределах одной страны региональные вкусы различны. Если мы посмотрим на традиционные кухни разных стран, то станет очевидно, какие большие различия существуют между различными культурами с гастрономической точки зрения. В результате постоянно усиливающихся глобальных процессов и миграции, а также развития туризма, в повседневной жизни людей становится все более актуальным сохранение культурных различий с точки зрения приготовления блюд и с точки зрения привычек и правил питания. В статье на примерах различных стран и их регионов рассматривается традиционная кухня как элемент культуры, который, в то же время, несет функцию определения национальной идентичности.

Maia Marghania, Manana Shelia,
Associate Professors, Sokhumi State University, Georgia

GEORGIAN AND BRITISH NATIONAL CUISINE AS AN INTERCULTURAL PHENOMENON

Each nation has its own ideas about the world. Intercultural communication, which has been particularly active in recent decades, is an integral and significant part of various cultures creating an atmosphere of mutual understanding. In the context of globalization, representatives of various fields of science, including linguistics, are increasingly involved in intercultural relations.

The reflection of the national specificity of culture is most clearly expressed in a language that is directly related to the objects of material and spiritual culture, events and the history of society. In this regard, Arn. Chikobava states that “the language is an important part of culture, which is closely related to the history and traditions of a country” (ბოქობავა, 2008:10).

The aim of the paper is a comparative and lexical-semantic analysis of some cheese dishes of Georgian and British National Cuisine through linguocultural aspect.

In our research a special attention is focused on the cuisine of Samegrelo, one of the most beautiful regions of Western Georgia, distinguished by variety of dishes and the cuisine of Great Britain.

A national Cuisine is one of the most important parts of people’s culture. It is considered as a historically established socio-cultural and ethno-cultural sign. And the national cuisine is a special culinary phenomenon that is rapidly developing. A tradition based on the national cuisine is often the result of a country’s political and economic strategy.

Georgia's geographical location, picturesque nature with varied landscapes, climatic conditions, historical and cultural monuments, traditions and national cuisine form a favourable basis for the development of intercultural communication. During the visiting, the above-mentioned culinary factors become essential for the motivation of foreign tourists who visit Georgia and are interested in the national cuisine, culture and other values. The national Georgian cuisine is one of the main attractions of the country and dishes here

are so various, delicious and appetizing that no one will be able to remain indifferent. The Georgians are definitely proud of their cuisine, one of the most famous in the world.

The national culture of Georgia is very clearly shown in its culinary traditions. It is as the oldest as the Georgian nation itself. Every region of the country differs from each other with an amazing rich palette of food preparation impressing the representatives of different countries and cultures.

The cuisine of Samegrelo, one of the most beautiful regions of Western Georgia, distinguished by such a variety of dishes as: **sulguni** (Georgian cheese from the Samegrelo region), **ghomi** (made of corn meal), **elarji** (ghomi with suluguni), **gebzhalia** (rolls of cheese seasoned with mint), **Megrelian** or (**Megruli khachapuri**–with cheese added on the top), etc. Megrelian dishes occupy a special place in the Georgian feast. It is difficult to imagine Georgian table without them.

Georgia has a tradition of making different types of cheese for centuries. This dairy product is so popular that there is one famous quote in Georgian “If you don’t have **kveli** (cheese in Georgian) at home, then you are dead”. Georgian supra (feast table) is unimaginable without Kveli. Although Georgia is a small country, it produces more than 250 varieties of cheese with different technologies. It should be observed that each country has its own method of cheese making and Georgia is no exception. Apart from delicious, hearty and spicy dishes, Georgia can boast a number of different sorts of cheeses that come from country’s different regions. These are Dambalkhacho, Chogi, Tenili (a variety of string cheese), Chechili, Kalti, Tushuri, Guda (cheese from eastern Georgia's mountain region), fresh-made cheese, Megrelian, Imeretian, Svanetian suluguni, smoked suluguni, cheese rolls with different fillings, etc.

It should be noted that **sulguni** is the queen of Georgian cheeses, the national pride and heritage of the country originated from Georgia’s Samegrelo region. According to folk etymology the name **sulguni** comes from two Georgian words: **სუგო-suli** (which means **soul**) and **გუგო-guli** (**heart**). We can say that it is the **soul** and **heart** of Georgia. **Sulguni**, **Suluguni** in Old Georgian is

mentioned by the famous Georgian writer Sulkhan-Saba Orbeliani, educator and scientist in the 18th century and Davit Chubinashvili in the 19th century.

As it is well-known in the literary Georgian language the cheese is pronounced as **Sulguni/Suluguni** while in Megrelian it is sounded as **selegin/selegun/siogin**. This type of cheese is boiled in milk, folded twice and kneaded. It is soft and has a sour, moderately salty flavor, a dimpled texture, and an elastic consistency. It is noteworthy that Sulguni is often compared to Italian Mozzarella, due to its texture and taste. Georgians usually eat cheese with **Mchadi** (Georgian corn bread), **Ghomi** (a traditional dish of western Georgia, cooked from corn meal) **Shoti** (Georgian bread baked in large clay oven) or bake **Khachapuri** (Cheese bread) from it.

Various popular Georgian dishes are made from Suluguni as well. One of them **Elarji** (very similar to ghomi) is the culinary masterpieces and specialty of Megrelian cuisine. The dish is made with coarse-ground and corn flours with sliced suluguni cheese kneaded in. These flours and cheese are boiled together and Suluguni makes the food stretchable. The dish has an extremely thick texture, and it is very elastic. **Elarji** is traditionally served with **bazhe** and **kharcho**. Finally, the whole food looks and tastes absolutely delicious. It's not a daily dish in Samegrelo. Megrelians make Elarji for special guests and on holidays.

There are several variants about the etymology of the word **elarji**. One of them is as follows: The dish was named **Elarji** by the Murats (due to increase of cheese) from the french word **élargir** that means “stretch”, “extend”. On the other hand, R. Robakidze presented the legend on this issue in the following way: a poor couple lived in one of the mountainous, inaccessible places. The woman was always speaking of poverty in an annoyed voice. They had nothing but cows. Once his wife prepared ghomi, but that was not enough for them. The hungry wife was very angry and attacked her husband with curses. The distraught man did not know what to do; he took fresh cheese, cut it into the hot pot, mixed it with flour and the number of ghomi increased. He turned the pot onto the plate and furiously said to

his wife in Megrelian: „ჲ, ლარჯგი-ო“ (“hey, larjgi-o“) that means **to eat greedily** (ქაჯჯაიძე, 2009).

Khachapuri is considered to be one of Georgia’s most famous and main national dishes. The word **khachapuri** is composed of two semantically relevant components **khacho (curds)** and **puri (bread)**. It is made in different and particular ways according to the regions of Georgia. There are lots of varieties of khachapuri, (Megruli, Imeruli, Ajaruli, Megruli, Svanuri, etc.). The key ingredients for making Khachapuri are the dough and cheese in every parts of the country. As for Megrelian khachapuri it is also called as **Megruli Khachapuri** and looks like Imeruli. They have almost the same visuals. Megruli khachapuri traditionally has a round form added sulguni cheese not only inside the dough but also topped with melted cheese, egg yolk for a golden brown colour. The one who visits Georgia should definitely try a real khachapuri. Just imagine, you visit Rome and leave the city without seeing Colosseum.

Gebzhalia is a traditional megrelian dish prepared on holidays in Samegrelo. The megrelian word **bzha** has two meanings **milk** and **the sun**. The dish has a shape of a circle symbolizing the sun and has been used for ritual ceremonies since ancient times. It is made from dairy products, spices and mint leaves. The newly boiled cheese Sulguni is mixed with mint as a filling and after obtaining a homogeneous mass it is cut as the cheese rolls. This dish is prepared in other ways as well. Sulguni plates with Nadughi – analogue of ricotta. Nadughi is conically wrapped in sulguni plates decorated with fennel and pomegranate seeds. The dish is served with ghomi or mchadi.

Puchkholia (chincholia cheese), sliced with mint, is one of the delicious and an integral part of traditional dishes in Samegrelo. The word **Puchkholia** is related to **puchkha, punchkha** and translated as “crumbled” in Megrelian. Megrelians use the fresh cheese that is easy to crumble. The crumbled cheese is mixed with garlic sauce, coriander, peppers and mints. Megrelians put the ingredients into the hot Ghomi where the cheese begins melting. The dish **Puchkholia in Georgian-Megrelian dictionary is defined as a baby food or bread soaked in milk; mchadi or ghomi, at the same**

time, puchkholia is almost like chkinti cheese made with mint (ქობულაძე, 2010).

Every cuisine of the world has its own distinctive features.

British national cuisine was formed and developed over many centuries, beginning in the 6th century BC when the Iberians and Celts were settling British Isles.

British cuisine is characterized by cheese dishes as well. Cheese is an integral and very important product in Great Britain. It has a special place in British cuisine. Great Britain is one of the largest cheese producing countries in the world, where more than 700 different types of cheeses are made. Cheese makers use different recipes for making cheese, both ancient traditional and new non-traditional methods. The UK may not have produced as much cheese as France and Italy, although they are traditionally considered cheese lovers.

In medieval England, four main types of cheese were made: hard (cheddar-type), soft (cream cheese), green cheese (very fresh soft cheese), and cream cheese mixed with herbal teas (Hammond, 1993:39).

British cuisine has a number of national and regional variants, such as English, Scottish, Welsh and Irish cuisine many of which have been named for their places of origin, such as **Cheddar cheese, Cheshire cheese, Yorkshire pudding and Welsh toasts with cheese.**

Stilton cheese, considered by the British the King of English cheeses, has been known since the XVIII century. This kind of cheese is a mandatory component of the Christmas table in the Britain.

The second most popular variety of British cheese is perhaps **Cheddar**, which is today produced around the world. This is one of the oldest English cheeses, the manufacture of which dates back to the times of the Roman Empire and King Henry II once declared the cheddar the best cheese in Britain. The cheese got its name from the name of the caves Cheddar Gorge, the county of Somerset, where it was once stored for ripening. There are a lot of types of cheddar and today it is produced by cheesemakers around the world. <https://www.dairynews.ru/news/angliyskaya-istoriya-syra.html/>

Another British cheese making is the **Cornish Yarg** (a semi-hard cow's milk cheese) wrapped in fresh nettle leaves made from grass rich Cornish milk. Cornish Yarg is a nettle wrapped semi hard cheese made from grass rich Cornish milk. Tangy under its natural rind and slightly crumbly in the core, it consistently wins top international awards.

The most popular cheese in Wales is **Gorwydd Caerphilly** (an artisan, raw milk, and naturally rinsed Caerphilly cheese) made in Somerset. Black Bomber is a very popular cheese in Snowdonia, with a fragrant, creamy texture.

Caboc is a rich double cream cheese. The recipe for Caboc dates back to the 15th century in the Scottish Highlands. The cheese is shaped into small logs and rolled in toasted pinhead oatmeal.

There is plenty of fantastic Irish cheese. One of them is from the county of Cashel Blue Tiferari, a completely fatty blue cheese with a rich creamy texture and also a pleasant, delicious, salty taste.

As it is known annual Cheese Festival is held in Cardiff, Wales. There are a lot of different events such as called “Cheese Racing” there. In Gloucestershire the participants follow the cheese that rolls from Cooper Hill. Lots of tourists from all over the world are attracted to this noisy, entertaining sight.

As for British cheese gastronomy, there are a variety of British dishes made of cheese. Recipes using cheese are prepared in almost every national British cuisine. We would like to present some of them:

Cheesecake has been used in England only since the XV century. In the United Kingdom and Ireland this dessert is currently made with cottage cheese and butter. Some recipes add almonds, eggs, cream, berries – currants, raspberries, strawberries, brandy, various fruit juices, raisins, gelatin, coffee, tea, chocolate and other ingredients.

The first cooking book published in 1545 mentions cheesecake as a sweet food containing flour. The chef of King Henry VIII of England created his own cheesecake recipe. The first cooking book published in 1545 mentions cheesecake as a sweet food containing flour. The chef of King Henry VIII of England created his own cheesecake recipe.

There are a lot of other different popular dishes made of traditional British cheeses such as **Chips, cheese and gravy**, **Charlotte** made of Cheshire cheese and asparagus, **Cauliflower** made with cheddar cheese, etc.

Chips, cheese, and gravy is the national dish of the Manx people. It consists of deep-fried potato chips, grated Manx Cheddar cheese, and beef gravy. This local specialty can be bought at many of the island's takeaways. In order to prepare the dish, chips are first deep-fried, topped with grated cheddar, then gravy, which melts the cheese.

Cheese and onion pie is an English comfort food dish. Although it is consumed all over the country, some sources suggest that it's a north-western tradition. The pie is typically made with a combination of short crust pastry, cheddar or crumbly cheeses and cooked or fried onions.

Charlotte made of Cheshire cheese and asparagus. In this dish, any cheese and vegetables, zucchini, pumpkin, green peas can be used.

Cauliflower cheese is a traditional English dish that is eaten as a main dish, for lunch or dinner, or as a side dish. It is prepared from pieces of cauliflower, slightly boiled and covered with cheese sauce based on milk. It is covered with grated mature cheese (for example, cheddar), mixed with bread crumbs, and baked in the oven. It is believed that cauliflower cheese was first prepared in the 17th century, when the vegetable was first introduced to the United Kingdom. In the 19th and 20th centuries, the dish often served with fried meat, potatoes. This dish was traditionally prepared for Sunday lunch in the winter months. Today in England, cheese cauliflower is used as vegetarian food, as well as ready-made baby food.

Like the people all over the world the British people express their love of food as well. They enjoy eating and that's why perhaps many phraseological units, for example: idioms and slangs are associated with food. Some food idioms show a vivid and imaginative comparison and their satisfaction from eating:

Cheese – an attractive man; a British slang term for handsome man

Cheese – (slang) Baseball – fastball; cheese is a nickname for the fastball

Say Cheese! – used to get people to smile for the camera.

Cheesehead– someone who is not very smart or someone acting dumb

Big cheese – (**slang**) is used to describe someone that is important or influential;

Cheddar– (**slang**) term for money

Cheese toaster – South slang – bayonet; sabre

Hard cheese – hard luck; sorrowful condition; too bad

Cheeseball – someone who acts like a goof or a fool; silly

Idioms on cheese

Cheeseball – someone who acts like a goof or a fool; silly

To cheese (someone) off– (BE) to anger or to annoy someone

Similar Idioms: Cheesehead

Cheeseparing – (BE) someone who is unwilling to spend money

Cheesy-(AE) used to describe something that is lame or dumb; bad taste

Chalk and Cheese – (BE) two things that are very different from each other

Verb form – **cheese (v.)** – cheesed, cheesing

To make cheeses – Do a reverence

To get the cheese – feeling of failure

To cheese sb off – **slang**– to annoy someone; **cheesed off** – adjective irritated

To get one's cheese – means to attain one's goal

Cheese it, the cops it – slang: used as an urgent imperative (an exclamation of alarm and a warning at the approach of police or other authorities, common among British and American schoolboys)

Cheese it! – run way

Bread cheese – a buttery, slightly sweet cheese native to Scandinavia

Cheese and bread = **bread and cheese**–an old Scottish phrase referring to simple foods, mentioned in the OED, or food that is necessary for subsistence.

The paper has revealed that the national cuisines of Georgia and Great Britain are distinguished by a variety of cheese dishes and

different technologies of their preparation, which is a visiting card of both countries.

Literature:

1. ქაჯაია ო., მეგრულ-ქართული ლექსიკონი, დამატებანი, IV ტომი, თბ., 2009.
2. ქობალია ა., მეგრული ლექსიკონი, თბ., 2010.
3. ჩიქობავა არნ. ენათმეცნიერების შესავალი თსუ გამომცემლობა, თბილისი, 2008.
4. Hammond, P., Food & Feast in Medieval England, Sutton Publishing, 2005 (originally published in 1993).
5. <https://georgianjournal.ge/georgian-cuisine/32138-georgia-among-top-10-countries-on-the-world-cheese-map.html>
6. <https://www.dairynews.ru/news/angliyskaya-istoriya-syra.html/>

მაია მარღანია, მანანა შელია,
*ასოცირებული პროფესორები, სოხუმის სახელმწიფო
უნივერსიტეტი, საქართველო*

**ქართული და ბრიტანული ეროვნული სამზარეულო
როგორც ინტერკულტურული ფენომენი
რეზიუმე**

სტატიაში მოცემულია ქართული, კერძოდ, მეგრული და ბრიტანული ეროვნული სამზარეულოს ყველისგან მომზადებული კერძების შედარებითი და ლექსიკურ-სემანტიკური ანალიზი ენობრივ-კულტურულ ასპექტში.

ეროვნული სამზარეულო, როგორც ხალხთა კულტურის ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი ნაწილი, ითვლება როგორც ისტორიულად ჩამოყალიბებული სოციალურ-კულტურული და ეთნოკულტურული ნიშანი. ტრადიცია, რომელიც ეროვნულ სამზარეულოს ეყრდნობა, ხშირად ქვეყნის პოლიტიკური და ეკონომიკური სტრატეგიის შედეგია.

ჩატარებული კვლევის შედეგად გამოვლინდა, რომ საქართველოსა და დიდი ბრიტანეთის ეროვნული სამზარეულო გამოირჩევა ყველის მრავალფეროვანი კერძებითა და მათი მომზადების განსხვავებული ტექნოლოგიებით, რაც წარმოადგენს ორივე ქვეყნის სავიზიტო ბარათს.

Майя Маргания, Манана Шелия

*Ассоциированные профессора
Сухумский Государственный Университет, Грузия*

**Грузинская и Британская национальная кухня
как межкультурное явление
Резюме**

В статье рассматривается сравнительный и лексико-семантический анализ некоторых сырных блюд грузинской, в частности, мингрельской и британской национальной кухни в лингвокультурном аспекте.

Национальная кухня как одна из важнейших составляющих культуры народа считается исторически сложившимся социокультурным и этнокультурным признаком. Традиция, основанная на национальной кухне, часто является результатом политической и экономической стратегии страны.

Проведенное исследование показало, что национальные кухни Грузии и Великобритании отличаются разнообразием сырных блюд и разными технологиями их приготовления, что является визитной карточкой обеих стран.

Марине Арошидзе

Доктор филологических наук, профессор
Батумский государственный университет, Грузия

ТЕОРИЯ «СТРАНСТВУЮЩИХ РЕЦЕПТОВ»

Каждый народ представляет собой неповторимый этнокультурный феномен с устоявшимися традициями, с формирующимся на всем протяжении становления данного этноса национальным менталитетом. Языковая картина мира каждого этноса отражает его историю, традиции, особенности быта и пр., особое место в картине мира принадлежит национальной кухне.

Прежде всего, особенности национальной кухни отражают географический ареал проживания, флору, фауну данного края, развитие конкретных отраслей сельского хозяйства, многовековой опыт народа по приспособлению к окружающим условиям жизни. Именно этим объясняется преобладание морских продуктов в национальной кухне таких народов, как японцы, корейцы и др., высокий уровень развития мясного животноводства на необъятных просторах Америки. Большое влияние на формирование особенностей национальной кухни оказывают этапы исторического развития народа, особенности его государственности, взаимоотношения с соседними государствами (исходя из особенностей становления болгарского этноса и болгарской государственности не удивительно, что в традициях болгарской национальной кухни искусно сочетаются греческие и турецкие блюда).

Особый интерес вызывают схожие для многих народов национальные блюда, причем часто идет настоящая «борьба» за авторство. Так известная *долма* (блюдо из мясного фарша, обернутого в виноградный лист) уже давно стала предметом яростных споров между поборниками азербайджанской и армянской кухни, вплоть до обращения к межправительственному комитету ЮНЕСКО, который включил азербайджанскую долму в список нематериального культурного наследия человечества (Зейналов Магеррам. Долма: армянская или азербайджанская? <https://www.bbc.com/russian/features-42459675>).

Несмотря на стремление считать это блюдо собственностью одного народа, необходимо признать, что с небольшими вариациями схожие блюда наблюдаются у многих народов (турки, греки, узбеки, грузины и т.д.). Особенно часто проблемы при установлении «авторства» тех или иных блюд возникают в одном регионе, например, *хаши* (ароматный наваристый суп из говяжьих ног и рубцов), который с некоторыми отличиями готовят все народы, проживающие на Кавказе. Напрашивается параллель с так называемыми «странствующими фольклорными сюжетами» (или, по-другому, теория заимствований, миграционная теория). Фольклористы и литературоведы, сторонники данной теории, объясняют сходство фольклорных сказочных сюжетов их миграцией из одного общего источника (см. Русское устное народное творчество, 1983).

Предлагаемый нами по аналогии термин – «странствующие рецепты» – предполагает не только наличие общего источника, но и заимствования, обусловленные разнообразными формами межкультурных контактов (сотрудничество проживающих по соседству народов, взаимовлияние культур завоевателей и завоеванных народов, схожие условия географического ареала проживания, например, Кавказ и пр.). Причем, благодаря великим географическим открытиям, странствовали не только рецепты, но и ингредиенты, необходимые для их приготовления, так, например, картофель, без которого невозможно сегодня представить русскую национальную кухню, начал распространяться на Руси лишь со второй половины 18-го века, в Европу он прибыл из Южной Америки. Кукуруза, которую употребляли в пищу еще ацтеки и майя, попала в Европу лишь в 15-ом веке. В Грузии *кукуруза* и *фасоль (лобио)*, являющиеся важными ингредиентами блюд грузинской национальной кухни, были завезены лишь в 17-ом веке (Нана Русишвили. Что ели грузины в древности? <https://sputnik-georgia.ru/reviews/20160721/232789262.html>).

На современном витке цивилизационного развития человечества «странствованию рецептов» способствуют и такие факторы, как доступность интернет-рецептов, межкультурный гастрономический туризм. Во многом благодаря именно гастрономическому туризму национальные блюда стали «визит-

ной карточкой» конкретной лингво-культурной общности, способствовали созданию позитивного образа нации. В свете межкультурной коммуникации национальная кухня включает не только особые блюда, но и правила их подачи, этикет застолья. В этом плане традиционное грузинское застолье во главе с опытным тамадой превращается в наглядное знакомство с культурными ценностями грузинского народа, излагаемых в виде тостов.

Исконно грузинские блюда были известны уже во втором тысячелетии до нашей эры в древнегрузинских государствах Колхида (Эгриси) и Дияоха: *шоти* (разновидность хлеба), *хинкали*, *хачапури*, *сациви*, *харчо*, *чурчхела* и др...



Даже в рамках одной национальной кухни наблюдается «странствие рецептов», ибо в каждом уголке Грузии одно и то же национальное блюдо готовят с учетом особенностей местных ингредиентов и вкусов, поэтому различают *имеретинские хачапури*, *мингрельские хачапури*, *аджарские хачапури*. В Западной Грузии из кукурузной муки предпочитают делать *мчади* (кукурузный хлеб), а в Восточной – *гоми* (вроде мамалыги), причем в Мингрелии готовят особую разновидность

гоми с сулгуни – эларджи. Всемирно известные грузинские *чурчхелы* очень разные в разных уголках Грузии: *кахетинские чурчхелы* – с грецкими орехами и толстым слоем виноградного сока, заваренного с мукой, а на западе предпочитают фундук в более тонкой сладкой обертке. В горных районах Грузии (Сванетии) *хинкали* будут отличаться большим размером и полным отсутствием зелени, тогда как во многих уголках Грузии они готовятся несколько меньшего размера и с зеленью.

В результате интенсивного странствия рецептов мы можем наблюдать (а при желании и пробовать) в разных национальных кухнях весьма схожие блюда, которые имеют некоторые специфические черты, причем не только у родственных народов (славянская кухня), не только у населяющих один географический регион (кавказская кухня), но и у неродственных этносов, не являющихся соседями. Анализ грузинских национальных блюд в сопоставлении с болгарскими позволил обнаружить большое количество весьма схожих рецептов, что объясняется общностью исторических судеб этих народов. Пребывание Аджарии (около трехсот лет) и Болгарии (около пятисот лет) в составе Османской империи не могла пройти бесследно и оказало большое влияние на формирование национальной кухни этих регионов, в частности, и в аджарской, и в болгарской кухне много турецких блюд, претерпевших определенные изменения. Так, например, одно из исконных грузинских блюд – *хачапури* (особая разновидность сырного пирога), имеет в Аджарии много разновидностей: здесь пекут закрытые хачапури (наподобие имеретинских и гурийских), гостям этого прекрасного уголка Грузии особенно запоминается совершенно уникальный *аджарский хачапури* (открытый, выполненный в форме лодочки):

Но здесь популярны еще две разновидности хачапури, которые встречаются и в Болгарии, и в Турции: это *пеновани* (хачапури из слоенного теста, сложенного ромбом или треугольником) и *ачма*:



Рецепты данных разновидностей хачапури явно странствующие. В Болгарии очень популярна выпечка из слоенного теста с сыром – *баница* (или ласково *баничка*). А в Турции издавна готовят *берек*, который отличается от аджарской ачмы меньшим размером и количеством слоев. При всей схожести этих рецептов, которые распространились в период владычества Османской империи, в каждой стране есть свои хитрости и «изюминки» в приготовлении этих блюд. Прежде всего – разное качество сыра. В Турции и Болгарии предпочитают сыр типа брынзы (болгарский *сирене*), иногда добавляют творожную массу (болг. – *извара*). Иное качество грузинского сыра придает данному блюду другой вкус.

В каждой национальной кухне можно найти характерные для многих культур широко распространенные продукты, которые имеют яркие отличительные черты. Технология приготовления кисломолочных продуктов весьма схожа, но грузинский мацони отличается от русского кефира и айрана, столь любимого в Турции и Болгарии. Помимо этого в Болгарии используется совершенно уникальный кисломолочный продукт, получивший наименование – *кисело мляко*. Как справедливо отмечают авторы монографии «Болгария глазами грузин» М.Арошидзе и Т.Путкарадзе, неповторимый вкус многих болгарских блюд предопределен этим своеобразным продуктом. Это не йогурт, не айран, не грузинское мацони, этот специфический болгарский продукт не производится в других странах, он соединяет в себе вкусовые качества всех перечисленных кисломолочных продуктов, заменяет сметану и майонез. Что только с *кисело мляко* не делают: заправляют им салаты (один из вкуснейших салатов – *Снежана*), изготавливают напитки. Даже столь любимую болгарскими *греческую мусаку* –

запеканку из мясного фарша, картофеля, лука, помидоров, яиц, едят, конечно же, с кисело мляко. Но самым поразительным для нас оказался холодный суп *таратор*. Не ищите рецепт таратора в интернете, потому что в любой другой стране у вас получится (проверено неоднократно) лишь тараторообразная субстанция, таратор надо пробовать в Болгарии (Арошидзе, Путкарадзе, 2013:67).



Как видим, рецепты странствуют, но национальная специфика блюд все также привлекает туристов. Казалось бы, совсем простое известное всем славянам блюдо – блины, но кто ел настоящие болгарские палачинки. Тот знает, что они отличаются от русских блинов и консистенцией теста, и способом выпекания, особой тонкостью, многочисленными фруктовыми конфитюрами и приправами.

Странствующие рецепты приживаются лишь в соответствующих для их активации условиях. Влияние турецкой кухни, в которой очень популярно варенье из роз (*гюльбешекер*), нашло прекрасную почву в Болгарии, не случайно болгарскую розу называют «жидким золотом» Болгарии. Помимо розового масла, известного болгарского мыла, здесь производят вкуснейшее варенье из лепестков роз. В Грузии же, в результате отсутствия соответствующих условий, данный рецепт не прижился.

Явление странствующих рецептов весьма интересно с точки зрения языковой репрезентации. Анализ эмпирического материала свидетельствует о наличии особых национальных маркерах в случае трансформации рецептов (*ачма – берек, пеновани – баница* и пр.). Блюда национальной кухни, являю-

щиеся лакунами, сохраняют свою «исконную одежду» во всех языках (*чурчела, сациви, хачапури, шоти* и пр.). Гастрономический туризм требует большей информативности при выборе экзотических блюд, поэтому меню ресторанов уже давно перешли на вербально-визуальный формат с перечнем входящих в данное блюдо ингредиентов. Рекламные сайты же стараются объяснить своим потенциальным пользователям незнакомые блюда максимально сближая их с блюдами национальной кухни, так *хинкали* охарактеризованы как «*грузинские пельмени большого размера*», а *гоми* как «*грузинская каша из кукурузной муки*». И *грузинские хинкали* (с обязательным ароматным бульоном внутри теста, причем вместо мясного фарша в Восточной Грузии предпочитают рубленное мясо), и *русские пельмени* (которые подаются со сметаной), представляют собой интересные национальные трансформации «странствующего рецепта» (по одной из версий оба эти блюда имеют монгольское происхождение).

Таким образом, можно подытожить основные положения данной статьи следующим образом:

Во-первых, национальная кухня занимает важное место в языковой картине мира каждого этноса, отражая его историю, традиции, особенности быта, многочисленные межкультурные контакты. В перечне блюд национальной кухни лишь определенная часть может претендовать на роль исконных для данного этноса, большая часть представляет собой различные национальные вариации «странствующих рецептов».

Во-вторых, схожесть рецептов известных блюд объясняется разными причинами: генетическим родством данных народов (славянская кухня), проживанием их в одном географическом ареале (кавказская кухня), близкими соседскими взаимоотношениями (схожесть некоторых грузинских и армянских блюд), сходством исторических судеб, например, влияние кухни завоевателей на побежденные народы (схожие грузинские и болгарские блюда).

В-третьих, на современном витке цивилизационного развития человечества «странствованию рецептов» способствуют и такие факторы, как доступность интернет-рецептов,

межкультурный гастрономический туризм, разнообразие форм межкультурных связей.

В-четвертых, изучение национальной кухни любого народа весьма важно в лингвокультурологическом и этнолингвистическом аспектах: с точки зрения языковой репрезентации, наличия культурологических лакун, установления национальных трансформаций странствующих рецептов в зависимости от местных условий. Особым концептуальным феноменом является национальная кухня в сочетании с соответствующим этикетом (грузинская кухня и грузинское вино как составные части грузинского застолья в сочетании с такими концептами, как тамада и застольные тосты, в сжатом виде выражающие национальные культурные ценности).

Литература:

1. Арошидзе М., Путкарадзе Т., Болгария глазами грузин, Тб., 2013.
2. Зейналов М., Долма: армянская или азербайджанская? Русская служба Би-би-си, Баку, 27.12.2017.
<https://www.bbc.com/russian/features-42459675>.
3. Кравцов Н., Лазутин С., Русское устное народное творчество. Изд. Высшая школа, М., 1983.
4. Русишвили Н., Что ели грузины в древности?
<https://sputnik-georgia.ru/reviews/20160721/232789262.html>.

მარინე არაშვიძე

*ფილოლოგიის მეცნიერებათა დოქტორი, პროფესორი,
ბათუმის სახელმწიფო უნივერსიტეტი, საქართველო*

„მომთაბარე რეცეპტების“ თეორია რეზიუმე

თითოეული ერი არის უნიკალური ეთნო-კულტურული ფენომენი კარგად დამკვიდრებული ტრადიციებით, ეროვნული მენტალიტეტით, რომელიც ყალიბდება ამ ეთნოსის ფორმირების განმავლობაში. თითოეული ეთნიკური ჯგუფის სამყაროს ენობრივი სურათი ასახავს მის ისტორიას, ტრადიციებს, ყოველდღიურ ცხოვრებას და ა.შ., მსოფლიოს სურათში განსაკუთრებული ადგილი უკავია ეროვნულ სამზარეულოს.

ეროვნული სამზარეულოს კერძების ჩამონათვალში მხოლოდ გარკვეულ ნაწილზე შეიძლება ვთქვათ, რომ მოცემული ეთნოსისთვის ძირძველი კერძია; მათი უმეტესობა წარმოადგენს „მოხეტიალე რეცეპტების“ განსხვავებულ ეროვნულ ვარიაციებს, რაც სხვადასხვა მიზეზით აიხსნება: კონკრეტული ერების გენეტიკური წარმოშობით, ერთსა და იმავე გეოგრაფიულ არეალში ცხოვრებით, ახლო მეზობლური ურთიერთობებით, ისტორიული ბედის მსგავსებით. კაცობრიობის ცივილიზაციური განვითარების დღევანდელ ეტაპზე „რეცეპტების ხეტიალს“ ხელს უწყობს ისეთი ფაქტორებიც, როგორებიცაა ინტერნეტ რეცეპტების ხელმისაწვდომობა, კულტურათაშორისი გასტრონომიული ტურიზმი და კულტურათაშორისი კავშირების მრავალფეროვანი ფორმები.

Marine Aroshidze

*Doctor of Sciences in Philology, Professor,
Batumi State University, Georgia*

**Theory of Wandering Recipes
Summary**

Each nation represents a unique ethnic and cultural phenomenon with well-established traditions and national mentality that is being formed throughout the formation of this ethnos. The linguistic image of the world of each ethnic group reflects its history, traditions, and everyday life, etc., and a special place in this world image belongs to the national cuisine. Only a certain part dishes in national cuisine can claim to be indigenous for a given ethnos, whereas most of them represent various national variations of the so called "wandering recipes", which can be attributed to various reasons: the genetic relations of these peoples, living in the same geographical area, close neighborhood, the similarity of historical fates. At the current stage of the development of mankind, the "wandering of recipes" is further facilitated and intensified by such factors as the access to the Internet recipes, cross-cultural gastronomic tourism, and a variety in forms of intercultural connections.

ნანა კუცია, მირანდა თოდუა, მადლენა ოჩიგავა
ასოცირებული პროფესორები, სოხუმის სახელმწიფო
უნივერსიტეტი, საქართველო

სუფრის კონცეპტი კოსტომოღერისტულ ტექსტში

მსოფლიო კულინარიის მრავალტომეულის მერვე წიგნში – „ქართული კულინარია“ ვკითხულობთ: „ევროპისა და აზიის გასაყარზე მდებარე ქვეყანამ, ისტორიული ქარტეხილებისა და გამუდმებული ომების მიუხედავად, შეძლო და შეინარჩუნა უძველესი კულტურა, ტრადიციები, ფასეულობები.

გამორჩეული არქიტექტურა, მრავალხმიანი სიმღერა, ცეცხლოვანი ცეკვა, უგემრიელესი ღვინო, უძველესი, მრავალფეროვანი სამზარეულო არის ის, რითაც საქართველო სამართლიანად ამაყობს. საუკუნეების განმავლობაში ჩამოყალიბებულმა მულტიკულტურულმა გარემომ, უძველეს სატრანსპორტო გზაჯვარედინზე მდებარეობამ განაპირობა ქვეყნის მცხოვრებთა წეს-ჩვეულებების, ადათებისა თუ სამზარეულოს მრავალფეროვნება. სწორედ საქართველოზე გადიოდა ევროპისა და აზიის დამაკავშირებელი აბრეშუმის გზა, აქედან გამომდინარე, ქვეყანაში მალევე ხდებოდა ცნობილი მსოფლიოში აქტუალური ყველა სიახლე, შემოდიოდა უამრავი საქონელი: ოქრო-ვერცხლი, ფართლეული, ნელსაცხებელი, საკმაზ-სანელებელი. ქართული კულტურა წარმოადგენს ერთგვარ ნაზავს, სადაც გაერთიანებულია როგორც აღმოსავლური, ისე დასავლური ფასეულობები, რაც შეინიშნება ყველა სფეროში, მათ შორის, განსაკუთრებით, კულინარიაში...“ [16, 2-6].

კულინარია ავტონომიური სივრცეა, მაგრამ, იმავედროულად, ნაწილი, არსი არსთაგანი კულტურის ფენომენისა.

იმთავითვე უნდა განვსაზღვროთ, რომ ტრაპეზი ქართველთათვის არასოდეს ყოფილა ნაყროვანების სივრცე, პირიქით, ჰაგიოგრაფიაშივე ფიქსირებული მონაცემებით, „საზრდელის ხმევა“, როგორც ჩვენი წინაპრები ნათლავდნენ კვებას, თითქოს ლიტურგიის ნაწილი იყო. ქართველი მადლს სწირავდა უფალს, რომ განუჩინა, უწყალობა პური არსობისა. „გრიგოლ ხანძთელის ცხოვრებაში“ ვკითხულობთ, „მცირედითა საშვებლითა ფრიად იშვებდისო“ [6, 268] – ანუ ქართველი მამები მცირედითაც კმაყოფილდებოდნენ, თანაც – „ფრიად“.

ზემოთქმული არ ეხება მხოლოდ სასულიერო პირთ. ომში მიმავალ სპას თან ჩურჩხელა მიჰქონდა – ზიარების პარადიგმული ხატი – ვაზის სისხლითა და პურის ფქვილით ნათხზი პროდუქტი – სხეულისათვის ყუათიანი, სულისათვის – მარგებელი.

პოსტმოდერნისტულ ეპოქაში, ფასეულობების სამწუხარო გადაფასების ხანაში, როდესაც მრავალი ღირებულება დავიწყებას ეძლევა, „სოფელი მოსწრაფებით ირღვევა“ (პავლე მოციქული) ქართული მწერლობა ერთგულებს განვითარების მაგისტრალურ ხაზს და ინარჩუნებს ფასეულობათა ტრადიციულ სისტემას.

ყურადღებას გავამახვილებთ ქართული სუფრის კონცეპტზე ორი ტექსტის პასაჟებზე დაყრდნობით: პირველი გახლავთ საუკუნის ქრესტომათიული, კონცეპტუალური რომანი – „დათა თუთაშხია“ საკულტო ავტორის – ჭაბუა ამირეჯიბისა, მეორე კი – „ეკალა“ მწერალ-დრამატურგისა – ნინო ბასილიასი.

ინტერვიუების, ჩანაწერების, ესეების კრებულში „ნაფიქრალიდან“ ჭაბუა ამირეჯიბი რომანის შესახებ წერს, „დათა თუთაშხია“ ქართველი ერის დამოუკიდებლობის მოსამზადებელი საფეხურის მთხრობელი რომანიაო“ [2, 42].

დამოუკიდებლობა, სახელმწიფოებრიობა გულისხმობს პასუხისმგებლობას აწმყოს, წარსულისა და მომავლის წინაშე, შესაბამისად, ტრადიცი(უღობ)ას, ღირებულებათა ცოდნა-გააზრებას.

უცხოელის დაკვირვებით, „საქართველოში ღირებულეები ზნეობრივ-მხატვრულ მახსოვრობაში ძევს“ [5, 2]. „ზნეობრივ-მხატვრული მახსოვრობა“ მწერლობის პარაბოლურ სახელად შეიძლება გავიაზროთ, თავად მწერალი – „ზნეობრივ-მხატვრული მახსოვრობის“ დამმარხველად (შემნახველად).

პარაბოლიზმისა და პოლიფონიზმის ნიშნით აღბეჭდილ რომანში განზოგადება (პიროვნება – ერი – კაცობრიობა) გამუდმებით აქცენტირდება. გრაფ სეგედისთან საუბრისას სანდრო კარიძე განმარტავს: ერი და ხალხი „სრულიად განსხვავებული ცნებებია, წინააღმდეგობრივიც კი. „ერი“ არის გარკვეული ეთნიკური ორგანიზმი მთელი არსებობის მანძილზე. „ხალხი“ არის „ერი“ დღეს. „ერი“ ერთობ ხანგრძლივი, მდგრადი ფენომენია, ხალხი – დღესდღეისობითი, მსწრაფლწარმავალი... ხალხი ხელებია და ს ტ ო მ ა ქ ი, ერი – მაღალი ზ ნ ე ო ბ ა და შორსმჭვრეტელობა. ხალხი სულიერსა და ნივთიერ ღირებულეებებს ქმნის და, ვინაიდან მოთხოვნილება ყოველთვის სჭარბობს შექმნილს, მას აქვს დაუოკებელი მისწრაფება, მთლიანად შთანთქას არა მარტო ის, რაც თვითონ შექმნა, არამედ ისიც, რაც მანამდეა შექმნილი და შთანთქმას გადარჩენილი... ცხოვრება ს უ ლ ი ე რ ი და ხ ო რ ც ი ე ლ ი სარჩოს მოპოვების პროცესია, ხოლო ზნეობა – ამ პროცესის მომწესრიგებელი ძალა. ერის ცნებასა და ზნეობის ცნებას შორის ტოლობის ნიშანი ზის“ [1, 478].

საკრალური ტრიადა (პიროვნება-ერი-კაცობრიობა) არ გულისხმობს მხოლოდ აღმავალ აზრს: პიროვნება ერთან და ერი – კაცობრიობასთან მიმართებით არ არის კინი საფე-

ხური. ეს ნიუანსი ხაზგასმულია რომანში – პიროვნებაში ხედავს ერი თავის კრებით სულს და ერში ვლინდება კაცებრივი პოტენცია.

„ერი ინტერნაციონალური, საკაცობრიო სათავეა, რადგან კათედრალები და მანუსკრიპტები, ფრესკები და მონუმენტები, საბოლოო ჯამში, ინტერნაციონალურ საუნჯეს წარმოადგენს“ [1, 478].

ცნობილი ამერიკელი მწერალი და ესეისტი, სიუზენ სონტაგი წერს, „ყოველ ერს ხელახლა უხდება თავისი სულიერების პროექტის გამოგონებაო“ [14, 14].

მარადი ეთნიკური ორგანიზმი ამსოფლად ჟამიერ არტახებში მკვიდრობს.

თეოფილაქტე ბულგარელის მიხედვით, „ადამიანი თავად აკეთებს არჩევანს მიწიერსა და ზეციურს შორის“ [18, 76].

პიროვნული თავისუფლებით იწყება ერის ხალხად ქცევა.

რომანის ტექსტის ერთი პოსტმოდერნიტული პასაჟი („დიდებანტის ნაფიქრალად“ სახელდებული) ტრაგიკული სარკაზმითაა გაჯერებული: „სახელმწიფო არის **ნელ ცეცხლზე მოთუხთუხე, ვეებერთელა ს ა ლ ა ფ ა ვ ი ა ნ ი ქ ვ ა ბ ი და მოქალაქე – ქვაბთან ჭიპლართ მიერთებული არსება**. დგება დღე, თავს იჩენს სრულიად გაუგებარი საჭიროება, რომ საკვები მილი ვიდაცამ მაკრატლით გადაჭრას და აი, მაშინ ატაცებულ-აფოფინებული დარბის ათეულ მილიონობით ადამიანი, ყოველ მათგანს თავისი ჭიპლარი უჭირავს და ზოგი ძველ ქვაბთან კვლავ მიერთებას ღამობს, ზოგი ახალს დაექებს, ზოგი მხოლოდ მის წარმოდგენაში არსებულის პოვნას არის გადაგებული.... და ეს ორომტრიალი გრძელდება იქამდე, სანამ ვინმე ძველსავე ქვაბს სხვა საღებავით შეაღამაზებს და ახალ სახელს შეარქმევს. მაშინ ჭიპლარები

ისევ ტკიპებით ეკვირიან ქვებს და ქვეყანა ჰგოეს უკუნისამდე“ [1, 422].

ამგვარი – ფაბერული მიმართებისაგან არსებითად განსხვავებულია ურთიერთდამოკიდებულება პიროვნებისა (მამულიშვილისა, ერისკაცისა) და ერისა.

ერის (და არა ხალხის, ბრბოს) ცნობიერება ქმნის საგალობელთა ღვთაებრივ მელოდიას და საუკუნეთა შემდეგ „შენ ხარ ვენახი“ ს უ ფ რ ა ზ ე ცისარტყელას ნათელივით ჩამოდიოდა“ [1, 185]. „შენ ხარ ვენახი“ – ღვთისმშობლის საგალობელი.

განსხვავებით სახელმწიფო „ქვაბზე“ ჭიკლარებით (ანუ – მხოლოდ ფიზიოლოგიურად და არა გონისმიერად, სულისმიერად) მიერთებული უპიროვნო არსებებისაგან, ერი პ ი რ ო ვ ნ ე ბ ა თ ა ერთობლიობაა, **მიწიერი საზრდელის ხმევისასაც რომ უზენაეს სულიერ საზრდელზე ფიქრობს – ქართულ სუფრასთან** (კლასიკური ნიმუშია „თორნიკე ერისთავის“ ტრაპეზის ეპიზოდი).

სუფრა, საბას განმარტებით, „სპარსთა ენაა, ქართულად ტაბლა ჰქვიან, ... ტრაპეზი ბერძ(ნ)ულია, [ახევე] ტაბლას ჰქვიან“ [13, 118... 143].

„საქართველო ღვინის სამშობლოა, აქ ვაზი თითქმის ყველგან ხარობს. ქართულ ღვინოს განსაკუთრებული ტექნოლოგიით – ქვევრში აყენებენ, რაც სასმელს გამორჩეულ გემოსა და არომატს სძენს“ [16, 2].

ღვინო რიტუალური სასმელია. „მე ვარ ვენახი ჭეშმარიტი, მამაჩემი კი მევენახეა“ – „მე ვარ ვენახი ჭეშმარიტი და მამაი ჩემი მოქმედ არს. მე ვარ ვენახი და თქვენ – რტონი. რომელი დაადგრეს ჩემ თანა და მე – მის თანა, ამან მოიღის ნაყოფი მრავალი, რამეთუ თვინიერ ჩემსა არარაი ძალ-გიც ყოფად არცა ერთი. უკუეთუ ვინმე არა დაადგრეს ჩემ თანა, განვარდეს გარე, ვითარცა ნ ა ს ხ ლ ე ვ ი და განხმეს და შეკ-

რიბონ იგი და ცეცხლსა დაასხან და დაიწვას“ (იოანე 15, 1...6) [3, 320].

ახალი აღთქმის ქრესტომათიული ციტატა გალაკტიონს ინსპირაციად ჰქცევია – „მოხუცი მამა, მოხუცი მამა ს ა ს ხ ლ ა ვ ი თ ხელში დადის ვენახში. აქ თითო ლერწი და თითო ყლორტი შენზე ოცნებას დაემგვანებაო“, ვკითხულობთ ასევე ქრესტომათიულ ტექსტში – „მამული“ [15, 68]. მოხუცი მამა მამადმერთის პარადიგმაა – „მოხუცებული ვინმე სახედ ძუელთა დღეთასა... თვალნი კაცობრივნი ვერ შემძლებელ იყუნეს განცდად პირსა მისსა“ – რევაზ სირაძეს მოჰყავს ციტატა ნიკოლოზ გულაბერისძის „საკითხავიდან“ [12, 111].

აკა მორჩილადის პოსტმოდერნისტულ რომანში „ობოლუ“ ციტირებულია: „ჭური მოვხადეთ და ამოვარდა. დაღვევა კი არ არის მთავარი, მთავარია, რაც ამოვარდება –

ს ა ქ ა რ თ ვ ე ლ ო ამოვარდება ხოლმე, თუ იკადრებს და მოეწონება ღვინო... იცით, კიდევ რა არის მაგარი? ღვინის ჩამოსხმის ხმა რომ ისმის. ეგ ისმის მარტო მარანში, ან ტყეში (სუფრასთან არ ისმის) და ისმის მანამდე, სანამ დათვრები. მერე ქრება“ [9, 123-124].

სადღეგრძელო ქართული სუფრის განსაკუთრებული ეპიზოდია. „დღეგრძელობა“/„მრავალჟამიერი“ ერთი და იგივე კონცეპტია.

გრიგოლ რობაქიძის „გველის პერანგში“ „მრავალჟამიერის“ საქართველოს სხვადასხვა კუთხეში გავრცელებული ვარიანტების შესახებ ვკითხულობთ: „მღერიან „მრავალჟამიერს“ კ ა ხ უ რ ს [ხაზი ჩვენია], რომელიც მოდის, როგორც ალაზნის ველი, ჯერ ნელი, მერე – ახშირებული, მერე – ამწვარი, შემდეგ – ნაპირებგადალაზხული, ბოლოს – მოქნეული, როგორც საღტე. აქ ლხინია ვაჟკაცის, რომელიც ომიდან დაბრუნდა გამარჯვებული.

მღერიან მრავალჯამიერს ქართლურს, რომელიც იღვრება, როგორც ქართლის ველი მღორე, ჯერ ისიც – შენელებული, შემდეგ – გაქანებული, შემდეგ – ქედგაზნექილი, შემდეგ – ქედგამართული – აქ არის ციხის დაცვა მეციხოვნეთა, რომელთაც იციან განდობა და გატანა. გაუძლებს ციხე ყოველთვის შემოსეულებს?! და სიმღერას ბოლოში გაგუდული ბოღმა გადაჰკრავს ოდნავ.

მღერიან მაღალ „დელიას“ – თითქო დამცხრალ გრიგალს, იმერთა მთებიდან შენელებით ხევებში ჩაშვებულს. ეს სიმღერა იშვიათია – აქ არის კახის ლხინი და ხმალი, ქართლ(ელ)ის სიმტკიცე და ფარი, სვანის ჯავშანი და „ლილე“, ხევსურის შუბლი და შემართება...

მღერიან, მღერიან, თითქო დედოფალი მოჰყავდეთ ერთიმეორეს გადაჭდობილ გაშიშვლებულ ხმლებზე... ქართველთა ქეიფმა დროარიცი [11, 37]. ციტატის ბოლო წინადადებაც ზედროულობის კონსტატირებაა – მრავალი ჟამის, ჟამის მრავლობის, უსასრულობის, დაუსრულებლობის ნატვრა...

რომან „დათა თუთაშხიას“ პოსტმოდერნისტულ მხატვრულ ქსოვილშიც (როგორც რობაქიძის ტექსტის მოდერნისტულ ფაქტურაში) გამუდმებით იღანდება მარადი ღირებულებები, ტრადიციული ფასეულობები: **„ქართული სუფრა ქართულ სიმღერასა ჰგავს – სხვადასხვა ხმაზე ვმღერით და კონტრაპუნქტში ვერთიანდებით. არ არსებობს თანხმობა იმ თანხმობაზე დიდი, რომელიც აზრთა სხვადასხვაობით მიიღწევა“** [1, 186].

სწორედ სუფრასთან მართავენ ქართველნი ეგზისტენციურ საუბრებს [შდრ. პლატონის „ნადიმის“ კონცეპტი“. ქართული მრწამსით, „რაც მტრობას დაუქცევია, სიყვარულს უშენებია“ – „ყველასთვის უცხო და ყველასთვის გაუგებარი“ (გალაკტიონი, „კოშკი“) სიბრძნეა, ლამის თვით ქართველთათვისაც გაუგებარი – სახელმწიფოებრიობის ქონის

დროინდელია, „დათა თუთაშხიაში“ არეკლილ ისტორიულ ეპიზოდში კი (მეცხრამეტე-მეოცე ს.ს. მიჯნაზე) ერს სახელმწიფოებრიობა აღარ გააჩნია, სხვის გოდოლშია ჩაშენებული, ერადყოფნის მისტერიას ვერ გზნებს, „ერი“ „ხალხად“ ტრანსფორმირდება (ზნეობა-სულიერებიდან – „სტომაქხელებად“).

ტექსტი ღრმა განაზრებებს გეთავაზობს: „სიბრძნე ნალექია „იმ სიყვარულისა, კახურ „მრავალქამიერში“ რომ მღერიან, მტრობით დანგრეულს რომ აღაშენებს. იქ ჯერ სიყვარულზეა ნათქვამი, მტრის ვერგახარების პირობად სიყვარულია მიჩნეული. ტექსტიც და მუსიკაც ათასწლეულები ს ნამუშევარია და აქ შემთხვევითობა გამორიცხებულია“ [1, 186].

ამონარიდშიც „ათასწლეულთა ნამუშევრობა“ აქცენტირდება. ერის სანდრო კარიძისეულ დეფინიციაშიც დროით ხანგრძლივობას გაესმის ხაზი (გავიმეორებთ ზემოთქმულს): „ერი არის გარკვეული ეთნიკური ორგანიზმი მთელი მისი არსებობის მანძილზე... ერი ერთობ ხანგრძლივი, მდგრადი ფენომენია“ [1, 477].

ღროში ხანგრძლივობა, განფენა, ღროის წარმავლობისა და მარადისობის მანუგეშებლობის განცდა სიმღერად ჩამოქნის ღროისავ საგალობელს – „მრავალქამიერს“, აბსოლუტურად განსხვავებულს სეთურისეული „პოლიქრონიონისაგან“ (პოსტმოდერნისტული „თამაშია“ ის, რომ ორივე საგალობელს ერთი და იგივე სახელი ჰქვია, ოღონდ – სხვადასხვა ენაზე, ქართულად და ბერძნულად, პირველ შემთხვევაში – პოზიტიური, მეორეში – ნეგატიური დატვირთვით).

რომანში სწორედ სუფრასთანაა ფიქსირებული და გააზრებული ქართველი ერის ბუნების ერთი უიდუმადესი, ამაღლებული შტრიხიც: „არაკი ვიცი ერთი. ჩვენი არ არის ის... ლომია დაჭრილი იმ არაკში, სისხლი მოდის მკერდიდან და გარშემო აფთრებს სიხარული აქვთ და ზეიმი, ლომი რომ

კვდება და ლეში მათ რომ დარჩებათ. გაგულისდება ლომი, მოიკრებს უკანასკნელ ძალ-ღონეს, წამოუხტება აფორებს, სისხლის გუბებს დააყენებს მათსას. იბრძოლებს დიდს, გამოეცლება ილაჯი, ჩავარდება მათი სისხლის გუბეში და ბანაობს შიგ. ისეა არაკში, მტრის და მოშურნის სისხლმა უნდა მოუშუშოს და შეუხორცოს ჭრილობა ლომს. ახლა, „არწივი“ რომ არის, ქართული ლექსი, მისი დამწერი დიდი კაცია ძალიან, ქართველებში ყველაზე დიდი იყოს, იქნება, დღეს... ამ დიდ კაცს რატომ არ მოუვიდა, ნეტავი, აზრად, მისი არწივიც წამოფრენოდა ყვავ-ყორანს, ბუმბული გაეფანტა მათი და შეება მისცემოდა მით? რატომ და, ასე რომ ექნა, გაბოროტებისა და ჯავრის ამოყრის მაგალითი უნდა მიეცა სხვისთვის. არ ქნა მან ეს“ [1, 197].

ეს იგივე ქმედებაა, რაც სიმღერისეული „რაც მტრობას დაუქცევია“ – „ათასწლეულს ნამუშევარი“, „შემთხვევითობას“ რომ გამორიცხავს.

მიტევების ნიჭი, მართლმადიდებლური სწავლებით, განიმარტება, როგორც ღვთიემიმადლებული უნარი: „უფროისად ვწუხდეთ ბოროტის მყოფელთათვის, რამეთუ ევნების უფროისად ბოროტისმყოფელთა, ვიდრეღა რომელთა უყონ ბოროტი“ [7, 90].

ეს კონცეპტიც, ყოფიერების ეს პრინციპიც „ათასწლეულთა ნამუშევარია.“

სუფრა ოჯახის კულტურის ერთი უარსებითესი ნიუანსია. ტექსტში ოჯახი მოაზრებულია, როგორც „სახლი სათნოებისა და სახლი სიყვარულისა“ [1, 339]: „ოჯახის სახელი სუფთა უნდა დარჩეს ხალხის და მომავლის თვალში... შენს სამშობლოში შენი ოჯახის დესპანი უნდა იყო და სამშობლოს გარეთ – შენი ერის დესპანი, რადგან შენი საქციელი შინ შენი ოჯახის სახეა და გარეთ – შენი ერის“ [1, 369].

ერის სულიერი მოდელი იდეალურ გარეგნულ ფორმას მხოლოდ ეროვნულ სახელმწიფო(ებრიობა)ში პოვებს, მაგ-

რამ, ისტორიული გამოცდილებიდან გამომდინარე, „მცირე ერი სახელმწიფოს ვერ შექმნის, თუ ამით კაცობრიობის ან მისი ერთი ნაწილის წინაშე რაიმე სამსახური არ აღასრულა. სახელმწიფოს შექმნას საერთაშორისო ფუნქცია, ისტორიული მისია სჭირდება“ [1, 195].

ერის პერსპექტივა არცთუ ნათელ ფერებში წარმოჩნდება რომანში: „ს ა შ ო ვ ა რ ს გადაგებული, დათითოკაცებული, ყ ო ფ ი ლ ი ერი ვართ და სანამ კავკასიაში ფუნქცია არ შეიქმნება, მანამ ქართველებისთვის სახელმწიფო – ფა-ფუ...“ [1, 199].

სკეფსისი უამიერია, რადგან ერის სულის „მაწვნის დედაა“ მარადიული: „რამდენჯერაც უნდა დაეცეს და გაირყვნას კაცთა მოდგმა, რამდენჯერაც უნდა გაიმეტონ მოსაშთობად, იმდენჯერ გადაარჩენს განგება დათა თუთაშხიას, როგორც კვეთსა და მაწვნის დედას“ [1, 380], რადგან დათა თუთაშხია ერის კრებითი სულის – თუთაშხას მიწიერი ჰიპოსტასია, თუთაშხასი, რომლის სულმა დაუტევა ხორცი მიწასა ზედა, აღეველინა ცად, დაჯდა მთოვარედ და იქმნა ძე იგი ხორციელი ღმერთად“ [1, 406].

რომან „დათა თუთაშხიას“ კონცეპტი ლაკონიურადაა გადმოცემული მწერლის ესეებისა და ჩანაწერების წიგნში „ნაფიქრალიდან“ [2, 10] – წიგნის წინათქმაში (მიმართვა ატოცის წმინდა გიორგისადმი, ამირეჯიბთა საგვარეულოს მფარველისადმი): „ატოცის წმინდა გიორგი, თეთრო რაინდო... შევედრე ყოვლისა განმგებს, სულიერთა და უსულთთა წერათმწერალს, დაუდგინოს ქართველთ საქმე და მიზანი ერთობლივი, რომლის ძალითა და წყალობით შეიკვრის ერი ერთს სულად და ხორცად, ვინაითგან არა ხალხის მიერ იქმნება სახელმწიფო, არამედ ერისმიერია იგი, რამეთუ ხალხი დღევანდელი ერია მხოლოდდა, ხოლო ერი – ესაა ხალხი დღეს, წარსულსა და მომავალში, მარადისობაა ერი... შევედრე, არწმუნებინოს ყოველ ქართველს, თუ რამ გააჩნია

მას, თავისი სახელმწიფოსგან აქვს და არა რა არის ქონება, დიდმოხელეობა თუ სხვაფრივ მოხვეჭილი ს ა რ ჩ ო და სახელის უსამშობლოდ, რადგან შენი ერი და სახელმწიფოა საწყისი და ფუჭე ყოვლისა პირადის სიკეთისა...“

და მაინც, რა არის სამშობლო? შეიძლება სამშობლო მცენარის პარადიგმამდე „დაიწუროს“?

მარინა ცვეტაევას დიდებულ პოეზიაში არის სტრიქონები:

«Всяк дом мне чужд, всяк храм мне пуст и все равно и все едино...»

Но если по дороге куст встает, особенно п р я б и н а.....» [19, 234]. „მწერლისთვის უმჯობესია, ბოლომდის არა თქვას სათქმელი, ვიდრე თქვას ზედმეტო“ [17, 253], წერდა კამიუ. არც ცვეტაევა ამბობს ზედმეტს. სათქმელს ორად-ორი სიტყვა – «особенно, прябина» და მეტყველი მრავალწერტილი იტყვის...

სწორედ მცენარე იქცევა მამულის პარადიგმად ნინო ბასილიას პოსტმოდერნისტულ ტექსტში.

„ქართული სამზარეულო ერთ-ერთი გამორჩეული და უმდიდრესია მსოფლიოში. საგრძნობი განსხვავებაა თვით ქვეყნის რეგიონულ სამზარეულოებს შორისაც კი. აღმოსავლეთ საქართველოში უფრო ხორცის, ღვინის, პურეულისა და ცხოველური ცხიმების სიჭარბე შეინიშნება, დასავლეთ საქართველოს სამზარეულო კი ნიგეზითა და წიწაკით შეზავებული საწებლების, მ ხ ა ლ ე უ ლ ი ს, რძის მრავალფეროვანი პროდუქტების კერძებით გამოირჩევა“ [16, 2].

დასავლურქართული კულინარიის ერთ-ერთი შედეგურია ეკალას მხალი, ნინო ბასილიას ნოველის ინსპირაცია. „ეკალა“ გაზეთ „ჩვენი მწერლობის“ მიერ 2003 წელს გამოცხადებული ლიტერატურული კონკურსისათვის დაიწერა.

ისევე, როგორც ჭაბუა ამირეჯიბის კონცეპტუალურ ტექსტში, ნინო ბასილიას ნოველაშიც ტრაპეზი სცდება ხორციელ სივრცეს და სულიერ-ისტორიულ, მეტაფიზიკურ

პლანში გადადის: სიყრმის მეგობრებსა და რამდენიმე უცხოელ სტუმართან ერთად რესტორანში მოქეიფე თამადა დაუინებით ითხოვს სუფრაზე ეკალას შემოტანას. გერმანელები გაოცებულნი არიან სადღეგრძელოთი და „რადაც ბალახის“ დაუინებული მოთხოვნითაც, სადღეგრძელოზე კი ამბობენ, „დას იზ ფილოსოფი, გუდ, ზერ გუდ, ფერშტეინ, ფერშტეინო.“

სადღეგრძელოშიც „დათა თუთაშხიასეული“ კონცეპტი გამოკრთება: „ადამიანი, მეგობრებო, ნერვების წნულია, თითო ნერვში თითო ცხოვრება გადის. ის თითო ცხოვრება თითო მეგობარია... წარმოდგინეთ, რა ცხოვრებით უნდა ვიცხოვროთ, რომ ამ ნერვებმა ამგვარ წნულში ერთმანეთს ხელი არათუ არ შეუშალოს, არამედ, სიამტკბილობასა და სიყვარულში გავატაროთ სიცოცხლე“ [4, 5] (მდრ. ზემოთ მოყვანილი ციტატა: „არ არსებობს თანხმობა, იმ თანხმობაზე დიდი, რომელიც აზრთა სხვადასხვაობით მიიღწევა“ [1, 186]).

„სადღეგრძელო რაა, ნამდვილი ფილოსოფია ეკალაო“, დაუინებია თამადას... და, როცა, როდის-როდის, მთარმთმევენ, ახალ სადღეგრძელოს ბრძანებს: „მეგობრებო, ეკალა მარტო საჭმელი რომ იყოს, რესტორნების მენიუში ვერ მოხვდებოდა... აბა, რა საჭმელია ეკალა?! ბალახია, ტონა ნიგოზი თუ არ უქენი, პირს ვერ დააკარებ, მაგრამ ეკალა ს ა მ შ ო ბ ლ ო ა და სუფრაზე თუ არა არის, რა აზრი აქვს ქეიფს?!“

ეკალა სამშობლოა, რადგან სხვაგან არ იცის/იციან ეკალა...

სამშობლოა, „ქვევრიდან რაც ამოვარდება“ აკა მორჩილადის „ობოლეში“....

იმავე გერმანულ სივრცეში, მიუნხენის კაფეში, ხორცს „კიკინის“ (დეტალის დიდოსტატია ნიკო ლორთქიფანიძე) ელი გორდელიანი და მწარე ფიქრს ფიქრობს: „ამას მოუხდებოდა მძაღე ან კვაწარახი...“ („შელოცვა რადიოთი“) [8, 83] – ძალად/იძულებით ემიგრანტმა იცის, რომ **სამშობლო გემოცაა,**

ყოფიერების გემო... უსამშობლოდ ყოფა უ გ ე მ უ რ ი ა – გადაღუღებული წყალივით, რომელსაც, გალაკტიონის კონცეპტით, „ძარღვი არა აქვს“....

სწორედ აღნიშნული კონცეპტი მკვეთრდება ქართული პოსტმოდერნიზმის (ისევე, როგორც მოდერნისტულ) კონცეპტუალურ ტესტებში – ადამიანი ბედნიერი მხოლოდ სამშობლოშია, სადაც „მრავალჯამიერი“ სუფრაზე „ცისარტყელას ნათელივით ჩამოდის“...

ლიტერატურა:

1. ამირეჯიბი ჭ., დათა თუთაშხია, სიღნაღი, 1997.
2. ამირეჯიბი ჭ., ნაფიქრალიდან, თბ., 2007.
3. ახალი აღთქმა, თბ., 2001.
4. ბასილია ნ., ეკალა, „ჩვენი მწერლობა“, 12-18 დეკემბერი, 2003.
5. გაჩევი გ., საქართველოს კოსმოსოფია, „არილი“, 9 მარტი, 1996.
6. გიორგი მერჩულე, გრიგოლ ხანძთელის ცხოვრება, ქართული მწერლობა 30 ტომად, ტ. 1, თბ., 1987.
7. იოანე ოქროპირი, ოქროს წყარო, თბ., 1905 (1990) – რეპრინტი.
8. ლორთქიფანიძე ნ., მოთხრობები (ერთტომეული), თბ., 1981.
9. მორჩილაძე აკა, ობოლე, თბ., 2012.
10. ნიკოლოზ სერბი, განშორება, „საპატრიარქოს უწყებანი“ N7 (214), 21-27 თებერვალი, 2003.
11. რობაქიძე გრ., გველის პერანგი, თბ., 1988.
12. სირაძე რ., ქრისტიანული კულტურა და ქართული მწერლობა, წ.1, თბ., 1992.
13. ორბელიანი სულხან-საბა, ლექსიკონი ქართული, წ. 2, თბ., 1993.
14. სონტაგი ს., დუმილის ესთეტიკა, ჟურნ. „ხელოვნება“, N5, 1990.
15. ტაბიძე გ., ლექსები 2 წიგნად, წ. 1, თბ., 1988.

16. ქართული სამზარეულო, სერია „მსოფლიო კულინარია“, №. 8, „ბალიტრა ლ“, თბ., 2011.
17. Камю Альбер, Творчество и свобода (Статьи, эссе, записные книжки), М., 1990.
18. Феофилакт Болгарский, Благовестник, Издание сретенского монастыря, 2000.
19. Цветаева М., Стихотворения в двух томах, т.1, М., 1989.

Nana Kutsia, Miranda Todua, Madlena Ochigava
Associate professors, Sokhumi State University, Georgia

**„Supra“ („The Feast“, „The Teble-Talk“) Concept in
the Texts of Postmodernism**

Summary

„Supra“ is an important part of Georgian lifestyle and world-outlook. Georgians, as one of the most ancient peoples in the world, respect their traditions and rituals. Their toasts reflect attitude to the Lord God, the Motherland as well as to the Past, the Present, the Future.

Georgian „supra“ (the feast, the table-talk) is reflection of liturgy – Georgians are grateful for „the daily bread“ and happiness of being.

The article shows Georgian „Supra“ traditions reflected in the conceptual novel of Georgian postmodernism – „Data Tutashkhia“ by Chabua Amirejibi and the short-story „Ekala“ by Nino Basilia.

Нана Куциа, Миранда Тодуа, Мадлена Очигава
*Ассоциированные профессора, Сухумский Государственный
Университет, Грузия*

Концепт «Супра» («Застолье») в текстах постмодернизма
Резюме

«Супра» («застолье») – важная составляющая грузинского образа бытия и мировоззрения. Грузины – один из древнейших народов мира, чтят традиции и ритуалы. Их тосты отражают отношение к Богу, Родине, прошлому, настоящему, будущему.

Застолье – это литургия – грузины благодарны Богу за «хлеб насущный», за счастье Бытия.

В статье изучены традиции грузинского застолья, отраженные в концептуальном романе грузинского постмодернизма «Дата Туташхия» Чабуа Амiredжиби и новелле Нино Базилия «Экала».

Илона Манелиду

Фракийский Государственный Университет, Греция

ВОССОЕДИНЕНИЕ С ПРИРОДОЙ ПОСРЕДСТВОМ ПИЩИ: ДИКИЕ ТРАВЫ ГРЕЦИИ

Кто мог бы не согласиться с тем что искусство обширно питается символическими гастрономическими идеями. Следовательно парадокс пищи состоит в том, что преодолев практическую диетическую роль, она поддерживает по аналогии дух, особенно когда превращается в эйфорический инструмент памяти.

В нашем докладе мы рассмотрим гастрономическое блюдо «хорта» и философию, которая скрывается за ним. Мы поговорим о парадоксе и в большей степени об отсутствии знания диких трав природы, но также о довольно древней традиции средиземноморской кухни, в основном устной. Кроме того, мы проанализируем понятие «мераки» как творческого процесса. А также и о более абстрактной и духовной функции пищи и ее приготовления.

Целью этой работы является наблюдение за функцией наших органов чувств посредством пищи, которую мы собираем и потребляем сами. Польза диких трав для человека, будь то поэтическая, терапевтическая или чисто физическая, к сожалению, совершенно игнорируется. В большей мере наш текст представляет с собой предложение читателю иного подхода в отношениях человека и природы.

*Medicus curat, natura sanat
Врач лечит, природа исцеляет*

Примерно в 460 году до нашей эры на острове Кос (гр. Κως) в восточной части Эгейского моря родился древнегреческий целитель, врач и философ Гиппократ (др.-гр. Ἱπποκράτης) и вошел в историю как «отец медицины». Потомок Асклепиадов. Ученик Демокрита и софиста Горгия, он много путешествовал, а среди мест где он лечил людей указаны Фессалия, Фракия и Македония и др. В середине 3 века до н.э. в эллинистический период в Александрии были собраны меди-

цинские трактаты Гиппократ в единый корпус известный как Корпус Гиппократ.

Гиппократ был одним из первых, кто в своих учениях о заболеваниях говорил, что они возникают вследствие природных причин. Гиппократ считал, что заболевание является последствием природных факторов, нарушения питания, привычек и образа жизни человека.

В те времена существовали две медицинские школы книдская и косская. Согласно книдской лечение назначалось в зависимости от симптома на основе его вычленения. В Косской школе же искали причину заболевания. Наблюдение за больным и создание такого индивидуального режима, при котором человеческий организм мог бы сам справиться с болезнью являлся основополагающим принципом философского подхода косской школы «не навреди». По нашему мнению этот принцип проходит через столетия и тысячелетия не только в области медицины, но и в литературе, гастрономии и др. Вспомним толстовское «непротivление злу насилieм». Хотя, к сожалению человечество часто выбирает книдский подход на своем пути к усовершенствованию.

Учение медицины Гиппократ о темпераменте человека и зависимости его общего поведения от соотношения четырёх жизненных соков, является бесценным, сохранившимся до наших дней, наследием не только для греческой культуры, но и всего человечества. Кровь – гр. *Αίμα*, лат. Sanguis; желчь – греч. *χολή*, черная желчь – греч. *μέλαινα χολή*; и слизь – греч. *Φλέγμα* (флегма, лимфа). Нарушение гармонии и преобладание одной из этих жизненных сил и определяет темперамент по классификации Гиппократ: сангвиник, холерик, меланхолик, флегматик. Для медицины Гиппократ *тип телосложения и душевного склада* человека имел практическое значение для установления диагноза и выбора метода лечения. Согласно Гиппократу каждый тип предрасположен к определённой группе заболеваний.

Vita brevis, ars longa

Жизнь коротка, искусство (долго)вечно

По данным источников этот афоризм хочет принадлежать Гиппократу, полностью звучит так; «ὁ βίος βραχύς, ἡ δὲ τέχνη μακρή, ὁ δὲ καιρὸς ὀξύς, ἡ δὲ πεῖρα σφαλερὴ, ἡ δὲ κρίσις χαλεπὴ» (др.-греч.), т.е. «Жизнь коротка, наука длинна, случай шаток, опыт обманчив, суждение затруднительно».

Под греческим словом *τέχνη* (ремесло, искусство) в греческом языке подразумевается сумма творческой деятельности человека основанного на духовном понимании, разработке и возрождении общего опыта повседневной жизни в связи с социальным, культурным, историческим и географическим контекстом, и управляемого ими. Это более широкий термин, чем искусство, используемый для описания процесса, продукт которого является чем-то за природным, который следует правилам создателя. Следовательно, термины с общим корнем, такие как *τεχνικό* (технический), *τεχνίτης* (ремесленник), *καλλιτέχνης* (художник), приписываются человеческим творениям и действиям, произвольным по отношению к развитию мира природы. В западном мире *искусство* описывается как art, от латинского *ars*, что частично означает приводить в порядок, улаживать, составлять, осмысленный синтез чего-либо. Др.-греч. понятие *Techne* (искусство, мастерство, умение) в широком понимании этого слова является выражением человеческого творения и фантазии. Можно сравнить со старорусским *рукодело*. Для естественного греческого языка понятие *τέχνη* не сузилось в своём значении до понятия термина искусство, что наблюдается в европейских языках. Оно продолжает своё существование как способ действия. Оно очень близко и к понятию *мастерство или умение и любовь к какому-либо делу* в русском языке, когда мы говорим н-р, искусство вождения, искусство жизни, искусство лечить, искусство кулинарии и др. В этом афоризме слово *τέχνη* переведено как *наука* и, мы вполне можем согласиться с таким переводом.

Гиппократу приписывается фраза, которая гласит, что *мы есть то, что мы едим*. Подобные фразы приписываются множеству философов от Конфуция и Пифагора до Фейербаха и т.д. Он мастерски изложил принципы рациональной диетологии, указывая на необходимость питать больных, даже лихорадочных. С этой целью указал на необходимые диеты при

различных заболеваниях. Он знаменит понятиями об этике, осторожностью в лечении. Великий медик советовал не злоупотреблять лекарственными препаратами, доверять больше природе. При жизни открыл более 300 видов лекарств. До сегодняшнего дня практикуется их применение, некоторые из них это мед, маковый отвар, сок молочая и др. Считается, что Гиппократ уделял особое внимание при лечении душе больного, его желанию жить и не приписывал положительный исход выздоровления тела исключительно заслугам лечащего врача.

В наши дни на родине Гиппократа на острове Кос существует Ботанический сад Гиппократа, занимающий более 4000 квадратных метров. Он был основан в Платани, на Мелатроне Гиппократа (Hippocratic Melathron, Platani, Kos), где находится Международный Фонд Гиппократа, расположенный рядом с местом археологических раскопок Асклепиона. Для создания сада было посажено более 250 растений, которые Гиппократ использовал в своей медицинской практике. «2500 лет Гиппократа» – так называется организация, которая следит за развитием сада и поддерживает исследование и изучение работ Гиппократа, а также знакомит с ними широкую общественность.

В настоящее время работа «Отца медицины» признана и изучается по всему миру.

Не удивительно, что сегодня мы используем те же травы и растения, которыми пользовался Гиппократ, до сих пор получая пользу благодаря их лечебным, ароматическим и косметическим свойствам. Зверобой, который использовал Гиппократ, известный своим противовоспалительным и заживляющим действием используется почти в каждой семье. Греки не пользуются особо чаями из лекарственных трав, но трудно сегодня найти греческую хозяйку, у которой в аптечке не водится зверобоевое масло. Для его приготовления свежесобранные цветки зверобоя заливаются оливковым маслом, ставятся на месяц в стеклянной таре на солнце. Душица Критская обладает тонизирующими и стимулирующими свойствами и помогает при гинекологических нарушениях. Ива является сырьём для аспирина, Мандрагора борется с депрессией, Ладанник, Авраамово дерево и плющ – растения, которые обладают лечебным действием и т. д.

В нашей статье мы рассмотрим использование дикорастущих лечебных трав и растений, которые широко применяются в средиземноморской кулинарии. Конкретно, мы займёмся первым блюдом в меню греческих ресторанов в списке салатов. Блюдо из свежих листьев или побегов, или цветов дикорастущих лечебных трав называется по-гречески *χόρτα* (мн.ч.) (в сельском хозяйстве эти травы называют просто сорняками). В переводе на русский звучит очень просто – *травы*. Из дикорастущих растений в традиционной кулинарии Крита и других регионов страны готовятся также различные запеканки и пироги так называемые *πίτες*. Для наглядности можно представить запеканку из капусты у русских, или слоённое хачапури с начинкой из шпината и сыра в грузинской кухне, только вместо капусты или шпината начинка готовится из букета различных трав и цветов.

Испокон веков, как принято считать в Греции, традиция приготовления хорта передаётся из поколения в поколение. Можно подумать, что сбор и приготовление этого блюда чисто женское занятие, но часто сбором и продажей занимаются старики, и кроме того дают очень полезные советы о пользе каждой травы для здоровья и способе их приготовления. В деревнях поздней осенью, зимой и особенно ранней весной, когда сельскохозяйственные работы не идут интенсивно, жители выходят на свои *χωράφια* (поля), чтобы собрать целебные, согласно их традиции, дикорастущие лекарственные растения перед тем как они расцветут и будут скошены. Греки, особенно старшее поколение, очень часто употребляют фразу «еда наша – это наше лекарство». Именно зимой и весной особо чувствуется недостаток в витаминах, минеральных веществах, энзимах и т.д. Пост перед Пасхой по христианской традиции можно без малейшего урона здоровью или эстетике перенести на диете, которая как говорят в Греции была основана философом Гиппократом. В меню фасоль, чечевица, оливковое масло, дикие травы. Все травы, которые используются в греческой кухне и их лечебные свойства хорошо были известны, как мы знаем из источников, Гиппократу и дополнены описаниями Диоскорида, Галена. Авиценны, Ганемана и многих других ученых медицинской науки, гомеопатии, ботаники, фармакологии и др.

Благодаря современной технологии у каждого из нас есть доступ к сокровищнице окружающей нас природы. Не так давно появился новый App или программа для смартфонов, где мы можем по фотографии, которую снимем и отправим тут же на поиск, идентифицировать сфотографированное на месте растение и получить его латинское название, принадлежность к семейству, роду и виду, согласно международной классификации. Несомненно требуется, бдительность, наблюдательность и перепроверка данных из других источников: книг, энциклопедий, сайтов по ботанике, по народной и официальной медицине, и т.д. Здесь мы хотим напомнить, что слово технология имеет общий корень с греческим словом *τέχνη (Techne)*, указанным выше. Произносится «*техни*» как в русском *техника*, если фонетически не смягчить согласный «т» и «н», а произнести их твёрдыми, то будет совсем по-гречески. Все, что изобретает человек, или попадает в его руки, он может использовать во благо человечества.

Перед тем как перейти к последней части нашей статьи, которая будет непосредственно касаться латинских названий всех ингредиентов блюда *χόρτα* и его приготовления, мы ненадолго задержимся на одной очень важной детали, без которой, как говорят греки не возможно приготовить настоящее блюдо, способствующее не только насыщению, но и сохранению и, особенно, улучшению состояние здоровья и духа. Достоянием нематериального наследия страны является множество описаний того как поиск, заготовка и употребление в пищу дикорастущих трав и растений спасали греческий народ не только от голода, но и бесчисленных болезней во времена войн, изгнаний, катаклизмов, и всякого рода кризисов, выпадающих на его долю. К счастью, все чаще и чаще такие истории, которые любят рассказывать старики, опыт и воспоминания фиксируются в научных статьях, документальных фильмах и даже иногда в передачах по традиционной гастрономии разных регионов и островных районов Греции. И конечно, ни одна из историй не обходится без оговорки на необходимое условие для приготовления блюда *χόρτα*. А условие это требует наличия *μεράκι*, ведь на приготовление этого блюда может уйти много времени и сил.

В Новогреческо-русском словаре И. П. Хорикова в статье *μεράκι* мы находим значения *страсть, стремление, хороший, тонкий вкус (имеет и др. значения)*; *με μεράκι* Хориков переводит *со вкусом*. В толковом словаре Г. Бабиниотиса первое его значение – сильное желание, страсть. Этимология слова восходит к турецкому *merak* (<арабское *مراق maraq*). Нас не удовлетворил такой перевод и мы обратились и к другим словарям, но особенно хотели услышать интерпретацию самих греков. Для опроса, мы выбрали людей самых разных возрастов и профессий. К нашему удивлению среди молодёжи до 30-40 лет своими знаниями трав отличались больше мужчины чем женщины, больше жители окрестных деревень, чем города Кавалы, несмотря на то что большинство из них выходцы из прибрежных посёлков и деревень. Ни в коем случае число опрошенных нам не даёт право делать статистические выводы. Но мы можем с уверенностью сказать, что понятие *μεράκι*, интерпретируемое местными жителями, означает *делать что-либо с любовью, бережно, с благоговением, искренне желая того*. В нашем квантовом веке это означает иной образ мышления, образ жизни. Большинство опрошенных замечало, что такое занятие влияет успокоительно на них и, особенно снимает стресс. Гиппократ тоже верил, что излечение тела и души болеющего зависит в первую очередь от желания жить самого человека.

В Греции поздняя осень, ранняя весна и начало лета являются особо щедрыми на *χόρτα*. Летом большинство из них отцветает, а с началом очень жаркого периода и совсем исчезают или не пригодны для употребления. Некоторые же растения наоборот все лето дают нам свою влагу, н-р, *Κρίταμος* (*Crithmum maritimum*). Растет он на скалах у моря. Его можно есть сырым, вареным и маринованным. Очень хорошо сочетается с рыбными блюдами. В греческой кухне используются более 40 разновидностей, известных с древних времён лекарственных растений и трав. Многие из них являются родственниками всем известных овощей. Мы постараемся дать вам наиболее полный список трав, используемых местными жителями почти всех материковых и островных регионов страны. Почти все из них являются ценными медоносами и принадлежат к таким семейс-

твам как (лат.) *Amaranthaceae* – Амарантовые, *Asteraceae* или *Compositae* – Астровые или Сложноцветные, *Apiaceae* – Зонтичные или Сельдереевые, *Bombacaceae* – Мальвовые, *Boraginaceae* – Бурачниковые, *Brassicaceae* – Капустные, *Geraniaceae* – Гераниевые или Журавельниковые, *Malvaceae* или *Papaveraceae* – Маковые, *Rubiaceae* – Мареновые и др.

В научных статьях и исследованиях по народной медицине или традиционной гастрономии, мы встречаем такое определение – *άγρια λαχανεύμενα είδη της ελληνικής Χλωρίδας* – Дикие овощные виды трав греческой Флоры. В народе группу диких растений с горьким вкусом, употребляемых в пищу и близких по виду к одуванчику, цикорию, осоту и т. д. называют *ραδίκια* – от древнегреческого *ῥάδιξ* < индоевропейский корень *wṛéh₂ds*. Подобный латинскому *radix*, который в древнегреческом языке обозначал *ветвь, стемель*. Или *πικροράδικα* *горькие травы*. Слово *ραδίκι* в новогреческом языке не употребляется в значении ветвь. Оно скорее означает *дикая горькая трава*. Если вы присмотритесь повнимательнее к фотографиям, вы увидите, что листья этих трав действительно напоминают стебли стройно лежащие на земле. Они могут достигать больших размеров, особенно на плодородных почвах, в садах и огородах хорошо орошаемых, и даже часто на окраинах дорог, последние ни в коем случае не употреблять в пищу. Правда, жители деревень на своих огородах, а городские – на дачах ограничиваются разведением гибридных сортов помидор, огурцов, перца, кабачков, капусты, лука, чеснока, листового салата и реже зелени: сельдерея, петрушки и аниса. Часто борются с дикими травами, считают их сорняками, врагами, опрыскивают химией, выдёргивают с корнем и т.д. Таким образом нарушается гармония и культивируемые человеком растения тоже заболевают, как и он.

Особое место среди всех остальных занимает *Taraxacum officinale* – Одуванчик обыкновенный семейства Астровые. Или Одуванчик лекарственный – одно из самых распространённых растений, особенно в лесостепной зоне. Растёт на лугах, полянах, около дорог, на выгонах и у жилья, часто как сорняк в полях, садах, огородах и парках. Все части растения содержат густой белый млечный сок, горький на вкус. Млечный сок

растения содержит тараксацин и тараксацерин, 2-3% каучуковых веществ, а соцветия и листья одуванчика – тараксантин, флавоксантин, витамины С, А, В2, Е, РР, холин, сапонины, смолы, соли марганца, железа, кальция, фосфора, до 5% белка, что делает их питательными продуктами. Растение обладает *желчегонным, жаропонижающим, слабительным, отхаркивающим, успокаивающим, спазмолитическим и лёгким снотворным действием*. Вспомним Гиппократ – *желчь, слизь, кровь и флегма*. Водный настой корней и листьев улучшает пищеварение, аппетит и общий обмен веществ, усиливает выделение молока у кормящих женщин, повышает общий тонус организма. Благодаря наличию биологически активных веществ пищевая кашка из одуванчика быстрее проходит кишечник, и это способствует снижению бродильных процессов при колитах. Экспериментально при химико-фармакологическом изучении одуванчика подтверждены *противотуберкулёзные, антивирусные, фунгицидные, антигельминтные, антиканцерогенные и антидиабетические* свойства. Многие из любимых трав для хёрта очень близкие родственники с одуванчиком, и, может поэтому до сих пор они не описаны в полной мере. Нам было сложно найти аналоги в других языках или совершенно не возможно.

Собирают свежие листья до периода цветения, когда ещё нет цветоносной ножки, или она очень нежная. Для сбора трав употребляется острый ножик и очень аккуратно, чтоб не повредить корень растения, отделяют все листья, которые связаны в одно целое между собой и тщательно очищают связку листьев, выбрасывая поражённые паразитами и пожелтевшие или протоптанные листья. Моют под проточной водой, меняя воду в сосуде минимум 3 раза. Домохозяйки обычно замачивают листья в солёной воде на 15-20 минут, считая что таким образом снижают горечь, которая и содержится в молочном соке растения. А также часто добавляют уксус в первую воду при мытье, считая, что таким образом оторвутся паразиты от стеблей и выпадут на дно. А потом промывают в большом количестве воды ещё несколько раз. Вся тщательно вымытая трава помещается в кипящую подсоленную воду и варится 10-15 минут. Если стебли пожоще, то время варки можно увеличить.

Сваренная трава откладывается на дуршлаг, а тёплый сок помещается в стеклянную тару и может храниться в холодильнике почти всю неделю. Обычно её тут же выпивают, приблизительно стакан. Он считается ценным напитком. А оставшуюся жидкость выпивают маленькими стаканами утром натощак, как особо очистительное средство кишечно – желудочного тракта. Ни одна себя уважающая хозяйка не выльет его, говорят греки.

Рецепт, который мы описали является почти универсальным для всех видов диких овощных трав, независимо от того хотим ли мы приготовить каждую траву в отдельности или смешать их. Подавляющее их большинство можно смешать. В любых пропорциях. Все что вы собрали за день и лежит у вас в корзине можно и нужно отправлять в кастрюлю вместе. Пропорцию диктует сама природа. Все от неё зависит. Вы не сможете сделать салат из осота, даже если очень захотите, если поле полно одуванчиком.

Далее отжатая трава подаётся с «девственным» оливковым маслом и лимоном или уксусом. Оливковое масло можно с уверенностью заменить настоящим подсолнечным маслом. Такое блюдо с хлебом вполне может утолить голод. В хорошей греческой таверне оно подаётся как первое блюдо или салат. Согласно *savoir vivre* основное блюдо подаётся не раньше чем через 15-20 минут после употребления хёрта. До или вместе с ним могут подаваться только напитки. Нам всем известно из правил здорового питания раздельное, а также то, что основным блюдам должны предшествовать овощные. Внимательно исследуя национальные блюда различных народов, мы лучше осваиваем и научный подход по теме.

Для того чтобы предотвратить превращение нашей статьи в фармакологический опус или книгу рецептов, нам придётся ограничиться списком основных латинских и русских названий с соответствующими фотографиями диких овощных трав греческой Флоры в виде приложения и для наглядности. Их вы можете встретить не только на территории Греции, но и на Европейском континенте и почти на всем земном шаре. Ведь почти все они являются одновременно целебными лекарственными растениями, цветы и корни которых широко

используются для приготовления чаёв, настоек, tinkтур и напитков в традициях всех народов мира.

С ними мы сталкиваемся и в художественных произведениях писателей разных стран. Перечислим некоторые из них: «мед» и вино из цветков одуванчика. Первое рекомендовал Гиппокрит как чудесное желчегонное и успокаивающее средство, а последнее воспел Р. Брэдбери в своей повести «Вино из одуванчиков». Кофе из корней цикория полноценно заменяло знаменитое кофе, «небесные» цветы его украшают картины разных художников и радуют глаз по утрам на даче и придают невероятный аромат и красоту свежим салатам. В любой салат мы часто добавляем лепестки цветов одуванчика, цикория, календулы, молоха, шиповника, роз и др. Цветы в вазах украшают наши дома и амфитеатры, улицы и парки. Цветы эссенция жизни. Целебные цветы Баха. Мимоза у М. Булгакова в «Мастер и Маргарита», ромашка у Б. Пастернака, розовый сад у Ганса Христиана Андерсена, капризная роза в «Маленьком принце», сирень в романе «Обломов» Гончарова, «Вишневый сад» А. П. Чехова, розмарин, анютины глазки, фиалки, ромашка, несущие скрытый смысл в «Гамлете» У. Шекспира. Чёрная огненная орхидея, речная лилия, коралловая эритрина, банксия прекрасная и др. в романе Холли Рингленд «Потерянные цветы Элис Харт», где каждая глава начинается с названия австралийского растения, его описания и значения на тайном языке героев романа.

И раз нас занесло в литературу, мы хотим заметить, что греческое слово *λογοτεχνία* означает литература и состоит из двух корней, *λόγος* (слово, речь) и *τέχνη* (общий корень с искусством и технологией), о котором мы говорили выше. Если перевести дословно то у нас могут получиться следующие варианты: словоумение, словомастерство, словоискусство, словонаука, словотехника и т.д.

Мы начали статью древнегреческим философом – врачом Гиппократом из косской школы, где основополагающим принципом философского подхода было «не навреди» и особое внимание при лечении уделялось душе больного, его желанию жить и положительный исход выздоровления тела не приписывался исключительно заслугам лечащего врача. А закончим ее

отрывком из интервью современного русского писателя – философа Виктора Пелевина всем известной газете ИЗВЕСТИЯ (<https://iz.ru/news/296562>, 11/06/2021, 18:32) под заголовком «*Несколько раз мне мерещилось, будто я стучу по клавишам лисьими лапами*» (из романа В. Пелевина «Священная книга оборотня»).

На вопрос корреспондента Натальи Кочетковой от 06/11/2004 года: *Чему служат не только многочисленные цитаты и аллюзии, но и откровенные пародии, в том числе и на современную литературу, в тексте?* В. Пелевин дал такой ответ: *Они служат тексту. Для меня роман похож на цветочный куст, который развивается и растёт по своим собственным законам. А писатель – садовник. Он просто поливает это растение и отрезает сухие ветки, но спрашивать у него, почему цветы на нем жёлтого цвета или почему на каждой веточке именно пять листочков, бесполезно. Писатель может, конечно, что-нибудь наврать по этому поводу, но сам он никогда этого не знает до конца. Мне ни разу не удалось написать ту книгу, которую я хотел. Как же я могу ответить на вопрос, почему она такая, а не другая?*

Повторимся:

Medicus curat, natura sanat – Врач лечит, природа исцеляет

Список лекарственных растений греческой флоры, используемых как овощи в национальной гастрономии.

Amaranthus Retroflexus	Амарант запрокинутый, щирица обыкновенная, подсвекольник	Αγρίο Βλητό
Amaranthus Lividus	Амарант Сизоватый	Βλήτο
Amaránthus Blítum	Амарант Жминда, Или Щирица Жминда	Αμάραντος το βλίτον Βλήτο ή Βλίτο
Anchusa officinalis	Воловик лекарственный, или Анхуза	Άγχουσα η φαρμακευτική

	лекарственная, или Румянка лекарственная	
Apium	Сельдерей	Σέλινο, Απιο
Graveolens		
Arctium Lappa	Лопух большой	Άρκτιο Κολλιτσιδα Αρκουδοβότανο
Asparagus Sp.	Дикая спаржа	Σπαράγγια Άγρια-
Beta Maritima / Beta vulgaris, subsp. maritima,	Дикая свекла	Άγριο Σέσκουλο
Blitum Bonus- Henricus	Марь цельноли́стная, бли́тум Дóброго Гένриха, или жминда обыкнове́нная	Νάνες Η Άγριο Σπανάκι
Borago Officinalis	Огурéчная трава, или Огурéчник, или Бура́чни	Μπόραγκο-
Calendula Officinalis	Календула	Καλέντουλα-
Capparis Spinosa	Каперсы колючие	Κάπαρη-
Capsella Bursa- Pastoris	Пастушья Сумка Обыкнове́нная, Или Сумочник Пасту́ший	Άγριοκάρδαμο, Άγριοκαρδαμούδα, Καφέλλα
Centaurea Raphanina Mixta	Один из видов, входящих в род Василёк (Centaurea)	Αλιβάρβαρο, Αγγιναράκι
Chenopodium Album	Марь бе́лая, или Марь обыкнове́нная	Λουβουδιά
Cichorium Intibus	Цикóрий обыкнове́нный	Κιχώριον το εντετμημένον, (κοινώς ραδίκιο, πικραλίδα, πίκρα, πικρομάρουλο, πικρολίδι, παπαδουλιά
Cichorium Spinosum	Цикóрий (Средиземноморский)	Κιχώριον το ακανθώδες – Μεσόγειος – κοινώς Σταμναγκάθι, Σταμνάγκαθο ή

		Ραδικοστοιβάδα (στην Κρήτη), (γι)αλόχορτο (στην Κάρπαθο),
<i>Strepis vesicaria</i>	Один из видов Скерда, близкий к одуванчику	Κοκκινόγούλα , συγγενής ταραξακου
<i>Crithmum</i>	Κριτμυμ Μονοτυπный Род Многолетних Растений Семействазонтичные	
<i>Daucus Carota</i>	Μορκόβη Δίκαιη, Или Μορκόβη Οбыкновенная	
? <i>Echium Italicum</i> <i>Bierbersteinii</i> -	Синяк Биберштейна Или Синяк Итальянский	
<i>Erodium Cicutarium</i> / <i>Erodium Gruinum</i>	Άιστνικ Οбыкновенный, Или Аистник Цикутовый, или Грабельник	Καλόγερος, Ερωδιός Ο Γερανοειδής
<i>Eruca Vesicaria</i> / <i>Eruca Sativa</i>	Ρύκολα или Гусеничник посевной	Άγρια Ρόκα, Αζούματο, Ρόκα
<i>Foeniculum Vulgare</i>	Φένхель οбыкновенный	Άγριος Μάραθος
<i>Galium Aparine</i>	Подмарέννικ Цέпкий, Или Подмаренник Ληνώβη	
<i>Helminthotheca</i> <i>Echioides (L.)</i> or <i>Picris Echioides</i> <i>Holub</i>	Не возможно установить русское название	Χηροβότανο
<i>Knautia Integrifolia</i> <i>Lactuca scariola</i>	Κοροστάβνικ Λατύκ, или молокоάν, дикий, или компасный,	Κουφολάχανο Άγριομάρουλο Петρομάρουλο
<i>Leontodon Hispidus</i>	Κυλβάβα Щетинистая, Или Κυλβάβα	Είδος ραδικιού, συγγενής του

	Шершаволистная	ταραξακου , σαν το κοκκινογούλι, πικροραδικο κλπ.
Malva Sylvestris	Мальва Лесная, Или Просвирник Лесной[2] (Лат.	Μολόχα, Αμπελόχα
Micromeria Juliana or Satureja	Чабер (иначе чабёр), не путать с чабрец	Κυπαρισσάκι, Τραγορίγανη
Mouscari Comosum	Гадючий лук хохлатый	Λεοπόλδια η εύκομη, Βολβοί
Oxalys Acetosella (Rumex A)	Кислица обыкновенная	Ξινήθρα, Ξυνίδα
Oxalys Pes-Caprae	Кислица козья	Ξινήθρα Με Διπλά Άνθη
Papaver Rhoeas (Papáver)	Мак самосейка	Παπαρούνα
Plantago major	Подорожник большой	Πλαντάγινο το μείζον
Plantago lanceolata	Подорожник ланцетолистный, или Подорожник ланцетный	Πλαντάγινο το λογχοειδές,
Portulaca Oleracea	Портулак	Αντράκλα Γλυστρίδα
Raphanus raphanistrum	Редька полевая, или Редька дикая	Ραπανίδα
Reichardia Picroides	Reichardia picroides, нет русского названия	Γαλατσιδα Πικραλιδα
Rumex Acetosa	Щавель кислый, или обыкновенный	Ξινολάπαθο Αγριοσέσκλο
Scándix Pécten- Véneris	Скандикс Гребенчатый, Или Венерин Гребень	Μυρώνι (Κτενόχορτο Της Αφροδίτης) Χτένι Σκάντζικι
Scolymus Hispanicus	Сколимум испанский	Σκόλυμος-

L.		
Silybum	Расторόψша пятнистая	Σίλυβο Το Μαριανό
Marianum/Cardus		
Marianus		
Sinapis Alba	Горчица бéлая, или Горчица английская	Το Λευκό Σινάπι, Βρούβες
Sisymbrium officinale	Гулявник	Αγριόβρουβα Σισίμπριο
Sinapis Arvensis	Горчица полевáя	Η Αγριο Σινάπι
Smyrniun Olusatrum	Смирния европéйская, или Смирния овощная	Αγριοσέλινο
Solanum Nigrum	Паслён чёрный	στρύφνος-
Sonchus Oleraceus	Осót огородный	Ζοχός Τσόχος
Tamus Communis	Диоскорéя обыкновенная, или та́мус обыкновенный	Οβριές-
Taráxacum Officinále	Одува́нчик Лека́рственный, Или Одуванчик Полевой	Ταράξακον Το Φαρμακευτικόν– ο κοινός δανδελίων [dandelion] ή πικραλίδα
Tordylium Apulum, Commonly Known As The Mediterranean Hartwort	тордилиум Апулийский	καυκαλήθρα
Trigonella Foenum- Graecum	Па́житник сено́й, па́житник греческий	Τριγωνέλλα
Urospérnum	Хвостосемянник	Αγριοζοχός
Picroídes -	Горчаковидный	
Urtica Dioica	Крапи́ва двудóмная	Τσουκνίδα
Urtica Urens	Крапи́ва жгучая	Τσουκνίδα Η Καυστική

Λιτεράτυρα:

1. Справочник по лекарственным растениям, С.Я. Соколов, И. П. Замотаев. Фитотерапия. Москва, 1988.
2. The Complete new Herbal – Πλήρης οδηγός για τα ΒΟΤΑΝΑ, Richard Mabey, 1988. Εκδόσεις Ψυχάλου, 1999.
3. 100 Βότανα 2000 Θεραπείες, Κωστας Μπαζαίος, Εκδ. Διατροφή και Υγεία, 1982.
4. file:///C:/Users/ilona/Downloads/TEG-APXONTIΔH%20ΓΕΩΡΓΙΑ.pdf, ΑΓΡΙΑ ΛΑΧΑΝΕΥΟΜΕΝΑ ΕΙΔΗ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΧΛΩΡΙΔΑΣ, ΑΡΧΟΝΤΙΔΗ-ΜΠΟΥΓΓΙΟΥΚΛΗ ΓΕΩΡΓΙΑ Α. Μ.: 11579, ΑΜΑΛΙΑΔΑ202, 12/06/2021, 10:16 p.m.
5. <https://www.plantarium.ru/lang/en.html> Plantarium, online plant identification guide
6. <https://www.agriamanitaria.gr> Άγρια Μανιτάρια, Βοτανα Θεραπείες Μανιταρια
7. <https://www.agriamanitaria.gr/equisetum-arvense-εκουιζέτο-ή-αλογονουρά/>
8. <https://thereaderwiki.com/en/> THE READER VIEW OF WIKIPEDIA
9. <http://portal.cybertaxonomy.org/flora-greece/intro>
10. https://www.ftiaxno.gr/2008/03/blog-post_17.html Φτιάχνω μόνος μου, 13/06/2021, 19:30.
11. <https://www.ftiaxno.gr/2014/06/maios-agria-fagosima-chorta-tis-elladas.html> Άγρια φαγώσιμα χόρτα της Ελλάδας, 13/06/2021, 19:35.
12. <https://kentromeletisarxaiasthourias.wordpress.com> ΒΙΟΠΟΙΚΙΛΟΤΗΤΑ ΠΕΡΙΟΧΗΣ ΑΡΧΑΙΑΣ ΘΟΥΡΙΑΣ
13. <https://translate.academic.ru> Словари и энциклопедии на Академике.

ილონა მანელიძე
თრაქიის სახელმწიფო უნივერსიტეტი, საბერძნეთი

**ბუნებასთან შერწყმა საკვების დახმარებით:
საბერძნეთის ველური ბალახები
რეზიუმე**

ვინ არ დამეთანხმება, რომ ხელოვნება, ძირითადად, სიმბოლური გასტრონომიული იდეებით იკვებება. შესაბამისად, საკვების პარადოქსი მდგომარეობს იმაში, რომ მისი პრაქტიკული დიეტური როლის გადალახვით, იგი ანალოგიით ინარჩუნებს სულს, განსაკუთრებით მაშინ, როცა ის მეხსიერების ეიფორიულ ინსტრუმენტად გარდაიქმნება.

ნაშრომში განვიხილავთ გასტრონომიულ კერძს სახელწოდებით „ჰორტა“ და მის ფილოსოფიას; ვისაუბრებთ პარადოქსზე და, დიდწილად, ველური ბალახების შესახებ ცოდნის არარსებობაზე, ხმელთაშუა ზღვის სამზარეულოს უძველეს ტრადიციაზე. გარდა ამისა, ჩვენ გავანალიზებთ ტერმინს „მერაკი“, როგორც შემოქმედებით პროცესს, ასევე, საკვებისა და მისი მომზადების აბსტრაქტულ და სულიერ ფუნქციას.

სტატიის მიზანია ჩვენი გრძნობის ორგანოებზე დაკვირვება იმ საკვების მეშვეობით, რომელსაც ვაგროვებთ და მივირთმევთ. ველური ბალახების სარგებლიანობა ადამიანისთვის, პოეტური იქნება ეს, თერაპევტული თუ ფიზიკური, სამწუხაროდ, სრულიად იგნორირებულია. წარმოდგენილი ნაშრომი მკითხველს სთავაზობს სხვა გამოსავალს ადამიანისა და ბუნების ურთიერთობაში.

Iiona Manelidou

Democritus University of Thrace, Greece

**Reconnecting with nature through food:
The wild herbs of Greece
Summary**

Who wouldn't agree that art largely feeds off symbolic gastronomical ideas. Consequentially, the paradox of food lies on the fact that, overcoming its nutritional role, it sustains by analogy the spirit. Especially when it transforms into a euphoric instrument of memory.

In this essay, we are going to examine the gastronomy around the dish called "Horta" and the philosophy behind it. We will mention the paradoxical and, in a great part inadequate knowledge of wild weeds in nature, specifically in the Mediterranean cuisine. In addition, we will inspect the term "Meraki" as a creative process as well as the more abstract and spiritual function of function of food and its preparation.

The main goal of this essay is an observation of our sensory functions through food that is gathered and consumed by our own hands. Whether it is a poetic, therapeutic, or even plainly physical, the usefulness of wild weeds to man is unfortunately quite neglected. As a matter of fact, this essay is a call to the reader for an alternate approach of the relationship of man with nature.

Мака Качарава

Ассоциированный профессор, Сухумский государственный университет, Грузия

КОНЦЕПТ «НАЦИОНАЛЬНАЯ КУХНЯ» КАК УСТОЙЧИВАЯ ФОРМА КУЛЬТУРЫ

В настоящее время когнитивная лингвистика интенсивно развивается, главным объектом её исследования является концепт. Как нам известно, в когнитивной лингвистике существует классификация и типология концептов и разные ученые предложили свои варианты типов и видов концептов. Среди них назовем М. В. Пименову, которая в одной из своих работ распределила все концепты по трем понятийным (категориальным) классам: **I. Базовые концепты**, к этому разряду можно отнести те концепты, которые составляют фундамент языка и всей картины мира; среди них: **1) космические концепты; 2) социальные концепты; 3) психические (духовные) концепты.** **II. Концепты-дескрипторы**, которые квалифицируют базовые концепты; среди них: 1) **димерсиональные концепты**, под которыми понимаются различного рода измерения (размер, объем, глубина, высота, вес и др.), 2) **квалитативные концепты**, выражающие качество (тепло – холод, целостность (холистичность) – партиитивность, твердость – мягкость), 3) **квантитативные концепты**, выражающие количество (один, много, мало, достаточно – недостаточно). **III. Концепты-релятивы**, реализующие типы отношений, среди них: 1) **концепты-оценки** (хорошо – плохо, правильно – неправильно, вредно – полезно, вкусно – невкусно), 2) **концепты-позиции** (против, вместе, между, впереди/позади (всех), рядом, вверху/внизу, близко/далеко, современный/несовременный), 3) **концепты-привативы** (свой/чужой, брать/отдавать, владеть/терять; включать/исключать).

Класс космических концептов (небо, земля, планета, солнце, звезда, луна, комета) включает в себя субклассы: **а) метеорологические концепты** (погода, осадки, туча, гроза, дождь, гром, снег); **б) биологические концепты** (человек, птица, зверь, насекомое, змея, рыба, растение, цветок, дерево, куст, трава, ягода, фрукты, овощи), построенные на понятийных

оппозициях «живое – неживое», «съедобное – несъедобное», «рукотворное – природное», «человек – нечеловек», **пищевые** (ритуальная пища, повседневная еда, национальная кухня), **соматические** (тело/плоть, голова, сердце, печень), перцептивные (зрение, вкус, слух, в наивной картине мира предчувствие, уловление, нюх, чутье) и др.), в) **ландшафтные концепты** (поле, лес, луг, роща, чаща, бор, тайга, степь, гора, холм, озеро, море, река, океан, дорога), г) **предметные концепты**, включая артефактные концепты (строение, завод, фабрика, конвейер, механизм, инструмент, посуда). На наш взгляд, это самая точная классификация концептов [1, 45-46]. Объектом нашего исследования как раз является один из концептов, относящихся к классу космических и к субклассу пищевых концептов-национальная кухня.

Актуальность темы «Национальная кухня» во всём объёме и многообразии является одним из важнейших факторов жизнедеятельности человека во всем мире, что находит воплощение в языке и коммуникативной деятельности, в межкультурной коммуникации. Актуальным является также исследование самого феномена национальной кухни как отдельной, культурной области жизни, без которой невозможно существование человека. Национальная кухня остается одной из наиболее устойчивых форм культуры.

Вслед за Д. А Савватеевой, «концепт – это основная ячейка культуры в ментальном мире человека, которая включает основное содержание понятия, а также этимологию, краткую историю концепта, современные ассоциации и т. д. Для более подробного раскрытия содержания концепта используется концептуальный анализ, целью которого является выявление парадигмы культурно значимых концептов и описание их концептосферы» [2, 308-311]. Его объектом являются смыслы, передаваемые отдельными словами, грамматическими категориями или текстами.

Очень близкой к нашей теме является диссертационное исследование З. А. Гуловой «Концепт «Еда» в русском и польском языках», в котором концепт «еда» описывается в рамках сравнительно-сопоставительного анализа [3]. Для описания данного концепта автор привлекает большой объем лингвист-

тического материала, логоэпистем двух исследуемых языков. Анализ языковых единиц строится по ключевым категориям, которые исследуются от лексемы к категории и от категории к лексеме. Модель концепта «Еда» в русском языке представлена в виде полевой модели, в ядро которого входят качества человека, причина и следствие, успех и неуспех, советы, ценность. К зоне ближней периферии относятся сладкое, горькое, деньги, богатство, изобилие, неожиданность, пожелание, родственники, сытость. Дальняя периферия – решение проблемы, просьба, авось, обед, проводы, одиночество [3].

Возвращаясь к концепту «национальная кухня», его можно однозначно отнести к концептам универсального характера, так как является универсальной частью культуры повседневности и быта, а с другой стороны, характеризуется своеобразной национальной спецификой. **Национальная кухня** объединяет в себе знания как технологического, кулинарного, медицинского, исторического, мифологического, эстетического характера, так и ценностные представления народа.

Известная поговорка «человек есть то, что он ест» не только имеет сугубо биологический и физиологический смыслы, но и обладает рядом важных культурологических характеристик. Из базовой потребности человека, с развитием цивилизации, еда превратилась в особый концентрат культурных смыслов, отождествляющих человека и общество в их взаимосвязи.

Процесс потребления пищи является частью культурологической категории образа жизни. Феномен еды и национальной кухни определяется как важнейшая часть культурно-бытового уклада жизни человека. Об этом свидетельствует тот факт, что в 20 веке в мае 1987 года вышел в свет очередной номер журнала «Курьер» (ЮНЕСКО), который был полностью посвящен проблемам питания. Выпуск назывался «Food and Culture. The Spice of Life»

Процесс принятия пищи – это культурный ритуал, посредством которого человек осознает себя частью той или иной культуры.

Культура – это сложная и многогранная система, центральным звеном которой является концепт. Национально-культурный концепт является тем «накопителем» знаний, опыта,

образа жизни народа, который позволяет судить о национальном менталитете, об особенностях национального характера. В условиях межкультурного диалога данные знания представляют особый интерес, концепт в таком случае выступает как посредник в процессе диалога культур и межкультурной коммуникации.

Каждому из нас знакомо выражение – сколько людей, столько мнений. Если это выражение перефразировать в географическом смысле, то получится – сколько народов, столько традиций. Такое выражение справедливо и для кулинарии и в целом для национальной кухни. Кухня каждого отдельного народа представляет собой оригинальные кулинарные островки, которые чрезвычайно интересно узнавать и изучать. Каждый проживающий на Земле народ имеет свои традиции и свою историю и, конечно же, свои особенности национальной кулинарии и кухни. Национальная кухня выступает своеобразным оплотом тех многовековых традиций, которые дороги каждому, сохранялись и держались в секрете, с тем, чтобы передавать их из поколения в поколение.

Национальные кухни народов мира создавались веками, подвергаясь влиянию и географии и, соответственно, климата. Это понятно – в определенных географических, а значит, и климатических условиях добывалось и выращивалось то, что становилось впоследствии основой жизни и питания или, наоборот, питания и жизни. Несмотря на то что, возникали и исчезали государства, изменялись границы, традиции, уклады и привычки, в том числе кулинарные традиции оставались и остаются неизменными.

Все имеющиеся национальные кухни мира можно условно разделить на несколько крупных групп, объединив их по некоторым общим признакам (европейская кухня, восточная кухня и американская кухня).

Если вкратце сказать о них, то Современная европейская кухня развивалась под влиянием национальных особенностей различных европейских стран. Однако, несмотря на это, сложно говорить о **единой европейской кухне**, так как территорию Европы населяет множество народов, а их быт и культуру определяют не только климатические, но и географические условия. Европейская кухня берет свое начало в Греции. Позже

вместе с поварами кулинарное искусство перекочевало в Древний Рим.

Восточная кухня объединяет в себе гастрономические обычаи и традиции арабских и мусульманских стран, стран Азии, турецких, а также некоторых кавказских и балканских стран. Также как и в случае с понятием «европейская кухня», понятие «восточная кухня» также весьма обширно и относительно, так как охватывает кулинарные традиции самых разных стран, порою совершенно противоположных по обычаям и предпочтениям.

Сюда же относятся и грузинская кухня. Грузия – страна с древними кулинарными традициями, которые во многом сохранились и по сей день. В Грузии еда никогда не воспринималась только как источник энергии для поддержания процессов жизнедеятельности организма. К пище относились как к величайшему дару, который помогает обрести здоровье, успокоить душу, гармонизировать жизнь человека и пространство вокруг него. Как пишет Т. М. Симбирцева, «Еда не только украшает праздники и обряды, сопровождает в горе и радости. Она мерило добродетели и благосостояния, индикатор патриотизма, отрада души и тела, предмет мыслей, а также гордости или зависти, показатель хода времени, залог здоровья и лекарство, объект изучения в университетах, средство заработать деньги и их потерять, двигатель технического прогресса». Можно сказать, что все это справедливо для любого народа.

Американская кухня представляет собой причудливую смесь самых различных национальных блюд. Традиции коренных народов и племен Америки тесно переплетаются с традициями приехавших на эти земли испанцев, англичан, итальянцев, французов и португальцев. Именно поэтому Америке было отказано в признании ее национальной кухни.

Кухни народов мира, их историческое наследие, особенности и самобытность, тесно переплетены с национальными ценностями и гастрономическими привычками людей той или иной страны. Все это имеет свою историю. Национальные блюда, возникшие когда-то в зависимости от образа жизни и от особенностей продуктов, что рождались больше всего в данной местности, прошли сквозь века, и последующие кулинарные

совершенствования этих блюд не отступали от привычных вкусовых комбинаций.

Национальная кухня любой страны – это, без сомнения, ее лицо. Национальные кухни собрали в себе многовековые традиции и особенности жизни различных народов. В каждой из кухонь мира есть свои секреты, ритуалы, таинства, рецепты и др.

Японская кухня вошла в список нематериального культурного наследия ЮНЕСКО. ЮНЕСКО отметило японскую кухню как кулинарный феномен с богатой историей. Члены организации особо выделили застольные традиции японцев, связанные с предпочтением натуральных продуктов, подвергающихся минимальной обработке, а также особый праздничный (в частности, новогодний) стол. Кроме того, внимание было обращено и на такие продукты, как рис, рыба, овощи и дикорастущие плоды и травы.

В списке нематериального культурного наследия ЮНЕСКО уже внесен грузинский традиционный метод изготовления вина в глиняном кувшине «квеври» (2013 год). Нельзя побывать в Грузии и не попробовать **знаменитые грузинские вина**, ведь Грузия стоит у истоков виноделия. Это подтверждают археологические находки. Учеными были найдены части древнего винодельческого оборудования – прессы, давяльни и сосуды с изображениями лозы. Возраст этих находок около восьми тысяч лет. Виноделие в Грузии является национальным достоянием страны, играет важную роль в экономике, а сбор урожая винограда (на гр. ртвели) – праздник.

Здесь же можно назвать традиционное грузинское застолье, которое называется «супра» (от слова «сапари» – скатерть) и является пиршеством с национальной кухней и вином, произнесением тостов, сопровождающим полифоническими песнями. Супра бывает двух видов: праздничного (кеипи) и поминального (келехи).

Бесконечно долго можно говорить о кулинарии, национальной кухне:

Таким образом, резюмируя сказанное, необходимо отметить:

1. Концепт «национальная кухня», будучи универсальным, обладает национально – специфическими чертами, отражающими религиозные, историко – культурные традиции того или иного народа.

2. Данный концепт, являясь фрагментом языковой картины мира, выражает представления, установки и стереотипы, передающие специфический национальный менталитет, обычаи и традиции, присущие разным культурам, историческое развитие которых значительно отличается.

3. Национальная кухня – репрезентант национально-культурной информации в условиях диалога культур.

4. В век глобализации, процесс межкультурной коммуникации и глобализации стирает границы между странами и национальными кухнями.

5. Концепт «Национальная кухня» на самом деле является устойчивой формой культуры.

6. Процесс потребления пищи является частью культурологической категории образа жизни. Феномен еды и национальной кухни определяется как важнейшая часть культурно-бытового уклада жизни человека.

Литература:

1. Пименова М. В. ТИПЫ КОНЦЕПТОВ И ЭТАПЫ КОНЦЕПТУАЛЬНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ М. В. 2006: с. 45-46.
2. Савватеева Д. А. Концепт *gastronomy* в английской картине мира и его дефиниционный анализ / Д. А. Савватеева. Текст : непосредственный // Молодой ученый. 2018. №45 (231). С. 308-311.
3. Гулова З. А. «Концепт «Еда» в русском и польском языках», **Душанбе-2013.**
4. Тер-Минасова С. Г. Языки межкультурная коммуникация. М, 2000.
5. Лихачев Д.С. Концептосфера русского языка / Д.С. Лихачев //Изв. АН Сер. Лит-ры и языка. 1993, №1, т. 52.

მაკა კაჭარავა
*ასოციირებული პროფესორი, სოხუმის სახელმწიფო
უნივერსიტეტი, საქართველო*

**კონცეპტი „ეროვნული სამზარეულო“ როგორც
კულტურის მდგრადი ფორმა
რეზიუმე**

ცნება „ეროვნულთან“ დაკავშირებულ ფენომენებს შორის განსაკუთრებული ადგილი უჭირავს ეროვნულ სამზარეულოს. წარმოდგენილი თემის აქტუალობა განისაზღვრება იმით, რომ „ეროვნული სამზარეულო“ მთელი თავისი მოცულობითა და მრავალფეროვნებით არის ადამიანის ცხოვრების ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი ფაქტორი მთელ მსოფლიოში, რაც ასახვას პოეზებს ენობრვ და კომუნიკაციურ აქტივობებში, კულტურათაშორის კომუნიკაციებში. თუმცა ეროვნულ სამზარეულოსა და ეროვნულ კერძებთან დაკავშირებული კონცეპტების სპეციფიკა სხვადასხვა ენაში არასაკმარისად არის შესწავლილი. აქტუალურია, ასევე, ეროვნული სამზარეულოს ფენომენის, როგორც ცხოვრების იმ სფეროს კვლევა, რომლის გარეშეც ადამიანის არსებობა შეუძლებელია.

Maka Kacharava

Associate professor, Sokhumi State University, Georgia

**Concept "National cuisine" as a sustainable form of culture
Summary**

National cuisine occupies a special place among the phenomena with the concept of "national". The relevance of this topic is determined by the fact that "National cuisine" in all its volume and diversity is one of the most important factors of human life all over the world, which is embodied in language and communication activities, in intercultural communication, however,

the specificity of concepts regarding national cuisine and national dishes in different languages have not yet been sufficiently studied.

It is also relevant to study the phenomenon of national cuisine itself as a separate, cultural area of life, without which human existence is impossible. National cuisine remains one of the most stable forms of culture.

When changing place of residence, people hardly adapt to foreign cuisines, specific food products and national dishes, although the opposite process is also observed: the process of intercultural communication and globalization erases the boundaries between countries and national cuisines. This and other relevant issues will be discussed in the given scientific paper.

Diana Mikeladze

Associate Professor, Sokhumi State University, Georgia

**BEAN – MULTICULTURAL FOOD, ITS ETYMOLOGY
AND SEMANTIC FIELD ACCORDING TO
THE EXAMPLES OF ENGLAND AND GEORGIA**

Food occupies important part in cultural relations. When we are in a foreign country, we are interested to try something which is characteristic and specific of the very country we are visiting. The cousin becomes traditional when it goes from one generation to another. Cooking the food what our ancestors cooked during centuries helps people to preserve their culture. It is world known fact that Georgia is among top countries which are really distinguished with original, specific, variety of dishes with flavor and spices characteristic only for Georgian dishes. Though we have food which cannot be found anywhere in the world like Khinkali, Mtsvadi, Khachapuri, Satsivi, chakhokhbili, etc. we decided to speak about beans as multicultural food, about its origin, ways of cooking, traditions of eating and its semantic field.

Beans in Georgian Language is “Lobio” which is not of Georgian Origin and it is very close with its sound with Arabic (luubiyaa), and Persian (lôbiyâ), the word bean in Georgian, Arabic and Persian languages takes origin from Greek word – “lobia”.

The English word Bean and its Germanic cognates (e.g. Bohne) have existed in common use in West Germanic languages since before 12th century, referring to broad beans, chickpeas and other pod-born seeds. In old English we meet bean, pea, lengume, from Proto-Germanic “bauno, related to Latin “Faba” meaning-bean, Greek “phakos” – lentil. Old Prussian “babo” is closely related to Russian “bob”– bean (2).

The common bean (*Phaseolus vulgaris*) originated as a wild vine in Central and South America. There are thousands varieties of species grown around the world today like black beans, kidney beans, cannellini beans and pinto beans. From 150 kinds of generally known beans, there are about 20 kinds of eatable beans, 7 of which are especially used nowadays for preparing different dishes. Through

Central America beans were brought to Europe in the XVI century. In Russia XVIII, in Georgia in XVI (1). The people cultivated new species of beans, the ones which are eaten and loved by the people all over the world. This diversity didn't happen by accident; farmers selected the plants they liked the best and saved seeds from them, nudging beans toward heat tolerance, redness, frost resistance and more. They passed these seeds and knowledge down to their children and the cycle continued. So every bean we see today is the work of thousands of people (8).

In Georgia there are species called red/field beans, Batumura, Common, alias, brinja, masha, tempera, mertskhala, chrela and so on.

The most popular kinds of beans in England are field Beans, which are also known as fava beans, narrow flat peas and large blue peas.

There are many stories and legends about beans, among them is the legend "Three sisters" (4). The three sisters are corn, beans and squash. They are seen as three beautiful sisters who grow in the same garden. The corn serves as the ladder for the bean vine, and both together give shade to the Squash. The garden where three sisters live, help and support each other creates an ideal relationship between the three plants, each support and are beneficial to others. In the legend it is believed that the corn, beans and squash were gifts from the Great Spirit and they cannot grow without one another. Moral of the tale is easily understandable. All plants farmers grow in the field are necessary and have their time of planting, plan of growing and way to find out how to make them beneficial for one another for better crops and harvest.

The notion of lucky or magic beans in English folklore is from the exotic beans or large seeds, carried from the Caribbean or South America by the Gulf Stream, that wash up occasionally in Cornwall and western Scotland. They were cherished, believed to ward off the evil eye and aid in childbirth.

Ancient Greeks did not eat beans as they thought that they contained the souls of dead. It is also well known fact that Pythagoras was a vegetarian, but he avoided eating beans. Like the Ancient Egyptians and Romans, they considered broad beans also known a fava beans as a supernatural symbol of death. Despite being one of the first cultivated crops in history, many cultures had mixed

feelings about favas. The Greek historian Herodotus wrote that Egyptians refused to cultivate beans at all. Though this was untrue, beans were often used for sacrifices, and in later Rome, priests of Jupiter couldn't touch or even mention beans, due to their association with death and decay. Due to their black-spotted flowers and hollow stems, some believers thought the plants connected earth and hades, providing ladders for human souls (5).

This view spread from Generation to Generation for centuries and people somehow did not have healthy attitudes towards them.

It is difficult to list all legends and myths about Beans, but from my own side I want to say that beans are widely used in Georgia and in all Christian world nowadays, on funerals, fasting days, on religious holidays they always prepare and serve different dishes from beans, we usually eat it for dinner as part of main course.

Foreigners especially people from great Britain and America always give preference to beans in clay pots, while Georgians mostly enjoy Mtsvadi, "roast beef" or "chakapuli", which are internationally well-known all over world, most of foreigners enjoy eating Lobiani (bean pie) to Khachapuri (cheese pie). Spices and greens give Georgian beans and Lobiani special taste and flavor. While eating and tasting dishes from beans, the topic of conversation turns into analyzing, comparing and investigating dishes. That is how beans become one way of multicultural communication.

Georgians are proud that foreigners enjoy beans prepared in multiple ways. Most common dish from beans is called "tsiteli, amolesili Lobio" which can be translated as "red, mashed beans or Georgian bean stew prepared with kidney beans. Lots of greens, and spices, which makes them incredibly flavoured. There are a number varieties of this dish and the ways of preparation of Georgian "Lobio" varies across region to region and even household to household not only in preparation ways but also taste and serving process. It is mostly cooked and served in clay pots and is eaten with Mchadi and different kinds of pickles, like pickled cucumbers, cabbages and radishes. Visitors enjoy not only mashed beans but also so called beans with nuts, which is beans stewed with ground walnuts, fresh beans with tomatoes and spices, different salads made from beans and of course, one should not forget "lobiani" Georgian Bean Pie, a traditional Georgian dish of bean filled bread. In Georgia

the most popular is “Rachuli lobiani” with bean and bacon. Kidney beans is the most important which is enjoyable food all year round and is especially eaten on the Georgian religious holiday called “barbaroba”, st. Barbara’s day.

There is a great difference between Georgian lobio and beans you can eat in England. In Georgia one buys dried beans, which should be soaked for the whole night and boiled after they become a little soft, but in England you mostly buy already made, canned beans, which is the most common item to buy in England, they are called “Baked Beans”. If Georgians eat beans for dinner, Brits eat them for breakfast, because their breakfast is not plain like ours. England is known for its Full English Breakfast consisting of sunny-side up eggs, English bacon, cooked tomato slices, black pudding, mushrooms and baked beans. Baked bean originated in the U.S.A.

American-style baked beans are cooked with pork (bacon) and brown sugar. The sauce is much sweeter and thick. These British-style beans are without meat, with a thinner tomato sauce with carrots, celery and Worcestershire sauce (6).

British baked Beans are cooked from Navy beans, they are cooked with vegetables and flavourings in tomato sauce for a taste of a British classic. British love baked beans a lot because they are cheap and they can add them to almost anything.

People of Britain like to put canned beans on their toast. British prefer dumping a blue Heinz can of “baked beans in tomato sauce on their hot buttered toast. Americans also use baked beans but Unlike British baked ones America’s beans are sweeter and porkier. English people really use canned navy beans very frequently, as they are inexpensive, filling, and nostalgic and they don’t need to waste their time on its preparation. The only thing is that you should open the can, heat beans and serve over buttered toast. Beans in England was very good food for killing hunger during World War II, They ate it for breakfast, dinner, supper. They were cheap and already cooked. Nowadays they are sometimes called “breakkie” for university students who don’t have much money or are broken, they are also desirable food for short-budget travelers, some people just like to remember old days or simply like the food. It goes well with mustard or sauces, some people like to melt cheese on top, some like to eat them with traditional English fries, British don’t use additional

ingredients for beans but butter, as they say it makes beans taste better. And what's more English people think that eating British canned beans will always keep you in good shape and mood as well (7).

There are about 80 compound words in English which contain the word bean: Words that start with beans, end with beans or just contain bean:

Beanballs, beanpoles, beanlike, beanpole, beaning, beaned, beanie broadbean, horsebean, jellybean, soybean, ...etc.

Beans are used as Metaphores:

"it costs a bean" – A bean for something of small value

Hill of beans – something not much to amount

As slang:

Bean as a noun means a head

Bean as a verb means "to hit on the head"

Bean – ball means "a pitch thrown at the head"

Bean shooter – child's weapon for mischief

Bean – counter means "accountant".

Ideomatic expressions about beans:

- not have a bean – have nothing, be poor, penniless (informal)
- the expression "full of beans" has different meanings
 - a) lively.
 - b) have money.
 - c) not correct or truthful, full of nonsense.
- give someone beans – scold or deal severely with a person – informal.
- a row of beans – has the same meaning as a hill of beans. Something of little importance or value – informal.
- know how many beans make five – be intelligent...
- spill the beans. – to divulge secret or hidden information
- Bean counter – a person involved in corporate or government financial decisions and especially reluctant to spend money
- Beanpole – a tall, thin person Beanbag – a cloth partially filled typically with dried beans used as a toy.

The importance and frequency of usage of beans all year round are well shown in poem “Beans” by UK published poet Kate Williams:

Bean

Suddenly it's bean time!

Yes, we've got beans:

Fresh beans, green beans,

Long, wiggly lean beans,

Handfuls, pocketfuls, bags, tureenfuls!

Beans for lunch and beans for tea,

And beans for nibbles in between!

Beans for brunch – and midnight munch! –

More beans than you have ever seen!

Beans for neighbours, colleagues, friends –

and more beans ready to pick at weekends!

Beans for the freezer: squeeze a few more

Into the drawer 'til you can't shut the door!

Beans for November, December, next year,

For springtime, next summer... when more will appear.

Read More

In conclusion we want to say that beans can be considered as the international food enjoyed and eaten by mostly all nations of the world. And its taste varies from culture to culture depending on different Greens, spices and ingredients people use to prepare it in different style which often becomes intercultural subject of discussion and which connects people of different races and nations. It is widely used everywhere for its healthy and unique combination of nutritious benefits. Though it certainly does not have the international acclaim and notoriety of other popular Georgian dishes like khinkali or khachapuri Adjaruli, “lobio dishes” – are just as delicious, completely vegetarian and a good bit healthier, and what’s more it is the food that always is the means of intercultural communication, “mean of integregrtion”.(3) Improving knowledge,

mutual understanding and discovering both differences and similarities among people.

Literature:

1. Dino A., Cappellini B. (2014), How Immigrants Travel with Their Home Brands: Brand Relationships and Acculturation, *NA – Advances in Consumer Research*, 42.
2. Lipka L., (1992), “An Outline of English Lexicology Lexical Structure, Word Semantics, and Word-Formation Second Edition, 57.
3. Phillips L. (2006), “Food and Globalization”, *Annual Review of Anthropology*, 35.

E resources:

1. https://cdn.agclassroom.org/media/uploads/2015/09/01/Three_Sisters_Legends.pdf3
2. <https://www.atlasobscura.com/articles/favism-fava-beans>
3. <https://culinaryginger.com/british-baked-beans/>
4. <https://eatyourworld.com/destinations/europe/england/london/>
5. <https://weseedchange.org/where-do-your-beans-come-from/>

დიანა მიქელაძე

ასოცირებული პროფესორი

სოსუმის სახელმწიფო უნივერსიტეტი, საქართველო

**ღობიო – მულტიკულტურული საკვები,
მისი ეტიმოლოგია და სემანტიკური ველი ინგლისისა
და საქართველოს მაგალითზე
რეზიუმე**

გასტრონომიული კულტურა გლობალურ მსოფლიოში საკმაოდ აქტუალური ხდება. საკვებს მნიშვნელოვანი ადგილი უკავია ადამიანის ცხოვრებაში. ის არ არის მხოლოდ გადარჩენისა და არსებობის საშუალება. საჭმელი დიდ როლს

ასრულებს ერის სოციალურ, პოლიტიკურ და მულტიკულტურულ საკითხებში.

ნაშრომის მიზანია, წარმოაჩინოს ერთი ჩვეულებრივი, ყოველდღიური, მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყანაში მიღებული საკვები ლობიო; შეისწავლოს არა მხოლოდ სიტყვის – „ლობიო“ სემანტიკური ველი, ეტიმოლოგია, მასთან დაკავშირებული იდიომები, ფრაზები, და ანდაზები, არამედ შეისწავლოს მსგავსება-განსხვავებები მისი მომზადების, გამოყენების სიხშირისა და გამასპინძლების თავისებურებებს შორის საქართველოსა და ინგლისის მონაცემებსა და მაგალითებზე დაყრდნობით.

ნაშრომში საუბარია იმაზე, თუ როგორ უწყობს ხელს ერთი და იგივე საჭმელის მომზადების, მაგიდაზე გაწყობის, მისი დამატებითი საკვებით გაღამაზების, დაგემოვნების, კულინარული რეცეპტების შესახებ საუბარი ერებს შორის საერთო ინტერესების გამონახვას და მათ ინტეგრაციას.

კვლევა განხორციელდა ლეგენდებზე, ზღაპრებზე, გამონათქვამებზე, ლექსებზე, საკუთარ გამოცდილებაზე დაყრდნობით.

Диана Микеладзе

Ассоциированный профессор

Сухумский государственный университет, Грузия

**Фасоль – мультикультурный продукт питания, его
этимология и семантическое
поле на примере Англии и Грузии
Резюме**

Пища является неотъемлемой частью жизни людей. Это гораздо больше, чем просто средство выживания. Она играет большую роль в социальных, политических и мультикультурных вопросах.

Целью данной работы является изучение распространенного продукта питания – бобов, которые употребляются в пищу повсеместно. В ней изученно происхождение слова, его этимология, семантическое поле, показаны различия и сходства в его приготовлении, подаче и частоте употребления на примере Англии, США и Грузии. В частности, мы исследуем, как привычки питания, рецепты и т.д. могут стать «средством интеграции».

Исследование проведено на основе различных легенд, сказок, поговорок, стихов и собственных наблюдений и выводов из реальной повседневной жизни.

Елена Жбанкова

доктор исторических наук, профессор, Московский
государственный университет, Россия

ГРУЗИНСКАЯ КУХНЯ СОВРЕМЕННОГО ЕРЕВАНА ГЛАЗАМИ МОСКВИЧКИ

В начале XXI века Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, насчитывающий в своей структуре более 40 факультетов, стал открывать филиалы в разных странах бывшего Советского Союза и мира. Филиалы МГУ есть в Казахстане, Азербайджане, Таджикистане, Швейцарии, Китае и других странах. Недавно был открыт филиал МГУ и в Армении. Первый набор студентов на I курс осуществился в 2015 году. Преподают в филиале ведущие профессора и доценты различных факультетов МГУ, в том числе, факультета иностранных языков и регионоведения. Автор данного сообщения преподает в филиале ряд дисциплин, объединенных общим названием «Русский мир».

Важнейшей составляющей любой национальной культуры является кулинария. Традиции питания каждого народа определяются географическими, климатическими, сельскохозяйственными, экономическими, историческими, нравственно-мировоззренческими особенностями развития региона. По традиционной кухне можно многое понять в менталитете и национальном народном характере.

Преподаватели МГУ, приезжая в Ереван, безусловно, стремятся познакомиться с национальной армянской кухней, посещая кафе и рестораны города. К своему удивлению, автором было обнаружено, что ресторанов, специализирующихся только на национальной армянской кухне, в Ереване немного. Подавляющее большинство мест общественного питания основывается на общекавказской кухне, в основном составленной из армянских и грузинских блюд, с небольшим количеством азербайджанских.

Автор данного сообщения уже четырежды побывала в Ереване и потому может позволить себе разговор и об армянской, и о грузинской кухне. В один из своих приездов в

Ереван автор в выходные дни съездила в Тбилиси, посетила там несколько ресторанов и пришла к выводу, что они также включают в свои меню армянские блюда, но все же в меньшем количестве, чем ереванские рестораны грузинские.

Цель нашего сообщения – грузинская составляющая в армянской кухне, потому вначале поговорим об особенностях армянской кулинарии.

Мало кто знает, что армянская кухня является самой древней и хранит свои кулинарные секреты на протяжении двух тысяч лет. Известно, к примеру, что армяне имели представление о процессах брожения и хлебопечения ещё 2500 лет назад (7, 2009). На формирование армянской кухни влияли другие народы: турки, римляне, византийцы, монголы, иранцы, арабы.

Армянская кухня располагает разнообразными по составу блюдами и сложной вкусовой и ароматической гаммой. При приготовлении пищи армяне используют большое количество зелени, которую употребляют как в сыром виде, так и в виде специй. Еще в «Сборнике материалов для описания местностей и племен Кавказа», вышедшем в 1881 году, отмечается, что армяне не могут жить без огородной зелени, дыни, арбузов и прочей растительности. Известна пословица: «Достоинство розы соловей знает, а достоинство зелени – армянин» (7, 2009).

Армяне издревле употребляли много мяса. Есть целый ряд традиционных мясных блюд: хоровац – шашлык из крупных кусков мяса, для приготовления которого чаще всего используется свинина, реже баранина и говядина. Карси – готовится на мангале; хазани – готовится в кастрюле; кюфта – мясные шарики из отбитого особым образом и отваренного мяса; кололак – круглые фрикадельки в бульоне; долма (толма) – рубленая баранина (говядина) приправленная рисом, зеленью и завернутая в виноградный лист; баскыртат – тончайшие полоски отварной говядины; ариса – кашеобразная масса из куриного мяса и пшеницы; бозбаш – отварная баранина с горохом и зеленью; путук – суп из баранины; бастурма – вяленое говяжье мясо; борани – жареный цыплёнок с баклажанами и мацуном; суджух – популярная закуска, особый вид

сыровяленной плоской колбасы (содержит ряд пряностей: чеснок, перец, чаман и т. д.); тжвжик – ассорти из ливера и овощей; кчуч – блюдо из баранины с картофелем; пастынеры – тушёная баранина с овощами; амич – курица или индейка, фаршированная рисом и сухофруктами; тыал (каурма) – консервированное в топлёном курдючном жире или топлёном масле мясо (2, 2003).

Широко распространены в Армении первые блюда. Самые популярные: хаш – суп из бараньих, или говяжьих ножек, приготовление которого занимает целый день, бозбаш – суп из мяса ягнёнка с горохом, картофелем, баклажанами, болгарским перцем и луком поч – похлёбка из говяжьего хвоста с помидорами, луком и острым перцем; яйни – суп из говяжьего мяса с курагой; суп из фасоли и крупы (дзавара) и пр. «Главный» суп армянской кухни – спас, приготавливаемый на основе мацони с пшеничной крупой (4, 1939).

Армянская кухня богата разнообразными молочными изделиями. Употребляют их как самостоятельные блюда, так и в качестве приправ к другим кушаньям. Самый популярный молочный напиток – «мацун» (сгущённое кислое молоко). На его основе готовят различные супы, а летом в жару, разбавляют водой и получается «тан» – незаменимый напиток для утоления жажды.

В рационе большое место занимают сыры. Широкое распространение в Армении получил белый сыр. Также популярны бурдючный сыр (мотал), плетёные сыры (чечил, хюсац панир), плесневые сыры (канач панир, мклац панир) (6, 1973).

Традиционно пользуются популярностью рыбные блюда. Еще в средние века на территории Армении создавались искусственные водоемы для разведения речной форели. Особенным деликатесом является севанская форель (ишхан). Визитная карточка Армении – рыбный кчуч. Его с давних времен готовили в глиняной посуде, в основу блюда клали лук, нарезанный кольцами, сладкий перец, помидоры, черный перец, сверху клали кусочки рыбы, добавляли специи и заливали

вином (4, 1939). Хочется отметить блюда, приготовленные из сига, выловленного в озере Севан.

Основным мучным изделием является тонкий блинообразный хлеб – лаваш, его изготавливают без использования дрожжей. Пекут по старинным технологиям, в глиняных печах – тонирах. Лаваш знают и любят во всё мире. Из других хлебобулочных изделий, на столе можно увидеть «дурум» (маленькие бутерброды с сыром) и «матнакаш» (хлеб круглой, или овальной формы).

Для приготовления мучных изделий часто используется мука не только нескольких видов, но и помолов. Шире всего применяется пшеничная мука и мука из поджаренной пшеницы (похиндз).

Овощные блюда армянской кухни готовят в основном из баклажанов, бобовых (гороха, чечевицы, фасоли) и тыквы. Одновременно в состав таких блюд может входить несколько овощных и фруктовых компонентов, а также обязательно зерновые (рис, пшеница). Как правило, в армянской кухне овощные блюда редко имеют национальные названия, за исключением овощной долмы, айлазана (блюда на баклажанной основе) и мшошей (бобовые пюре) (9, 2014).

Армянский народ любит не только острые блюда, но и сладкие. Излюбленное национальное лакомство – гата – сладкая лепешка с начинкой. Кроме гаты есть и другие сладости: фруктовый лаваш, к примеру, изготавливаемый из фруктового пюре. Пюре нужно вылить тонким слоем на поднос и три дня сушить на солнце. Любимой сладостью для тех, кто предпочитает грецкие орехи, станет суджух. Его готовят только из натуральных ингредиентов: очищают грецкие орехи, делают виноградный или абрикосовый сироп, добавляют корицу, специи, высушивают (6, 1973). Суджух схож с грузинской чурчхелой, но разница в приготовлении все же имеется. Для автора данной статьи любимой армянской сладостью является алани. Это особым образом вываренные в сиропе и высушенные персики, наполненные потом толченым с медом грецким орехом.

Самый известный армянский алкогольный напиток – коньяк. Чтобы попробовать его настоящий вкус туристы специально приезжают в Армению. Общеизвестно, что пятидесятиградусный «Двин» десятилетней выдержки любил Уинстон Черчилль. В современном Ереване говорят, что коньяки производства завода «Арагат» лучше, чем коньяки производства завода «Ной». Скорее всего, это миф, так как долгие годы завод в Ереване был один, и на нем производились коньяки всех известных ныне марок. Несколько десятилетий назад завод разделился на две части, но технологии производства остались прежними.

Также традиционными алкогольными напитками являются «Арцах» – водка, настоянная на белых тутовых ягодах, армянское вино, в частности, гранатовое, и пиво «Киликия».

Кофе и чай в Армении готовят по-турецки. Армяне не покупают чай иностранных производителей, а отдают предпочтение своему травяному чаю. Очень любят минеральную воду из местных источников – целебную минеральную «Джермук» и «Арзни».

В завершение краткого обзора армянской кухни можно попытаться определить некоторые ее особенности.

Кухня основана на принципах глубокой первичной обработки ингредиентов. Отличие этой кухни от других – натуральность. Если в грузинской кухне, к примеру, много специй, обостряющих и меняющих вкус блюд, то в армянской наоборот – пряности и травы дополняют естественный вкус (9, 2014). Армянская кухня отличается тем, что в блюда добавляется много соли. Специалисты объясняют это климатическими условиями (общий расход соли человеческим организмом в жаркую погоду значительно выше, чем в условиях умеренного климата).

Блюда национальной кухни Армении очень сытные, их сложно приготовить, не имея специальных навыков. Армяне придерживаются такого режима питания: легкий завтрак, обед и плотный ужин после трудного рабочего дня.

Теперь поговорим об особенностях грузинской кухни.

Она также является одной из древнейших кухонь мира. Многие блюда и напитки были придуманы в древнегрузинских государствах Колхида и Дидоха во II тысячелетии до н.э. (8,

2009). К ним можно отнести всеми любимые сейчас хинкали, суп-харчо, чурчхелу, сулугуни, хачапури, сациви и т.д. Харчо, цыпленок табака и хачапури сегодня являются фактически интернациональными блюдами.

Грузинская кухня опирается на контраст пряного и острого. В любое время года к столу вместе с приправами подают зелень: петрушку, укроп, кресс-салат, эстрагон, мяту, базилик, зеленый лук и др. Подаются также редис, редька, целые помидоры, огурцы, стручковый перец. Сочетание пряного и острого особенно заметно в соусах. Грузинская кухня предлагает большой выбор острых и кислых соусов. Среди кислых основным сырьём выступают соки и мякоть слив ткемали, тёрна, граната, ежевики, кизила или барбариса. Соки уваривают на треть или половину и добавляют зелень и специи. Также частым компонентом в соусах являются кинза, чеснок и грецкие орехи. Особым праздничным соусом считается бажу, очень пряная подливка из толчёных грецких орехов с чесноком и винным уксусом, подаваемая к мясу и рыбе. Из ткемали готовят сладко-кислый лаваш тклапи. Он представляет собой лаваш толщиной не более 3 мм и хранятся в сушённом виде. В нужный момент разводят в горячей воде или бульоне. Является обязательным элементом в знаменитом супе харчо Соус киндздзмари подаётся к отварной белой рыбе. Название происходит «киндз» – кинза и «дзмари» – уксус. Для приготовления этого соуса достаточно измельчить кинзу, соль по вкусу и залить винным уксусом. Все же самым распространённым и известным из соусов является ткемали, изготавливаемый из диких сортов алычи, заправленной красным перцем и рубленой зеленью (1, 2000). Очень популярны джонджоли – одно из любимейших солений в Грузии. После 4-6 недель закваски соцветия отжимают, прополаскивают водой, приправляют растительным маслом, винным уксусом, репчатым луком и кинзой. В Москве, к примеру, есть сеть грузинских ресторанов под названием «Джонджоли».

Широко используются овощи как в качестве самостоятельного блюда, так и в качестве дополнения к мясным блюдам. Холодные овощные закуски готовят из сырых, варенных, соленых и маринованных овощей и зелени. Широко исполь-

зуются баклажаны, фасоль (стручковая и в зернах), красные и зеленые помидоры, капуста и другие овощи.

Есть различия между традиционными кухнями западной и восточной Грузии. В кухне западной Грузии характерно употребление лепёшек мчади из кукурузной муки особого помола и из особого вида проса — чумизы, которую применяют вместо хлеба с супами, мясными и овощными блюдами. Из кукурузной муки также варят кашу гоми. Большую часть мясного рациона составляет домашняя птица, в основном индейки и куры. Гусей и уток в Грузии готовят редко. В западногрузинской кухне применяют более острые соусы, в состав аджики здесь входит до 25% острого перца, тогда как в соусах восточной Грузии до 5 % (3, 2003).

В кухне восточной Грузии более распространено употребление пшеничного хлеба. Что касается мяса, то в восточной Грузии наряду с основным для грузин мясом — говядиной — едят и баранину, употребляют довольно много животных жиров. В качестве закуски используют солёные и маринованные овощи (мжавеули).

В состав многих блюд грузинской кухни входят фасоль, баклажаны, белокачанная и цветная капуста, свёкла, помидоры, много грецких орехов. Чаще всего фасоль и баклажаны готовят с различными приправами и грецкими орехами, в результате чего получаются множество видов лобio и блюд из баклажанов (бадриджани). Наравне с сельскохозяйственными культурами используют и дикорастущие травы — крапиву, чину (бобы), портулак, мальву (молодые побеги и листья), а также молодую ботву огородных культур — свёклы, цветной капусты. Холодные блюда из бобов (лобио), блюда из молодой крапивы, листьев свеклы, шпината (испанахи) называются пхали. Баклажаны готовятся с орехами и чесноком, где кроме баклажанов присутствуют помидоры, лук и другие овощи. Из грибов самым употребляемым и излюбленным является хис соко (вёшенки), также употребляются шампиньоны, в Западной Грузии одним из излюбленных и вкуснейших грибов является цезарский гриб (1, 2000).

Горячая закуска из отварных куриных желудков (кучмачи) с ореховым соусом подается на кеци – специальной сковороде, которая с древности делается из огнестойкого камня или из специальной глины (5, 2009).

Грузинские супы готовятся почти без овощной гущи, но консистенция их намного плотнее. Достигается это добавлением яиц. Чтобы яйца при нагревании не свернулись, их смешивают с какой-нибудь кислой средой, в качестве которой применяют уксус, кислые фруктовые соки или мацони. Но чаще всего в роли кислой среды используется загущенное и высушенное пюре сливы ткемали. Кислая среда значительно повышает усвояемость блюда. Она используется либо с яйцами, либо с большим количеством мяса и жира. Наиболее известными супами грузинской кухни являются харчо, чихиртма, хаши и шечаманди из мацони (мацвнис супи) (1, 2000).

Что касается сыров, то в Грузии многие домашние сорта на протяжении веков превратились в общенациональные. А такие сыры как имеретинский и сулугуни, известны далеко за пределами страны. На долю этих двух видов приходится 80% от всего производимого в стране сыра. В основном в Грузии распространены рассольные сыры, приготовленные бурдючным или кувшинным методом. Причём их могут употреблять отдельно или в качестве добавки в первые и вторые блюда. Грузинские сыры отваривают в молоке, запекают в тесте, вымачивают, выдерживают в мёде или растительном масле, коптят и даже жарят на вертеле или сковороде.

С 2010 года в Тбилисском этнографическом музее каждую осень проходит фестиваль сыра, на который приезжают производители со всей Грузии, из Армении и Азербайджана.

Каша эларджи – каша из кукурузной муки с добавлением большого количества сыра, традиционно сваренная на воде, известна и популярна далеко за пределами Грузии. Любимый московский ресторан автора, славящийся грузинской домашней кухней, даже носит это название «Эларджи».

Особым блюдом грузинской кухни считаются хинкали, которые посыпаются чёрным молотым перцем. Обычно их

подают к столу как основное и единственное блюдо, и такой пир в народе называют «хинклаоба» – «празднество хинкали».

Мясные блюда грузинской кухни очень известны. Одно из них – сациви – пряное холодное рагу из индейки или курицы с толчёным грецким орехом. Также часто готовится гочи – зажаренный в печи поросёнок. Шашлык (мцвади) готовят как правило из свежей вырезки говядины. Есть в Грузии своё подобие холодца – мужужи. Особый вид колбас в Грузии называют купаты, их сначала отваривают, а затем обжаривают. Чашушули – ароматное, острое блюдо из мяса (говядина или телятина), тушённое в томатах. Чанахи – блюдо, получаемое в результате томления мяса с овощами в глиняных горшочках в духовом шкафу или печи. Среди повседневных блюд одним из самых популярных является оджахури – жареное мясо с картофелем, и чакапули – молодое мясо, тушённое с зеленью и специями. Чахохбили – блюдо, приготовляемое из говядины или баранины, но чаще из домашней птицы (обычно из курицы) (5, 2009).

В качестве хлеба в Грузии используют пресные кукурузные лепешки (мчади), испеченные в печи (бухари) или в кеци, а также горячий хлеб-лаваш. Известные по всему миру грузинские лепешки с сыром – хачапури – имеют несколько видов: по-аджарски (с яйцом), по-имеретински (закрытые), «пеновани» (из слоёного теста), по-мегрельски (с двумя слоями сыра) и ачма – варёное тесто с сыром. Наряду с хачапури в Грузии популярен пирог лобиани с начинкой из варёной фасоли (3, 2003).

К сладким блюдам относятся козинаки – конфеты из поджаренных орехов и загустевшего мёда, чурчхела – похожее на фигурную свечу изделие из орехов и заваренного виноградного сока, када – сдобная булка с начинкой из поджаренной муки, сливочного масла и сахара, пеламуши – густой кисель из виноградного сока, который едят охлажденным, баты-буты – кукурузные хлопья в виде небольших шариков, политых сахарным сиропом.

В Грузии широко распространено виноделие и существует большое количество сортов вин. Самые известные вина –

красные: Хванчкара, Саперави, Мукузани, Киндзмараули, и белые: Цинандали, Твиши, Ркацители. В качестве крепкого спиртного напитка распространена чача – самогон из виноградного жмыха, оставшегося после производства вина. Самогон из других фруктов (инжир, шелковица, слива ткемали) в Грузии называют жипитаури.

«Воды Лагидзе» являются популярными газированными напитками на постсоветском пространстве, среди которых самый известный «Тархун». В Грузии также производят лимонады на заводах «Натахтари» и «Задазени». Также популярны минеральные воды «Боржоми», «Набеглави», «Саирме» и «Ликани», самые популярные из которых «Боржоми» и «Саирме» экспортируют

Грузинская кухня очень разнообразна и изыскана. Ее характерной особенностью являются кушанья, жареные на вертеле. На вертеле жарят как мясные, рыбные, так и овощные продукты, а также сыр. Продукты нанизывают на вертел, помещают над горящими без пламени углями и жарят до готовности. Самыми любимыми блюдами на вертеле и грузин считаются шашлык, фаршированные салом и зеленью овощи (помидоры, баклажаны) и окорок или грудинка молодого барашка.

После краткой характеристики особенностей армянской и грузинской национальных кухонь, перейдем к основному вопросу данного сообщения – вычленению грузинской составляющей в ресторанных меню Еревана.

Один из самых известных ресторанов Еревана – «Лаваш» на улице Туманяна. Заведение раскинулось на двух этажах: на первом – собственная пекарня, магазин, летняя терраса и обеденные залы, на втором – пространство для торжеств и банкетов. Основа меню не только блюда армянской национальной кухни, но большое количество грузинских: хинкали, харчо, чанах, шашлык, домашние лепешки.

Следующий чрезвычайно популярный ресторан – «Кавказская пленница» на улице Амиряна.

Вдохновением для создания ресторана послужила знаменитая картина Л. Гайдая. Дизайн залов тесно перекликается с мотивами киноленты: фигуры любимых героев, тематическое

оформление столов, предметы советской эпохи, кадры из фильма на стенах. У входа гостей встречает легендарная тройца: Трус, Балбес и Бывалый. Регулярно здесь выступают профессиональные и самодеятельные коллективы, чтобы развлечь посетителей народными песнями и танцами. В ресторане виртуозно готовят лобио, чахохбили, сациви, хачапури.

Таверна «Ереван» («Пандок») – сеть из четырех ресторанов кавказской кухни. Все заведения оригинально оформлены: деревянная мебель, замысловатые светильники, облицованные камнем стены с пейзажами Армении, проглядывающие в деталях национальные узоры. Здесь подают, например, вкусные жареные хинкали.

Ресторан «Долмама» был открыт в 1998 г. и стал одним из самых уважаемых заведений Еревана, сервис и кухню которого высоко ценил, к примеру, Шарль Азнавур. Заведение расположено в небольшом, но уютном помещении с эффектным дизайном. Мебель выполнена под старину, имеются оригинальные кованые предметы интерьера, множество драпировочных тканей, ковров, ваз с сухоцветами, подсвечников и масса зелени создают здесь особый антураж. В меню включены неординарно приготовленные блюда кавказской кухни, грузинскими из них являются, например, хачапури по-аджарски и по-мегрельски, и цыпленок табака.

Ресторан «Арагат» расположен в историческом центре города, на площади Республики. Это одно из самых старых заведений Еревана, где можно не только отведать вкусные традиционные блюда, но и увидеть красочное представление с участием танцоров, музыкантов и певцов. В оформлении зала прослеживаются традиционные мотивы: сводчатые потолки, облицовка стен под камень, узорчатые ковры, много светильников, картин и деревянной мебели. Здесь царит уютная романтическая обстановка. Из грузинских блюд гостям здесь обязательно нужно отведать хачапури кудбари с мясом, приготовленные по классическим сванским рецептам.

Ресторан «Шереп» на улице Амиряна открылся в конце 2017 года. Его главная особенность – единственная в стране огромная открытая кухня, за которой могут наблюдать посетители. Заведение занимает несколько просторных залов с

европейским дизайном на двух этажах. Предлагаются такие деликатесы, как сыр на мангале, хачапури по-деревенски, шашлык, выпечку и лаваш.

Ресторан «Хинкальная» на улице Туманяна славится, прежде всего, грузинскими хинкали с разнообразными начинками.

Самым «вкусным» рестораном грузинской кухни в Ереване, по мнению автора, является ресторан с говорящим названием «Генацвале» на проспекте Маштоца. Там подают прекрасное домашнее вино, хачапури, лобио, харчо и замечательное блюдо на кеци – жареные с луком говяжьими или бараньими мозгами.

Результатом поиска грузинской кухни в ресторанах Еревана можно назвать следующее: практически во всех известных ресторанах Еревана в меню есть широкий выбор грузинских блюд. Часто их перечень превосходит по количеству наименования блюд армянской национальной кухни. Но это совсем не означает, что одна кухня превосходит другую по вкусу своих блюд. Можно сказать лишь то, что эти кухни в чем-то схожи, но в то же время абсолютно разные. Выбор остается за посетителем ресторана, который на свой вкус отдает предпочтение тому или иному блюду из каждой кухни. Автору данного сообщения из армянской национальной кухни более всего нравятся суп спас и каша ариса, а из грузинской кухни хачапури по-мегрельски и эларджи.

Литература:

1. Грузинская кухня. М., 2000.
2. Дубовис Г.А. Армянская кухня. М., 2003.
3. Дубовис Г.А. Грузинская кухня. М., 2003.
4. Месропян С. И. 100 блюд армянской кухни. М., 1939.
5. Мжаванадзе Т. Грузинская домашняя кухня. М., 2009.
6. Павлов А. Блюда армянской кухни. М., 1973
7. Похлёбкин В.В. Армянская кухня // Национальные кухни народов мира. М., 2009.
8. Похлёбкин В. В. Грузинская кухня // Национальные кухни наших народов. М., 2009.
9. Традиционная армянская кухня. Ереван, 2014.

ელენა ჯბანკოვა

*ისტორიის მეცნიერებათა დოქტორი, პროფესორი, მოსკოვის
სახელმწიფო უნივერსიტეტი, რუსეთი*

თანამედროვე ერევნის ქართული სამზარეულო მოსკოველის თვალით რეზიუმე

ერევანში ფუნქციონირებს მოსკოვის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ფილიალი. მსუ-ის ლექტორები ორი კვირით ჩადიან სომხეთში და კითხულობენ თავიანთ საგნებს. მოსკოველების მიერ სომხურ კულტურასა და ყოფასთან ზიარების პროცესის ძირითად ნაწილს წარმოადგენს ნაციონალური სამზარეულოს გაცნობა. აღსანიშნავია, რომ ერევნის რესტორნებში ფიგურირებს არა იმდენად სომხური, რამდენადაც საერთო კავკასიური კერძები. ნაშრომში მოცემულია მცდელობა, გამოიყოს ქართული შემადგენელი, რათა გაირკვეს, თუ რა ადგილი უკავია მას თანამედროვე სომხეთის კვების კულტურაში.

Elena Zhbankova

Doctor of History, Professor, Moscow State University, Russia

Georgian cuisine of modern Yerevan through the eyes of a Muscovite Summary

Moscow State University in Yerevan, whose teachers read their courses when they come to Armenia for two weeks. A significant part of the process of introducing Muscovites to the Armenian culture and everyday life is acquaintance with the national cuisine. It is noteworthy that the restaurants in Yerevan feature not so much Armenian as Caucasian cuisine. The report will attempt to isolate the Georgian component from it in order to understand what place it occupies in the food culture of modern Armenia.

Жанна Толысбаева
доктор филологических наук, профессор.
Казахская национальная академия хореографии,
Казахстан

ЕДА КАК УНИЖЕНИЕ
(на материале казахстанской женской прозы)

В 2007 году друзья-писатели пригласили меня присоединиться к мероприятиям, посвященным годовщине смерти писателя Чингиза Айтматова, чье творчество и отразило, и определило дух второй половины XX века. В Национальной библиотеке (Алматы, Казахстан) поэтом Дюсенбеком Накиповым были организованы Чтения, на которых присутствовали сын писателя и литераторы Казахстана. Разговор был очень интересным, местами полемичным. Но вспомнила я об этом событии вот почему.

В этой библиотеке прошла вся моя аспирантская молодость, пришедшаяся на глубокие 1990-е. Каждый день приезжала в Пушкинку (так любовно именовали ее аспиранты, хотя к тому времени ее переименовали в Национальную библиотеку КазССР), стараясь найти и законспектировать как можно больше трудов по теме диссертации. Уходила вместе с библиотекарями, затемно. Обедать приходилось там же. Хотя какой это был обед... Перекус, говоря сегодняшним языком...

Лет 8 я не была в этой библиотеке. И в осенний день 2007 года зашла в здание с чувством необыкновенного волнения. Как будто на свидание с дорогим человеком... Все оставалось на своих местах, все было узнаваемым и родным. Я шла к конференц-залу, проходила мимо кафе, как вдруг какое-то непонятное смятение захлестнуло меня изнутри. В тот момент я не смогла понять, что случилось. Хотелось плакать... Я зашла внутрь кафе. И увидела «их». Сосиски в тесте. Те самые, которыми мы, аспиранты, перекусывали вместо обеда в дни своей молодости. Они остались все теми же – пышными, аппетитными. Мы брали эти изделия, потому что они были серьезнее по содержанию (сосиска как никак почти что мясо!).

Ну и что, что на витрине они выглядели многообещающе пышными, а в руках тесто мигом опадало и предательски очерчивало тонкий контур сосиски, разрезанной напополам. Зато можно было на полчаса просто отдохнуть за чашкой черного чая... А рядом веселились алматинские студенты 1990-х, для которых библиотека была местом встреч и обильных гастрономических возлияний. Как казалось мне тогда, эта молодежь была за пределами моего внимания. Но память оказалась еще той интриганкой – и подкинула сюжет для домысливания. О нем я и хочу написать в этой работе.

Да, еда как унижение. Думаю, каждый из нас, современников 1990-х годов не понаслышке знает, что это такое. Если бы сейчас меня услышала моя бабушка, пережившая голод и войны XX столетия, воспитавшая совершенно иное, предельно уважительное отношение к еде, одернула бы меня, пристыдила: «О чем ты говоришь? Разве можно так о пище говорить?..». Так ведь это не только я ощущала... Нас много...

Творческое рождение казахстанской писательницы Умит Тажикен пришлось на тяжелые 1990-е годы. Эпоха «сворота» идеологического сознания на тотальную коммерциализацию испытала У.Тажикен на выносливость, допустив к статусу бизнес-леди и писателя одновременно. Как оказалось, второе для У.Тажикен стало несравнимо более важным.

В отечественной литературе Умит Тажикен появилась по-женски изысканно и утонченно. Её поэтические миниатюры, собранные в книгах «Сакрализация памяти» (Алматы, 2001) и «Восхождение к Абсолюту» (Алматы, 2003), поведали об авторе самое сокровенное, раскрыли очень трепетную, легко уязвимую и предельно одинокую душу Женщины. Новый роман У.Тажикен «Ось существования» [1] – очень смелый шаг в мире собственно казахстанской прозы, это настоящая и совсем не утонченная правда о тех временах. Ее роман – это первая попытка соткать целостное полотно своего и не только своего видения мира. На страницах романа появляются сцены из алматинской жизни, они типично-узнаваемы для тех лет. Сегодня трудно поверить, что эта реальность имела место, но все, о чем пишет У.Тажкен – правда. Это правда, через которую прошла она сама, в первую очередь.

В изнуряющем плену быта оказываются абсолютно все герои романа, главные и второстепенные. Хотя понятие второстепенных героев в данном тексте относительно: все персонажи, как в кривом зеркале, отражают претензии и болезни друг друга. С интересом вглядываясь в обычного продавца коммерческого киоска Калдыгуль, одну из проходящих героинь романа, автор демонстрирует агрессию быта. Агрессию, проявляющуюся в том, что попытка женщины выжить любой ценой незаметно унижает-уничтожает-растоптывает женщину. Нищий быт возвращает таланты не в ту сторону, впустую растрчивает такую бесценную энергию жизни. Сколько в Калдыгуль мыслей, чувств, внутренней активности! И чем они вызваны? Костями обглоданными и доставшимися ей по окончании трапезы:

«В пакете у Калдыгуль уже лежал на дне мешочек с сочнями и мясом с мослами – остатки беша [«беш» – сокращенное наименование традиционного праздничного казахского блюда бешбармак] с блюда, который вынесли снохи с большого стола. Кусок был приличный, а мосол мозговой, и если тупой стороной большого ножа со стальным лезвием аккуратно ударить (а она знает, в каком месте, чтобы сразу сломать) и таким образом разломить косточку, то бульон будет наваристой. Два дня – точно! А может и на третий день останется. На третий день можно оставить тот овощной салат, заправленный маслом. Хотя, если все это сунуть сразу же в морозильник, то ничего страшного: майонез ведь свежий. Эти казактар («казактар» в переводе с казахского «казахи») кидают в казан столько мяса! И закидывают все, как будто живут последний день.

...Еще раз удовлетворенно вздохнув, она улыбнулась своему отражению в зеркале, проходя из кухни в прихожую. «Так-то, моя дорогая, – сказала она себе, пусть себе барыньки похваляются друг перед другом. Пока есть такие, как они, у тебя есть возможность жить сытно!» [1, с.15].

Неудивительно, что в душевном мире этой же героини идут дальнейшие разрушительные процессы. Облик нищей

полоумной старухи-матери вызывает в сознании дочери волну негативных эмоций и мыслей. Единые для всех народов земли традиции почитания родителей рассыпаются прахом. Что тому причиной? Быт современной городской жизни, не выносящий болезней и причуд старости? Или человек, разменявший себя на быт и суету?

«... Дочь неприязненно глянула на мать. Только из туалета и опять на кухню. Сядет в уголок и ждет чая или что-нибудь поесть. Меры не знает, иногда до туалета не успевает дойти. Лучшие так не жить – пальцами в дерьме пачкать кафель, накапать на полу, не сливать бочок за собой, оставлять за собой такой запах, будто эскадрон испражнялся. Может, гниет что-то внутри? Полуживотное состояние – жрать, с...ть, спать. Подумала: а что, если старуха чужой уже век живет?! Стало жутковато...

Лицо матери показалось на миг зловецим, темный лик ее был сумрачен: не оборотень ли сидит рядом, не вампир, не жалмауз-кемпир («жалмауз-кемпир» – женский образ-медиатор в казахских сказках), прости, Господи... а иначе как понять, что всех пережила. Вдруг вспомнила, что старуха подолгу жила у тех, кто умер... Стало нехорошо, тревожно. Вновь глянула Калдыгуль на мать, та сидела сгорбившись, кроткая, тихая... Что это ее дернуло приехать к ней?..» [1, с.18].

Больно и страшно читать эти страницы. И не потому, что пугает равнодушие Калдыгуль ... Душевный мир этой героини выписан как не самый простой: для неё характерны та же гордыня, страхи, мечты, переживания о несвершившемся в ее судьбе, что и для другой, более преуспевающей героини романа. Образ Калдыгуль страшен от того, что бесчувственность её хоть разок, да посещала каждую из женщин, вынужденных выживать в эпоху перемен...

В текстах миниатюр молодого казахстанского автора Дианы Кабдылгазиной понятия, связанные с едой или процесса принятия пищи, становятся кореллянтами образа семьи. Если быть более точной, то в рассказах Д.Кабдылгазиной отсутствует семья в привычном значении: ни в одном ее

произведении мы не найдем описания целостной семьи с ее традициями, добрыми настроениями и, конечно, уютным бытом. Внимание писателя будто ненароком сосредотачивается на тех явлениях, которые становятся самыми яркими маркерами опустошенности и выморочности семейного быта. В первую очередь, самохарактеристика героини проступает через описание ее рутинной каждодневной работы на кухне, через не очень аппетитное изображение еды:

«Склеенная, холодная, серая масса легко отделяется от дна чашки и глухо шлепается в попрыгивающую кашу в кастрюльке. Несколько круговых движений деревянной ложкой и все. Богатство – еще не повод выбрасывать вчерашнюю овсянку, говорит королева. Наверяд ли знает об этом мой свекор, но поступает так иногда. Да и меня учит, чтоб не пропадать добру» [2].

Во-вторых, в художественном мире Д. Кабдылгазиной герои обретают индивидуально психологическую характеристику через отношение к еде. Золовка изображена в точном соответствии народному злополучному образу:

«– Человек человеку – волк, – сухо констатирует золовка, подозрительно уставившись в кашу... И мне кажется, что она всем видом хочет показать, что она с удовольствием и не ела бы мою еду, но у нее нет выбора...» [2].

Эта еда ни для кого не оборачивается благом... От процесса приготовления пищи страдает сама героиня, от необходимости вкушать – отдельные домочадцы...

В миниатюре того же автора «Уйти» читатель может зафиксировать конфликт внутреннего состояния героини и его внешнего выражения. Сюжет этой новеллы о драме, случившейся в семье: мечта героини о собственной квартире, пусть маленькой, пусть на окраине города, лопнула как мыльный пузырь после очередного дефолта национальной валюты. Долгое время спасительным маяком для героини рассказа был тот самый депозит в банке, на который она трудилась изо всех сил. На вечернем ужине в окружении всей большой семьи, от которой так мечтала уйти (даже ценой развода или так называемого гостевого брака!) в собственную квартиру героиня

рассказа, происходит следующее: «...*Лиля сидит спокойно, слушает «лекции», наливает чай и кивает. И чувствует, как в окаменевшей груди медленно загорается маленький жанаозен»* («Жанаозен» – город районного значения в Западном Казахстане, получивший известность протестной активностью жителей) [3]. Так обозначено начало будущего более масштабного конфликта. В этом контексте чаепитие становится символом семьи как силы деструктивной, уничтожающей, подавляющей волю и желание частного человека, а точнее – женщины, невестки.

В казахской культуре чаепитию всегда отводилась особенная роль в формировании традиций доброй семейственности, гостеприимства. Но в случаях, когда традиционность становится силой, препятствующей проявлению индивидуализма, даже чаепитие может превратиться в ад. В сюжет чаепития современной казахстанской литературы попадают самые неожиданные темы и мотивы. Например, тема квирпоэзии:

*...Они размножаются, а я сижу и пью сладкий чай
сегодня ранним утром меня выгнали из общемировой
гетеросексуальной юрты*

*с припиской: вы рождены для саукеле и фаты –
исправляйтесь*

А я наливаю чай в кесе [4, с.12].

(«Саукеле» – головной убор казахской невесты, «кесе» – пиала, чаша для чая без ручки круглой формы)

Следует признать, что автор этого текста Салтанат Казыбаева пьет чай с явным удовольствием, поскольку для нее этот акт одиночного чаепития есть не что иное, как вызов всем. Это совсем не то же самое, что в рассказе Д.Кабдылгазиной: разливать чай всем обитателям юрты, но быть исключенной из круга общения. Это заявленное противостояние. Но унижение не аннулировано, оно загнано внутрь.

И еще один пример. Героиня постмодернистского автобиографического романа Айгуль Кемельбаевой «Мунара» (в переводе с казахского языка «Башня») учится на 5 курсе Литературного института в Москве. Айжан (так зовут героиню) родом из далекого аула, несмотря на любовь к литературе является истинным представителем своего народа, имеет очень

цельную натуру. Это высокоинтеллектуальная современница 1990-х годов, рефлектирующая, имеющая достаточно критическое сознание. Как и многим студентам, ей приходится подрабатывать. В самом начале романа она описывает опыт своей работы в богатом доме: опыт, который перевернул и на какое-то время рассыпал всю систему ценностей Ажар. Находясь в состоянии постоянного недоедания, униженная положением уборщицы дома, она все время задает себе вопрос: почему она выбрала этот путь, если у нее дома, в родном Казахстане пасутся косяки дойных кобылиц и льются те заповедные молочные реки, о которых она грезит в Москве. Почему она разрешает себе опуститься до уровня человека ничтожного и безликого, если она – писатель? Еда для Ажар становится знаком X, некоей высшей субстанции, до понимания которой ей очень хочется подняться. И она пытается понять этот смысл через философию литературы, привлекая к своим наблюдениям биографию и творчество великих литераторов мира А.Пушкина, О.Бальзака, Г.Флобера, Д.Дефо, М.Сервантеса, И.Тургенева, Н.Гоголя, Д.Лондона: «... я начала размышлять над романами, повестями, рассказами моих любимых писателей, написанными их голодными сердцами... Когда я почувствовала эти танталовы муки, я нашла в своём сердце ответ, почему Кнут Гамсун написал роман под названием «Голод»» (перевод с каз.яз. наш – Т.Ж.) [5, с.13].

Но совершенно потрясает сцена, где Ажар, не раз пройдя через униженность служанки своих “хозяев”, увидев в помойном ведре хозяйской квартиры целый гамбургер, очень ярко осознает свое рабское положение и – наказывает себя: она извлекает гамбургер и силой заталкивает его в себя, мысленно приговаривая «ешь, это то, на что ты имеешь право в этой жизни, ты рабыня, для тебя нет ничего лучшего на этой земле» [5, с.24].

Что обозначает эта ситуация унижения, самоуничужения едой? Не есть ли это метафора того самого страдания, в которое героиня безжалостно погружает себя, чтобы ускорить регенерацию своих человеческих достоинств и, наконец, обрести свое собственное Лицо?..

Одно из назначений литературы – писать о тайном, о невыразимом, о себе непонятном, о том, в чем трудно признаться, что невозможно проговорить в обычной жизни. Я вполне предполагаю, что прочитавший эту статью может подумать: что за нелепица, в наше время уже не существует ни таких понятий, как униженность через еду, ни тем более ситуаций.

Тему еды как унижения мы не найдем в мужской прозе. И даже не в каждом тексте женщины-писательницы можно увидеть отголоски этих мотивов и эмоций. Когда-то всех нас удивила российская женская проза: жесткостью описания быта, натуралистичностью далеко «нетургеневской» женщины, отношением женщины к своим, казалось бы, прямым женским обязанностям – материнству, семье, приготовлению пищи, заботе о родных и близких. Тогда, все в те же 1990-е, в авангарде российской шоковой женской прозы можно было увидеть творчество Людмилы Улицкой, Людмилы Петрушевской, Нины Садур, Татьяны Толстой и многих их последовательниц – но это в России. В Казахстане к этой теме подошли очень редкие авторы. Хотя тождественный образ советской жизни и постсоветские пережитки выравнивали реальность двух стран. Быт был схожим до безобразия. Так почему же не писалось об очевидном нашим казахстанским женщинам? Авторов, творчество которых может быть отнесено к разряду женски откровенных, всего 5 в этой статье (мы провели выборку из более, чем 150 текстов 40 поэтов и писателей Казахстана).

То ли действительно не переживали наши авторы ситуации, в которой еда не несла разрушительные эмоции, то ли реальность еще не отделилась от сознания рефлексирующей женщины, то ли униженности хватает и в дне сегодняшнем настолько, что больно говорить?... Но оценивая свой опыт осознания деструкции, я понимаю, что только осознав, проговорив, можно искоренить чувство ущербности, взять под контроль течение своих мыслей и жизни, одним словом, стать счастливее – и не допустить повторения аналогичной ситуации. Ни в каком виде: ни в образе наказания (чаще всего ребенка, а может быть и женщины) едой за какую-либо провинность, ни в виде поощрения того же ребенка. Еда – это основа жизни, это то, на что имеет безусловное право каждый из живущих.

ლიტერატურა:

1. Тажикенова У. Ось существования. Роман-пунктир. // У.Тажикенова. Лоза тамариска. Алматы, 2009. 158 С.
2. Кабдылгазина Д. Каша, Одуванчик и Каштан // http://prosa.kz./ru/prose/miniature/23712.diana_kabdilgazina.kash-a-oduvanchik-i-kashtan
3. Кабдылгазина Д. Уйти // http://proza.kz/ru/prose/out-of-penre/43615.diana_kabdilgazina.uiti
4. Под одной обложкой. Сборник квир-поэзии. /Сост. М. Вильковская. Алматы: Казахстанская феминистская инициатива «Феминита», 2018. 160 с.
5. Кемельбаева А. Башня. Роман. Алматы, 2003. 149 с.

ჟანა ტოლისბაევა

ფილოლოგიის მეცნიერებათა დოქტორი, პროფესორი, ყაზახეთის ქორეოგრაფიის ნაციონალური აკადემიის დირექტორი სამეცნიერო და სტრატეგიული განვითარების სფეროში, ყაზახეთი

საკვები როგორც დამცირება

(ყაზახური ქალური პროზის მაგალითზე)

რეზიუმე

ყოველი ქალის ცხოვრებაში არის არსებობის სფერო, რომელსაც ყოფა ეწოდება. მაგრამ ყოფამ შეიცვალა თავისი მნიშვნელობა. თანამედროვე ქალის მთელი ცხოვრება ხდება ყოფა. რატომ არის, რომ ყოფის გავლენა ქალზე ხდება აგრესიული? რატომ არის, რომ საკვებიც კი შეიძლება გახდეს დამცირება? როგორი არის ამ გავლენის შედეგები? ნაშრომის ავტორი სვამს ამ და სხვა კითხვებს მას შემდეგ, რაც მიმართავს თავის გამოცდილებას გასული საუკუნის 90-იან წლებში და გაეცნობა თანამედროვე ყაზახი ავტორების ნაწარმოებებს.

Jana Tolisbaeva

*Doctor of Sciences in Philology, Professor, Director at Kazakhstan
National Academy of Choreography, Kazakhstan*

**Food as a Humiliation
(On example of Kazakh Women Literature)
Summary**

There is a sphere of existence called "byt" in the life of every woman (English language has not identical call; there is approximately mean "the daily life"). But everyday life has changed its content. The whole life of a modern woman becomes a routing life. Why does the impact of everyday life on a woman become aggressive? Why even food can be humiliating? What are the consequences of this phenomenon? The author of the article asks these and other questions while reminding herself her own experience of 1990 years and re-reading the novels modern Kazakh authors.

Elitsa Stoilova

PhD, University of Plovdiv, Bulgaria

BULGARIAN YOGHURT-CONSTRUCTION OF A NATIONAL PRODUCT

The paper challenges the national origin of a seemingly ordinary foodstuff, by asking how Bulgarian yoghurt acquired its identity. The research is a closer examination of how people have come to see yoghurt as Bulgarian over the past hundred years. Despite the large number of actors involved, they all shared the conviction of the primordial relationship between Bulgaria and yoghurt. That unquestioned belief in the unique and exclusive Bulgarian character of yoghurt, however, masks the very process of its social and cultural creation as national product. The study examined these processes of authentication and self-stereotypization through the main social actors involved, from Bulgarian and international producers and scientists, to politicians and consumers.

Bulgarian yoghurt as the elixir of long life

My exploration of the social and cultural processes representing yoghurt as a product of traditional Bulgarian culture reveals a surprising phenomenon. The image of yoghurt as a Bulgarian product was launched *outside* this country. It was not Bulgarian consumers or actors who first made the connection between yoghurt and Bulgaria. In the 1900s, French-Russian biologist Elie Metchnikoff was the key figure in yoghurt's introduction to broad European table highlighting the benefits of fermented milk consumption for treating intestinal indispositions. By claiming the benefits of consuming yoghurt, medical doctor, pharmacies, microbiologists and chemists played a significant role in popularizing the product. All these actors not only contributed to establishing the legitimacy of yoghurt but also generated its initial commercial promotion and mass consumption.

A step in creating the social and cultural image of yoghurt as healthy food was the association between the Bulgarian nation and longevity. Metchnikoff shared the view that certain food might

arrest the ageing process of the human body. He created the new product's image – Bulgarian yoghurt as „the elixir of long life“.

Adding visual weight to this theory of Bulgarian longevity was a picture of a 126-year-old Bulgarian woman and her 101-year-old son, which dairy and nutrition specialist Loudon M. Douglas used to illustrate his book in 1913. Labeling the product to a specific country was a way to differentiate it from the competition, using the scientific claim linking Bulgarians' longevity to their daily yoghurt consumption.

Transferring the yoghurt-making technology and know-how was not simply a matter of taking it from one European region to another. The changes included standardization, which enabled the mass-production of yoghurt. The laboratory or dairy plant became the new setting where standardized scientific production took place. The technological transfer led to re-contextualization and adaptation to the new market, consumers, and nutritive habits as well as to industrialized dairy production. Adjusting the traditional product to broader consumer patterns meant the Europeanization of yoghurt.

Bulgarian yoghurt as a modern concept

In the 1930s and 1940s, the Bulgarian state entered the scene for the first time when its government began to claim yoghurt was a Bulgarian product. This nationalization of yoghurt saw the transformation of the „traditional“ homemade local product into an industrial mass product. What I am referring as „Bulgarianization“ of yoghurt happened in the context of the parallel processes of industrialization, urbanization, and modernization – processes that were not specific to Bulgaria, but international. The introduction of the technological and scientific achievements brought back home by young Bulgarian doctors, chemists, veterinary and agrarian specialists trained abroad, intensified the growth of yoghurt from ordinary daily food into a national icon with traditionally Bulgarian production methods. Those specialists helped launch changes which influenced the logistics of milk production centralization, hygiene and quality control. It was this modernization of dairy production that generated practices to demonstrate the Bulgarian origin of the yoghurt as part of its national identity and image.

The up-scaling of yoghurt production, driven by the demand in Bulgarian cities, required standardization to guarantee that commercial dairies maintained the characteristics defined by scientists as „typical Bulgarian yoghurt“. Part of the standardization process was the masculinization of the dairy industry, legitimized by the science discourse, technological tools, and new-born professional ethos.

The replacement of home-based women producers with trained dairymen who produced yoghurt in a scientific way, dismissed women producers as outdated in their attempt to reproduce their practices and generate an „authentic“ Bulgarian product. The modern approach established alternative yoghurt production know-how and practices devaluating tacit knowledge. Consequently, a nationalized, scientifically rationalized, standardized, and homogenized yoghurt appeared, which was defined by microbiologists, chemists, agrarian and dairy specialists as „typical Bulgarian yoghurt“. Scientific debates reduced the regional variations to one universal „ideal type“ of yoghurt making that should be the model for all producers. Such a standardized product embodied the nationalist policy of authenticating the product through its Bulgarianization.

Bulgarian yoghurt and the export of authenticity

The standardization and scientification of yoghurt production intensified in the communist era after the Second World War in the search for new technology to help Bulgaria's yoghurt industry compete as a European and world leader. The new policies required yoghurt technology to adapt to the intensified mass production and guarantee an industrial product of good quality, produced in a minimal amount of time. The manufacturing requirement was met in 1965 by Professor Girginov's new technology of mechanically-produced yoghurt which attempted to integrate craftsmen and farmers wives' methods into a new, fully automated production process, easy to be adapted to any yoghurt production.

By sponsoring scientific research on the continuous cultivation of starter cultures for producing industrial Bulgarian yogurt policy makers gave further credence to the national myth of Bulgaria being the home of yoghurt. Selecting Bulgarian starters for yoghurt production became the new way of highlighting the yoghurt's

Bulgarianness. In the process of standardization, scientists created an ideal product and image with the characteristics of nationalized yoghurt that could only come from Bulgaria. At the same time, the scientification and introduction of the laboratory had divorced the product from its geographical surroundings altogether. These geographical conditions together with the technology striving to capture and reproduce centuries-long traditions became key trading arguments for Bulgarians that they produced the best yoghurt in the world.

The communist state encouraged technological competition with the West. It succeeded in exporting patented know-how, starter cultures, and technology for yoghurt manufacturing, by promoting the image of extraordinary Bulgarian yoghurt thanks to scientific innovations.

The socialist state strategy in the 1970s was to compete with yoghurt's science and technology, not the marketing of the end product. While this choice made sense ideologically, in the international arena, it also meant that the Bulgarian state did not control the use of the name, symbols or interpretation of what constituted Bulgarian yoghurt; nor did the state succeed in protecting Bulgarian yoghurt as a trademark. With the weakening of the Bulgarian communist regime in the 1980s, export almost came to a standstill. The 1990s economic crisis after the regime collapse rearranged Bulgarian economic priorities. Claims about legally protecting Bulgarian yoghurt were put to one side.

Bulgarian yoghurt as traditional local product

After the break-up of the socialist state and market liberalization policies, the national strategy to protect Bulgarian yoghurt as a trademark seemed a losing battle. Bulgarians' pride in what they considered their national product was being challenged by other states claiming similar kinds of national products, such as Greek and Turkish style yoghurts. Furthermore, unlike in the socialist era, domestic markets were now following the logic of the free-market economy. This led to national dairy plants being privatized and multinational dairy producers like Danone entering Bulgaria's domestic market, making it hard for national producers to compete. The failure to protect the national product was also down to

the weakening state control over production and distribution, which encouraged sales of yoghurt of dubious quality. Producers and consumers started asking questions about the authenticity of the products on the market. As a result, the trust in the superiority of Bulgarian yoghurt was shaken for the first time.

By the 2000s, consumers felt that a „real“ taste was missing in commercially produced products. This sense of loss inspired a search to reclaim traditions and cultural roots. Bulgarian consumers nurtured their nostalgia for past traditions by demanding that real Bulgarian yoghurt should meet certain criteria. Their idea of authentic Bulgarian yoghurt involved a food product of good quality combined with the “traditional” character. The idea of genuine Bulgarian yoghurt linked food, traditions, and quality. These associations functioned as building blocks for a nostalgic recall of technological traditions distant from the modern industrialized mode of yoghurt production. Thus the tradition of homemade yoghurt production by urban consumers was resurrected as a means of reviving the authentic taste and rural yoghurt-making technology. Producers, specialists, state-officials, and non-profit organizations also embraced traditions to reinvent the myth of Bulgarian yoghurt.

Conclusion

Recent developments have shown once again that Bulgarian yoghurt’s authenticity is something that will continue to be negotiated, depending on the socio-political context and the actors involved. The process of creating images of yoghurt’s authenticity and rise to national symbol was always related to negotiations, validations, and re-evaluation of the meanings behind the labeling. The same was true for what was defined as yoghurt not only on a technological basis being home-made, artisanal, industrial, and science based but also on its materiality produced from sheep, cow, buffalo, or goat milk. This thesis has proven that there is not just one reason why yoghurt became an authentic Bulgarian foodstuff. Many actors and many factors were involved. Ultimately, the social and cultural creation of yoghurt as an authentic food product resulted from the interaction among citizens, consumers, producers, scientists, and politicians; the meanings attached to Bulgarian

yoghurt were defined in different ways at different times but always linked yoghurt as food product to its homeland Bulgaria.

ელიცა სტილოვა

დოქტორი, პლოვდივის უნივერსიტეტი, ბულგარეთი

ბულგარული იოგურტი – ეროვნული პროდუქტის კონსტრუქცია რეზიუმე

ავტორის მიზანია, შეისწავლოს იოგურტის, როგორც ეროვნული სიმბოლოს სოციალურ-ეკონომიკური, პოლიტიკური და ისტორიული ევოლუცია. ასევე, თუ როგორ გახდა ბულგარული იოგურტი ავთენტური საკვები პროდუქტი. ნაშრომში ნაჩვენებია, თუ როგორ იწარმოება იოგურტი ბულგარეთსა და მის ფარგლებს გარეთ, როგორ განვითარდა ბულგარული იოგურტის დამზადების ტექნოლოგია და რა განსხვავებს მას ბერძნული და თურქული იოგირტებისგან.

Элица Стоилова

Доктор филологии, Пловдивский университет, Болгария

Болгарский йогурт – конструкция народного продукта Резюме

Цель автора - изучить социально-экономическую, политическую и историческую эволюцию йогурта как национального символа. А также показать как стал болгарский йогурт полноценным продуктом питания. В статье показано производство болгарского йогурта в Болгарии и за ее пределами, развитие технологии производства болгарского йогурта и ее отличие от греческих и турецких аналогов.

Ирина Матяш

доктор исторических наук, профессор, Институт истории Украины НАН Украины, Научное общество истории дипломатии и международных отношений, Украина

КУЛИНАРНАЯ ДИПЛОМАТИЯ В УКРАИНЕ КАК НАПРАВЛЕНИЕ ПУБЛИЧНОЙ ДИПЛОМАТИИ

К вопросу о терминологии

Как известно, термин «культурная дипломатия» начал применяться в Европе для обозначения такого многоаспектного явления как взаимопонимание народов средствами культуры во второй половине XX в. Автор этого термина – американский исследователь Фредерик Баргурн (Frederick Charles Barghoorn) – в 1960-х гг. сначала соотносил его с пропагандистской политикой СССР и понимал как «манипулирование культурными материалами и кадрами с пропагандистской целью».¹ Тогда Украина и Грузия входили в состав Советского Союза и должны были пропагандировать прежде всего «советское» искусство или реализовывать «культурные связи» с другими республиками и странами только в контексте «советского культурного сотрудничества». Постепенно сущность термина переосмысливалась. В начале 2000-х годов американский политолог Мильтон Каммингс (Milton Kyser Cummings) определил миссию культурной дипломатии как обмен идеями, информацией, ценностями, традициями и другими аспектами культуры, которые могут способствовать лучшему взаимопониманию между народами.² Тогда в США в научном обороте появилось понятие «мягкая сила» (soft power), в Великой Британии развивалась концепция «умной силы» (smart

¹ Barghoorn, Frederik C. *The Soviet Cultural Offensive: The Role of Cultural Diplomacy in Soviet Foreign Policy*. Princeton: N.J.: Princeton University Press, 1960. Pp. VII, 353.

² *Cultural Diplomacy: Recommendations & Research*. Center for Arts and Culture. 2004, July 2004. URL: <http://www.interarts.net/descargas/interarts687.pdf>.

power), начало бытовать понятия «публичная дипломатия».¹ В 2002 году на страницах журнала «The Economist», где речь шла о глобальной программе распространения международной сети ресторанов тайской еды Thai Kitchen of the World, появился термин «гастродипломатия» (англ. Gastrodiplomacy). Точное определение этого термина как «использование пищи и кухни как инструмента для создания межкультурного взаимопонимания с надеждой на улучшение взаимодействия и сотрудничества»² сформулировал американский исследователь, писатель и кулинарный дипломат Самуэль Чаппл-Сокол (Sam Chapple-Sokol). Он различает при этом публичную и частную кулинарную дипломатию. Шведская исследовательница Алессандра Роверси (Alessandra Roversi) понимает кулинарную дипломатию как искусство вести переговоры во время официальных обедов.³ **Существует также определение кулинарной дипломатии как создание положительной репутации государства через продвижение национальной кухни.**⁴ Несмотря на обогащение профессионального тезауруса дипломатии новыми терминами, дискуссии о сущности этих понятий и ареала их применения до сих пор не утихают в профессиональной и научной общественности.

В июне 2016 верховная представительница по иностранным делам и политике безопасности Федерика Моргерини (Federica Mogherini), представляя Стратегию культурного сотрудничества Европейского Союза со странами – партнерами ЕС, указала на практический аспект проблемы. Дипломатка отметила рост значения роли культуры в «отношениях с

¹ Див.: Хоменська, Інна. Історіографія досліджень у сфері культурної дипломатії. Культурна дипломатія: навч. посібник/За ред. Ірини Матяш та Віктора Матвієнка. Київ, 2021. с. 22 -35.

² Chapple-Sokol S. Culinary Diplomacy: Breaking Bread to Win Hearts and Minds // The Hague Journal of Diplomacy. 2013. №8. p. 161-183.

³ Food diplomacy and sustainability URL: <http://www.nutriilpianeta-expo2015.org/en/diplomazia-alimentare-e-sostenibilita> (19.05.2021).

⁴ World Wide Words: Gastro-diplomacy. URL: <http://www.worldwidewords.org/turnsofphrase/tp-gas1.htm> (19.05.2021).

сегодняшним миром»¹ и неотъемлемости культурной дипломатии от внешней политики. Тем самым европейская деятельность подтвердила мнение о культурной дипломатии как составную часть публичной дипломатии.

Стратегия публичной дипломатии МИД Украины 2021-2025 гг.

25 марта 2021года МИД Украины приняло Стратегию публичной дипломатии на 2021-2025 годы, в которой определены семь направлений деятельности для продвижения положительного имиджа государства: культурная, экспертная, экономическая, кулинарная, цифровая, научно-образовательная и спортивная дипломатия. Проекты каждого направления предусмотрено реализовывать как усилиями дипломатов, так и представителей гражданского общества и зарубежного украинства.

В частности, в Стратегии кулинарная дипломатия рассматривается как направление публичной дипломатии, направленный на формирование положительного имиджа страны в мире через продвижение национальной кухни, кулинарного искусства и местных продуктов питания. Предполагается, что кулинарная дипломатия стимулировать внешнюю торговлю, эногастрономического туризм и улучшать инвестиционный климат.

С этой целью предусмотрены такие направления работы субъектов публичной дипломатии:

- 1) участие в международных гастрономических фестивалях и продовольственных выставках;
- 2) организация презентаций украинской кухни, украинского вина и других мероприятий для продвижения кулинарного наследия;
- 3) налаживание сотрудничества ЗГУ с ведущими украинскими шефповар и кулинарными экспертами;

¹ EU legt Strategie zur Kulturdiplomatie vor.
https://ec.europa.eu/germany/news/eu-legt-strategie-zur-kulturdiplomatie-vor_de (19.05.2021).

4) проведение информационных кампаний с целью популяризации украинской кухни и адвокация внесения украинских блюд в Списке нематериального наследия ЮНЕСКО;

5) продвижение современной украинской кухни и популяризация украинских вин на дипломатических приемах, организованных МИД, посольствами и консульскими учреждениями Украины.

Новые проекты в сфере «gastrodiplomacy»

Украинское гостеприимство ассоциируется в мире с национальной кухней. На фестивали галушек в Полтаве, дерунов в Коростене, блинчиков в Прилуках, вурды (вареного сыра) на Закарпатье съезжаются участники и гости из разных стран. Для «кулинарного представления» Украины открываются комплексные гастромаршруты, первый из которых пролегал по Одессине – «Дорога вина и вкуса Украинской Бессарабии», сырные и винные маршруты умножаются на Закарпатье. На телеканале «UA: Первый» пользуется успехом кулинарно-литературное шоу «Энеида». Название его не случайно, ведь именно в этой поэме Иван Котляревский воспет украинскую кухню.

К популяризации украинской кухни приобщаются украинские дипломатические представительства за рубежом. Сборник рецептов украинских блюд на словенском языке при содействии МИД Украины и Посольства Украины в Словении вышел в Любляне. Украинскими национальными блюдами во время проведения Дня открытых дверей регулярно угощает гостей Посольство Украины в США ("Open House"). При поддержке посольств Украины открыты Украинские рестораны в Тбилиси, Батуми, Будапеште, Подгорице, Нью-Йорке, Вроцлаве, Варшаве и других городах. В частности при поддержке Посольства Украины в Черногории в ресторане «Цетинье» в Подгорице популяризируется украинское и крымскотатарское кулинарное искусство. Посольство Украины в Азербайджане 2019 начало ряд конкурсов под названием # ЧайзПослом # КУЛИНАРНАДИПЛОМАТИЯ # напозитиве, которые реализовывались Посольством совместно с Украинским женским бизнес-клубом в Азербайджанской Республике. В

частности условиями конкурса по культурной дипломатии является подготовка презентации (с приобщением фото, видео материалов) о блюдах украинской и азербайджанской кухни, а также интересные факты, истории, традиций, оригинальные или старинные рецепты кухни украинского и азербайджанского народов, связанные с представленными блюдами.

Украинскую кухню в мире популяризируют известные шеф-повара, телеведущие Юрий Ковриженко и Евгений Клопотенко. Они активно сотрудничают с программой «Кулинарная дипломатия» МИД Украины и зарубежными дипломатическими учреждениями Украины, проводя мастер-классы в разных уголках мира. Важнейшим месседжем украинской кухни Юрий Ковриженко, который первым представил украинскую кухню на основанной Посольством Украины в Сингапуре Неделе украинской кухни, в одном из своих интервью назвал «то, что Украина существует». Инициативу проведения дней украинской кухни за рубежом продолжили посольства Украины в Турции, Египте, Австрии.

В январе 2015 года Украина стала третьим государством-участником (после Армении и Израиля) проекта «Кулинарная дипломатия», организованного университетом Кадис Хас (Турция), Центром «Развитие корпоративной социальной ответственности» (Украина) при финансовой поддержке Черноморского траста регионального сотрудничества. Целью проекта анонсировано обеспечения диалога между негосударственными субъектами, а именно, представителями гражданского общества и бизнеса путем привлечения их к серии обедов и ужинов для обеспечения различных связей между государствами.

Яркий современный проект в сфере кулинарного дипломатии подготовил Украинский институт совместно с научно-просветительским проектом о еде, истории, обществе, культуре *İzhakultura* (основательница Елена Брайченко) и издательством *İzhak*, специализирующемся на книгах по истории гастрономии в Украине. Издание на английском и украинском языках предлагает взгляд на кулинарию Украины как часть нематериального культурного наследия. О вкусах, способы консервации и характерные компоненты украинской

кухни рассказывают в разделе «Из истории украинской кухни» Игорь Лиле и Елена Брайченко. «Традиции гостеприимства в Украине» через особенности приглашения гостей, формирование меню, стили декорации стола, рассадки гостей и этикет застолья освещает известная писательница, ученый, общественный деятель и жена дипломата Марина Гримич. О сезонные овощи, фрукты, травы и блюда говорится в разделе «Кухня сезонов» (автор – Елена Брайченко). В книгу вошли, кроме научно-популярных текстов об истории национальной кухни Украины, особенности региональной кулинарной традиции, рецепты популярных украинских блюд.

С возрастанием внимания к вопросу культурной дипломатии бестселлером стала книга карьерного дипломата, Чрезвычайного и Полномочного Посла, бывшего Постоянного представителя Украины при ЮНЕСКО, первого Посла Украины в Швейцарии Александра Слипченко «Дипломатическая кухня». Опытный дипломат не опровергает новые тренды, а видит в кулинарной дипломатии такую же «важную леди», как и сама дипломатия, и демонстрирует это на исторических примерах: «Основой дипломатии издавна было личное общение. А что может лучше служить этой цели, чем общая еда. Еще Владимир Мономах учил детей своих «читать гостя, откуда бы к вам не пришел; если не подарком, то пищей и пить ... »».¹

Борщ как элемент культурной дипломатии

Обычно иностранцы, несмотря на удивительное разнообразие и автентичность украинской кухни, ассоциируют ее прежде всего с борщом и варениками. Ценят свои кулинарные традиции и украинцы. Поэтому все большую популярность набирают фестивали борщей в различных регионах нашей страны. Такие фестивали сочетают в себе открытые конкурсы-дегустации «любителей» и профессионалов кулинарного искусства, ярмарка народных мастеров, художественные тематические конкурсы. Например, организаторы всеукраинского «Фестиваля борща» видят свою миссию в популяризации украинской кухни и национальные традиции среди широких слоев населения как в стране, так и в

¹ Слипченко Александр. Дипломатическая кухня. Киев, 2015. 488 с.

международном сообществе; сохранении древней традиции украинского народа и основы национальной гордости украинский в кулинарии – блюда борщ; распространении полезной информации о культуре приготовления и потребления всех видов борща; пропаганде развития украинской культуры, семейных ценностей, как основы личного воспитания каждого украинца и тому подобное.

С 2014 года Международный гастрономический фестиваль-квест «Борщик в глиняном горшке» проходит во вторую субботу августа в гончарной столице Украины – поселке Опошня Зеньковского района Полтавской области на территории усадьбы «Лялина горница». Его проведение инициировала этнограф, исследовательница традиций использования глиняной посуды в украинской культуре питания Елена Щербань. Организатор видит цель этнофестиваля в изучении традиций, правил приготовления, рецептуры, региональных особенностей борщеварения, популяризации и реанимации культурных традиций Полтавского региона; популяризации активного туризма и содействие его развитию в Полтавской; пропаганде здорового образа жизни, употребления органической продукции; привлечении внимания туристов к субъектам зеленого туризма Полтавской области. Основная особенность фестиваля заключается в приготовлении в печи различных видов борща в глиняной посуде – горшочках.

В марте 2020 года по инициативе Председателя общественной организации «Институт культуры Украины», известного в мире кулинарного эксперта Евгения Клопотенка традиция приготовления украинского борща внесена в Национальный перечень элементов нематериального культурного наследия Украины. С тех пор совместными усилиями государственного и общественного сектора и дипломатии по рекомендации Экспертного совета при Министерстве культуры и информационной политики начались мероприятия по внесению традиции приготовления украинского борща в Список нематериального культурного наследия человечества. Признавая важность использования национальных кухонь в межгосударственных связях, эксперты Межправительственного

комитета ЮНЕСКО внесли в этот список 2010 году французскую кухню, а впоследствии – мексиканскую и японскую (вашоку – или гармония в пище) кухни, Средиземноморскую диету, кофейную церемонию в Турции, производство вина в амфоре (квеври) в Грузии, хорватские лепешки, корейский квашеная капуста (кимчи). Министр культуры и информационной политики Украины Александр Ткаченко акцентировал внимание на этих усилиях в своих интервью: «Борщ – украинское блюдо. Это знаем мы, и понимает все больше иностранцев. Доказательство этому – рейтинги авторитетных международных медиа. Работа над популяризацией ассоциативного словосочетание – «борщ-Украина» продолжается». Именно поэтому 5 марта 2021 Министерство культуры и информационной политики совместно с общественной организацией «Институт культуры Украины» под руководством Евгения Клопотенка провел онлайн-презентацию «Культура приготовления украинского борща». О мировом признании традиции приготовления украинского борща свидетельствует и то, что по версии американского издания CNN украинский национальное блюдо – борщ – оказалась в списке 20 самых вкусных супов в мире, среди которых испанский гаспачо, суп гамбо из Америки, Харири с Марокко и другие. Усилиями украинских дипломатов во французской компании Groupe Michelin извинились за определение в публикации, посвященной московским ресторанам, украинского борща как блюда русской кухни, и исправили ошибку. посольстве также сообщили, что начали работу над мишленовских гастрономическим гидом по киевским ресторанам. «В Groupe Michelin с энтузиазмом приняли эту идею, а особенно приглашение посетить Украину и попробовать аутентичного украинского борща. Чтобы снять все вопросы. Борщ наш» – подчеркнули в Посольстве Украины во Франции.¹

¹ URL:

<https://search.ukr.net/?q=Мишлен+виправив+реліз%2C+у+якому+назвав+борщ+російською+стравою#gsc.tab=0&gsc.q=Мишлен%20виправив%20реліз%2C%20у%20якому%20назвав%20борщ%20російською%20стравою&gsc.page=1> (20.05.2021).

Выводы

Активное развитие кулинарного дипломатии свидетельствует ее значение как действенного инструмента публичной дипломатии, способствует формированию позитивного имиджа государства, улучшению возможностей взаимопонимания народов, нахождение исторических параллелей и точек прикосновения в их развитии, зарождению новых международных традиций, повышению уровня межгосударственных диалогов в сфере культурного, социально и экономического развития.

ირინა მატიაში

*ისტორიის მეცნიერებათა დოქტორი, პროფესორი,
უკრაინის მეცნიერებათა ეროვნული აკადემიის
ისტორიის ინსტიტუტი, დიპლომატიისა და საერთაშორისო
ურთიერთობების ისტორიის სამეცნიერო
საზოგადოება, უკრაინა*

კულინარიული დიპლომატია უკრაინაში როგორც საჯარო დიპლომატიის მიმართულება რეზიუმე

კულინარიული დიპლომატიის აქტიური განვითარება მოწმობს მის, როგორც საჯარო დიპლომატიის მოქმედი ინსტრუმენტის, მნიშვნელობას. ასევე, ხელს უწყობს სახელმწიფოს პოზიტიური იმიჯის ფორმირებას, ხალხების ურთიერთგაგების გაუმჯობესებას, ისტორიული პარალელებისა და შესების წერტილების გამონახვას, ახალი საერთაშორისო ტრადიციების ჩასახვას, კულტურის სფეროში სახელმწიფოთაშორისი დიალოგის დონის ამაღლებას, სოციალურ და ეკონომიკურ განვითარებას.

Irina Matyash

*Doctor of Science in History, Professor, Institute of History of the
Ukrainian National Academy of Sciences, Scientific Society of
Diplomatic History and International Relations, Ukraine*

**Culinary Diplomacy in Ukraine as
a direction of public diplomacy
Summary**

The active development of culinary diplomacy testifies to its importance as an effective tool of public diplomacy. It also contributes to the formation of a positive image of the state, the improvement of mutual understanding of peoples, the discovery of historical parallels and points out contact, the emergence of new international traditions, raising the level of intergovernmental dialogue in the field of culture, social and economic development.

Nino Aroshidze

Associate Professor, Batumi State University, Georgia

**PROBLEM OF TRANSLATING GEORGIAN REALIA
(based on fairy tales)**

The article will cover the relatively narrow segment of a wider scope of the culture specific translation, namely, the way the food culture is represented in fairy tales and the translation techniques in its transfer from one language/culture into another. The focus will be made on the translation techniques employed in the process and their benefits or disadvantages.

Fairy tales are like a window to the world that starts early in our childhood even before children gain the access to the Internet; it remains a topical issue even now by how it builds the profile of a nation and affects our perception of the world outside our communities. Moreover, it pierces through time and not only space. Yet, it is a little glimpse into the outside world and different time periods. 'A little one' as it is still very limited. Like any form of fiction, despite of the extent the reality is preserved in each genre, fairy tales is fiction, a form of storytelling that served various purposes be it entertaining, teaching, etc. However, when it comes to evaluating what can be perceived as the historically-truthful evidence it can be found in a piece of fiction such as fairy tales: even the most fantastic and unbelievable things happen on the background of the most mundane customs and social behaviors, and these acts in fact can be rather representative of the customs of the past especially if they continue to live in present to certain extent (e.g. wine making or drinking ceremonies). What they manage to display is the behaviours, the values, and daily lives of the people of that time (descriptions of greetings, garment (e.g. colour), crafts and occupations (all those millers and hunters are typical and prominent characters in fairy tales from around the world).

One such segment is food culture and quite diversely represented range of the food-related activities: acquiring food/drink (by engaging in hunting, agriculture, begging, buying, exchanging), storing, cooking and serving meals/drinks (using various containers and utensils, different cooking techniques), as well as eating and

drinking (alone, with a family and/or guests, a festive and celebration meals). On the one hand, these details seem to be mundane, trivial customs; however, this being said, it has to be noted that the diversity of these customs might be less illustrative of the characters' intentions and social status compared to their heroic or less heroic deeds, and yet it speaks volumes about a protagonist and their counterparts. The type of meals is indicative of their status, the way the character welcomes guests or shares meal with a stranger illustrates the kindness, the ability to hunt (for a man) and cook (for a woman) is a sign of good upbringing and craftsmanship. These traits frequently contrast a protagonist and an antagonist, highlighting the difference in status, characters, and intentions, and draw a noticeable line between 'us' and 'them'. Thus, this type of information might be vital for understanding the narrative of the fairy tale, and even become a symbolic representation of an important concept. This idea of opposition and contrast between us and them can be easily traced even in one of the most fundamental endings in Georgian fairy tales: ჭირი – იქ, ლხინი – აქ, ქატი – იქ, ფქვილი – აქ, which was translated by L. Khantadze as *Plague there, merriment here. Bran there, flour here* [2, 12] or 'they lived happily together' or could be left out entirely [5, 88].

Therefore, it should not be taken lightly by translators as mere trivia that can be easily localized or be ignored, and thus, entirely omitted in the translated text. The article will mostly focus on the cases when it conveys the information such as: relationship between characters like care or neglect towards one another, their social and economic status, and personal characteristics. For example, when the line in *Tsikara the Red Bull* says 'the boy had a crimson bull [...] that was his only friend, so he loved him very much' [4, 2], this narrative was reinforced with two illustrations: one on the book cover with a boy embracing the said bull, and the second image was on the same page as the sentence showing the same boy feeding fresh grass to his bull. Although the text specifies neither of these actions, they were purposefully selected as the common ways of showing affection and also conveniently can be easily understood by the readers of the source text in the Georgian and the target text in English version of the book. Such gestures help to slowly built up the character and the readers empathy towards this individual before the

significant acts of courage and wit. Moreover, it might be even more descriptive in case of minor characters and ‘sidekicks’ who do not have the grand heroic deeds up their sleeves but should somehow establish their belonging to ‘kind-hearted’ or at least ‘non-dangerous’ group of characters.

However interesting the illustrators approach may be, the concern with the issue in question arises when such gestures and acts are integral parts of the original text and have to be translated by verbal means. Considering the significance of these food-related details and the challenges of the respective cross-cultural transfer, some losses are inevitable. Therefore, translators have to ensure preservation of those elements that convey the information that is crucial to understanding the narrative of the text. This can be done stage-wise: first, by identifying this vital information and then by selecting translation and localization techniques appropriate for the context and format of the genre.

Identifying the essential component among the food-related trivia can be broken down to its purpose in the text which will determine the level of its importance for the text and will assist in selecting the translation technique based on this knowledge. The details such as hunting, cooking, or eating might illustrate the following:

a. a battle, a competition between the characters: who can cook better, who can hunt more pray, who can eat/drink more, etc.; e.g. a heroine making a ‘small bite’ (source text: ლუკმა), while a witch eats ‘basketful’ (source text: ბოზ). In this case it might also be drawing contrast between two characters, one being modest versus greedy.

b. hierarchy: difference in poor vs. rich family’s feasts;

c. attitude of characters towards one another; one of the most frequent traits: e.g. the reader understands that the mother makes a great difference between her children simply by observing how she packs the travel bags from each of them, i.e. showering the beloved son with full meals and tasty delicacies (*chicken, lavash (a type of bread in Georgia), cheese, honey, and wine*), meanwhile only tossing a half-baked *mchadi (a plain mice bread in Georgia) and matsoni (a variation of yogurt)* into the bag of another son; similar scenes are

common in case of a stepmother with her own son vs. stepson. A kind of running motive in the series of folk tales around the world depict a common way of showing respect towards a guest though the richness of the table thus showing their hospitality or kind intention towards strangers. It can also be a mean of showing how the characters see themselves: being insulted by the purposefully poorly laid dinner table, or being modest in eating instead of indulging themselves in eating too much in their greed.

d. introducing death which is probably more associated with the ending in the minds of children: e.g. a befriended animal (rabbit, rooster, deer) might tragically end up on the dinner table. The evil brothers or careless travellers may end up as a meal for a dev (*a giant* in Georgian), a beloved cow becomes the main course by the stepmother's orders to get rid of the unwanted guardian/protector for good.

e. A rather difficult case can be symbolization or metaphorization of a certain object or food (bearing a fruit for example, being a metaphor for having a child, or a type of a rare bird representing an elusive dream).

Point (d), in fact, can have a larger scope of use rather introducing just death. It incorporates a tragic element in folk tales, a controversial issue for some parents, which becomes apparent when contrasting various versions of the same stories, be it retelling or translating. Compared to their more brutal and even gory earlier versions, modern fairy tales gradually lost graphic depictions of violence and some severe punishments and killings, which have been either taken out or substituted with less violent and graphic actions. Even though, actually becoming someone's meal might have been further tuned down, what remains even in the relatively modern editions is the antagonist's threat of doing so, i.e. becoming someone's meal can be viewed as an ultimate form of demise and a sign of crossing the point of no return for a character, and stresses the vile nature of a truly evil antagonist. Respectively, the fairy tales undergo pragmatic adaptation within the frames of the own language/culture. This enables to see how an especially complex concept can be built on a more familiar one (even modern day children who might not grasp the idea of death that easily, still have better understanding it this way); such approach generally helps to

introduce other concepts, the unfamiliar one based on the well-known concepts. On the one hand, a translated fairy tale might have typical animals (rabbits, foxes), occupations (millers, hunters), landscapes (woods, highlands), and customs (sharing meal to show hospitality), and on the other hand, a little doze of less known details can be easily found in fairy tales: in some cases you have woods and then you might end up savannah, you have wheat bread on one occasion and mice bread on another). Specifics such as measurements units of weight are frequent case, for instance: კოდი, pound, пуд. Sometimes containers and bags can be used for the same purposes: ქვეკრო, ქილა, ხურჯინი. When such details can be altered in the books read by children in their native language to adapt to their level of knowledge, likewise, it has to be modified in the translated text as discussed below. This is another case when fairy tales might undergo pragmatic adaptation process in the source text to make it more understandable for children today. This can further be adapted in the target language translations to make it understandable for the children belonging to a different cultural community.

The next step after identifying the elements of interest in the source text, is selecting the technique for translation and here translators can enjoy practice in creativity looking for solutions. Some of them come with the catch though, since the format and the target group of fairy tale readers dictate their own rules, and consequently, need to be further adapted despite being already accepted translation techniques (e.g. use of footnotes or endnotes).

One of the solutions is not that common and is not purely a translation technique unless a translator purposefully makes it one: illustration as a form of compensation. E.g. *Gvriti*, a Georgian tale, manages to communicate this concept through pictures as it was an important part of the story and might have been left unclear even for Georgian readers. Likewise, Baba Yaga from Russian fairy tales often moves around in a type of a martar that is no longer an essential tool in many kitchens in lots of countries, and thus, most probably is unknown to a child reading about it. The respective text containing the Baba Yaga's action of flying in the said martar is

accompanied by the respective image of her doing exactly that in the picture, making otherwise vague part of the text clear for a child.

It has to be noted that one of the most common technique widely used in the books for the elder group of readers would be footnotes; however, they are not that easily found in children's. It is worth mentioning that Wardrop's translation of the Georgian fairy tales uses endnotes quite extensively: 54 entries on the list [5, 287-191]. Besides this, children's books have more illustrations, as a rule. Therefore, it makes sense to compensate the restricted use of footnotes with the more common feature of children's book such as an illustration. This approach may be used really efficiently when planned well: containers and utensils such as *საღვინო ქვა*, *ფილთაქვა*, *კეცი*, *ხურჯინი* might be an element of plot development rather than a pragmatically-significant element. For instance: the hero hiding in *ქვევრი* (a very culturally-specific container for wine, huge enough to hide inside) from giants who might eat him is a prominent plot component. In fact, even Georgian kids with no village homes might be puzzled by what *ქვევრი* is, so the respective illustration is helpful for native language/culture recipients as well.

Applying this technique would require a close collaboration between an illustrator and a translator. Even though, various magical or significant objects end up on the illustrations anyway, yet translators at least need to be aware what goes into the stock of the images skittered throughout the published text. Moreover, consequent publications of the book may include a limited number of the original images and the perception of the text might suffer.

The following techniques that have efficiently transferred into the children's books fall into the category of transformations and the analyzed examples can be grouped according to the categories below:

- (a) substitution;
- (b) generalization;
- (c) explanatory translation;
- (d) compensation;

For example: *მაწონი (matsoni)* is a type of *yogurt*, the latter being a more recognized word, so it can substitute the former. Measurement units and similar phrases easily transform into more

understandable concepts, such as, კოდი (*kodi*), ძირი (*dziri*) becomes *feet, pounds, pieces, hundreds, thousands, etc.* Generalization is another interesting solution which requires caution though. ხურჯინი (*khurjini*) might become a *big bag*. When მჭადი (*mchadi*) and მათონი (*matsoni*) turned into a mere ‘meal’ though, the plot carries on, but the pragmatic impact of the passage deteriorates: the point is that ‘mchadi, a plain mice bread, and matsoni (*natural yogurt with no additional flavor*) drop a rather straightforward hint that the person is poor. Therefore, the translation has to communicate this idea and if a translator found substitution to be inappropriate for that particular case, the lost pragmatic value could have been compensated by at least adding a descriptive word characterizing the meal (e.g. *humble meal*). In short, generalization of the original concept shall not turn into mere simplification of the text and what it may imply.

More complicated approach might be needed when dealing with the food-related words that have metaphorical meaning. A good example of a rather complex symbolism reflected in the actions of the characters as well as coded in the name of the protagonist of the tale, when a couple dreaming of finally having a child was advised to eat an apple, symbolizing fertility. The protagonists names can also bear some meaning to them apart from being a mean of nomination: e.g. the name ასურცელა (*aspurtsela, or Asphurzela*) means ‘100 slices’ and was addressed in the text of the folk tale. It was transferred directly with the reference to the respective endnote saying “Asphurtzela = hundred leaves; this name refers to the manner of his birth” [5, 74]. Preserving all these details can be problematic, and translators have to decide in such cases what needs to be kept and what can be sacrificed.

Generally, the translation of children’s books has to maintain a proper balance between familiar and unfamiliar concepts, even when it comes to the children reading in their own language, when a word has gradually grown into a very archaic status, and this become especially sensitive issue when dealing with translation from one language into another, transferring from one culture into another. Cautious treatment of fairy tales, whether they are read in the native language or a foreign one, can help turn into an eventful and

educational journey for children enabling them to learn their roots and also open their eyes and minds to something new and different, gradually understanding and accepting diversity within their own communities and between the nations, between ‘us’ and ‘them’.

Literature:

1. წიქარა, ბაკურ სულაკაურის გამომცემლობა, თბილისი, 2019.
2. Khantadze A., Five Georgian Folk Tales. Tbilisi, 2012.
3. Newmark P., A textbook of Translation. New York/London: Prentice Hall, 1988.
4. Tsikara, the Red Bull. Bakur Sulakauri Publishing, Tbilisi, 2019.
5. Wardrop M., Georgian Folk Tales. Forgotten Books AG, 2010.
6. Влахов С., Флорин С., Непереводимое в переводе, М., 2009.
7. Тер-Минасова С., Язык и межкультурная коммуникация. М., 2005.
8. <http://animaciebi.com/zgaprebi/asfurcela.html>
9. <https://archive.gov.ge/ge/kartuli-zghaprebi>
10. <https://www.aura.ge/103-saskolo/8403-qartuli-xalxuri-zghaprebi.html>
11. http://gadia.ge/portal/alias__Gadia/tabid__4028/default.aspx
12. <https://www.gutenberg.org/files/44536/44536-h/44536-h.htm>
13. <https://www.sacred-texts.com/asia/geft/index.htm>

ნინო არაშვიძე

ასოცირებული პროფესორი

ბათუმის სახელმწიფო უნივერსიტეტი, საქართველო

ქართული რეალიების თარგმნის პრობლემები

(ზღაპრების მაგალითზე)

რეზიუმე

სტატიაში განხილულია კულტურათაშორისი თარგმანის ფართო სპექტრის შედარებით ვიწრო სეგმენტი, კერძოდ, როგორ არის წარმოდგენილი კვების კულტურა ზღაპრებში, რა

პრაგმატული დატვირთვა შეიძლება ჰქონდეს საკვების მოპოვებისა და მირთმევის პროცესს და რა მთარგმნელობითი ხერხებით ხდება შესაბამისი პრაგმატული ნიუანსის გადაცემა-შენარჩუნება ერთი ენიდან მეორეზე ტრანსფერის დროს. ყურადღება გამახვილებულია სამიზნე ტექსტში გამოყენებულ სხვადასხვა ტექნიკაზე, მათ დადებით და უარყოფით მხარეებზე. ციფრულ სამყაროში ხალხური თუ საავტორო ზღაპარი ჯერ კიდევ აქტიურად იბეჭდება და ეს სპეციფიკა, თავად ჟანრი და წიგნების მცირეწლოვანი აუდიტორიის მიერ ინფორმაციის აღქმის თავისებურებანი აიძულებენ მთარგმნელს შეცვალოს თავისი სტრატეგია თარგმნის პროცესში.

Нино Арошидзе

Ассоциированный профессор

Батумский Государственный Университет, Грузия

Проблема перевода грузинских реалий

(на примере сказок)

Резюме

В статье рассматривается относительно узкий сегмент широкого диапазона межкультурного перевода, а именно: как культура питания представлена в сказках, какую прагматическую нагрузку может нести процесс добывания и приема пищи и какие переводческие средства используются для передачи соответствующих прагматических нюансов во время трансфера с одного языка на другой. Основное внимание уделяется различным техникам, используемым в тексте перевода, их плюсам и минусам. В цифровом мире до сих пор активно печатаются народные или авторские сказки, и эта специфика, сам жанр и особенности восприятия информации мелковозрастной аудиторией книг вынуждают переводчика менять свою стратегию в процессе перевода.

Лилина Джанашия
Ассоциированный профессор, Сухумский государственный
университет, Грузия

КУЛИНАРИЯ И РУССКАЯ КЛАССИЧЕСКАЯ ЛИТЕРАТУРА

Многие люди, характеризуя прочитанное, иногда употребляют выражения вроде «вкусная книга» или «вкусный язык». А ведь слово «вкусный» можно употребить, прочитав роман, рассказ или повесть, не в переносном, а в прямом значении. Иногда, читая художественную книгу, встречаешь рецепт или описание какого-либо блюда. И бывает, что оно подано в этом произведении настолько интригующе или просто аппетитно, что очень хочется сделать его самому в реальной жизни – частично из интереса к самому рецепту, а частично из-за желания погрузиться в ту атмосферу, которая описана в произведении, почувствовать ее на себе вживую.

Известные и знаменитые русские писатели и сами любили вкусно поесть, и наделяли этим качеством своих литературных героев. В описаниях застолья русская литература буквально сближается с живописью – «словесные натюрморты» великих писателей захватывают воображение не меньше, чем натюрморты реальные, нанесенные знаменитыми художниками на холст или картон, и одни другим не уступают в яркости и «вкусности».

Начнём с Пушкина – Евгений Онегин посещает ресторан “Talon” (Петербург, Невский проспект):

Вошел: и пробка в потолок,
Вина кометы брызнул ток,
Пред ним roast-beef окровавленный,
И трюфли, роскошь юных лет,
Французской кухни лучший цвет,
И Стразбурга пирог нетленный
Меж сыром лимбургским живым
И ананасом золотым.

Особым способом приготовленный паишет из утиной печени, трюфелей и рябчиков в тонкой хрустящей оболочке из теста.

После ресторана Онегин сразу помчался в театр:

Еще бокалов жажда просит
Залить горячий жир котлет,
Но звон брегета им доносит,
Что новый начался балет.

В «Отрывках из путешествий Онегина» упоминается еще один ресторан – одесский ресторан Отона и его знаменитые устрицы:

Что устрицы? Пришли! О радость!
Летит обжорливая младость
Глотать из раковин морских
Затворниц жирных и живых,
Слегка обрызгнутых лимоном.
Шум, споры – легкое вино
Из погребов принесено
На стол услужливым Отоном;
Часы летят, а грозный счет
Меж тем невидимо растёт.

Устрицы в 1-й половине 19-го века были весьма дорогим удовольствием – стоимость сотни устриц доходила в ресторане до 100 рублей (например, армейский штабс-капитан зарабатывал тогда эти самые 100 рублей в месяц, а 1 кг свежего мяса стоил 40-50 коп.).

Обед, который предпочитал сам Пушкин, в полной мере не описан в его произведениях, но больше ему подходит скромная провинциальная трапеза у Лариных с пересоленным пирогом и жарким, нежели французский перекус Онегина. Касательно пристрастий поэта в еде написаны толстые тома, но мы ограничимся перечислением самых любимых блюд Александра Сергеевича. Анна Керн – «гений чистой красоты», вспоминала, что Пушкин был «большой охотник» до печеной картошки и предпочитал картошку, которую готовила его мама. Обожал Пушкин блины, особенно розовые со свеклой.

Фрейлина императрицы и друг Пушкина Александра Смирнова писала: «Пушкин съедал их 30 штук, после каждого блина выпивал глоток воды и не испытывал ни малейшей тяжести в желудке».

Пушкин очень любил варенец, приготовленный в печи. А из лакомств – моченые яблоки и варенье из крыжовника, мастерицей по изготовлению которого была Арина Родионовна. Еще одним фирменным блюдом няни были двойные щи. Такие щи варят фактически два раза. То есть сначала варите щи, на следующий день добавляете в них вторую порцию всех ингредиентов и варите еще раз. Щи должны быть настолько густыми, чтобы ложка в них стояла. Князь Вяземский писал, что Пушкин хоть и не страдал от переедания, но «на иные вещи был он ужасный прожора». Например, однажды в Торжке, который он считал гастрономической столицей России, поэт купил 20 персиков и быстренько их умял. Ну и, конечно, знаменитый гастрономический совет от Пушкина другу Сергею Соболевскому: «У Гальяни иль Кольони Закажи себе в Твери С пармазаном макарони Да яичницу свари. На досуге отобедай У Пожарского в Торжке, Жареных котлет отведай И отправься налегке...» Последней трапезой Александра Сергеевича, была моченая морошка. Пушкин любил эту сибирскую ягоду, считал, что она лучше всего утоляет жажду.

Баснописец Иван Андреевич Крылов в еде был подобен гоголевскому Собакевичу или даже Митрофану из «Недоросля» Фонвизина. Из уст чревоугодника Крылова вполне можно было услышать фразу, которую у Фонвизина произносит недоросль, когда у него спрашивают, что он поел, тот отвечает: «А я, дядюшка, почти и вовсе не ужинал. Солонины ломтика три, да подовых, не помню, пять, не помню, шесть». Любопытно, что ломоть – это официальная кухонная мера, как, например, столовая ложка. Три ломтика солонины – это примерно 750 г вяленого мяса. «Подовый» – это подовый пирог, то есть пирог испеченный на поду (нижняя горизонтальная плоскость печи) в русской печи. Пироги были большими и 5-6 пирогов, а не пирожков, – это примерно 2,5 кг выпечки с разнообразной начинкой. Такой закуской вполне мог разогреть себя перед

обедом и Иван Андреевич. Говорили, что Крылов ест столько, «!сколько все остальное общество вместе». Когда друзья Крылова звали его в гости, то просили своих кухарок готовить в разы больше, чем обычно, иначе самим хозяевам за обедом пришлось бы только лишь слюнки глотать. Когда Иван Андреевич приходил и видел ломившийся от еды стол, то обычно говорил: «Ой не могу». Потом через паузу: «Не могу обидеть вас отказом». И принимался поглощать блюда. Кстати, вопреки распространенному мнению умер Крылов вовсе не от заворота кишок, а от воспаления легких. В отличие от Пушкина, который довольствовался простыми блюдами, Крылов был настоящим гурманом. Самым любимым его деликатесом были фаршированные петушки гребешки. Подовые пироги с курицей, кроликом, с сомом, с визигой (и с любой другой начинкой) Иван Андреевич очень уважал. По количеству съеденных за обедом блинов Крылов мог посоревноваться с Пушкиным. А еще Крылов обожал бараний бок с гречневой кашей, что опять-таки роднит его с Собакевичем.

О том, что Гоголь был гурман, знал толк в хорошей пище и любил готовить лучше всего, говорят его произведения. Откройте «Мертвые души», которые Белый называл «Жратвиадой», и прочитайте сцену пира у Собакевича или кулинарные напутствия Петра Петровича Петуха из второго тома, и у вас непременно потекут слюнки. А «Старосветские помещики» с культом еды Товстогузов? А сцена с летящими Пацюку в рот варениками из «Вечеров на хуторе близ Диканьки»? **«Мертвые души» (Чичиков подслушал, как хозяин поместья Петр Петрович Петух заказывал своему повару «решительный обед»):**

– «Да кулебяку сделай на четыре угла. В один угол положи ты мне осетра да вязигу, в другой запусти гречневой кашицы, да грибочков с лучком, да молок сладких, да мозгов, да еще чего знаешь там эдакого... Да чтобы с одного боку она, понимаешь – зарумянилась бы, а с другого пусти ее полегче. Да исподку-то, исподку-то пропеки ее так, чтобы рассыпалась, чтобы ее всю проняло, знаешь, соком, чтобы и не услышал во рту – как снег бы растаяла... Да сделай ты мне свиной сычуг (*Свиной желудок с начинкой из молотых свиных субпродуктов (печень, почки,*

язык, уши), разных овощей и специй, запеченный в духовке). Положи в серединку кусочек льду, чтобы он взбухнул хорошенько. Да чтобы к осетру обкладка, гарнир-то, гарнир-то чтобы был побогаче! Обложи его раками, да поджаренной маленькой рыбкой, да проложи фаршем из сметочков, да подвась мелкой сечки, хренку, да груздочков, да репушки, да морковки, да бобков, да нет ли там еще какого коренья?...»

В «Мертвых душах» автор завидует «господам средней руки», которые «на одной станции потребуют ветчины, на другой поросенка, на третьей ломоть осетра или какую-нибудь запеканную колбасу с луком и потом как ни в чем не бывало садятся за стол, в какое хочешь время, и стерляжья уха с налимами и молоками шипит и ворчит у них меж зубами, заедаемая расстегаем или кулебякой с сомовым плесом...». Это Гоголь абсолютно искренне писал. Он был человеком болезненным и много и вкусно есть, подобно Чичикову, ему не рекомендовалось, да и аппетита не было. Однако Гоголь обожал готовить, делал это прекрасно и часто угощал друзей шедеврами украинской кухни – варениками с вишней, борщом с галушками и пр. Но настоящей любовью классика была итальянская кухня. Историк и друг писателя Михаил Погодин писал, что Николай Васильевич только на людях притворялся больным, имеющим плохой аппетит, а на самом деле ел чуть ли не за шестерых, и люди приходили в трактир посмотреть, как Гоголь готовит и ест, чтобы возбудить у себя аппетит. Гоголь был мастером по приготовлению пасты и очень любил равиоли. Из десертов Гоголь особенно выделял компот. Но не такой компот к которому мы с вами привыкли, а десерт из фруктов и ягод, отваренных в сиропе с различными пряностями, а иногда и с вином. Этот компот ели ложкой и украшали взбитыми сливками. Удивительно, но умер Николай Васильевич от истощения, полностью отказавшись от пищи.

Талант писателя способен проявиться во всем. Пища, ее приготовление, описание обедов, завтраков и праздничных застолий находятся в центре авторского внимания, поскольку не только рассказывают о быте и нравах времени, но и позволяют лучше разобраться в психологическом типе литературных персонажей. Упоминания о еде встречаются в

многочисленных литературных произведениях от древности до наших дней, причем в разных жанрах. Литературное меню можно составить по поэтическим произведениям, романам и повестям, рассказам, детективам и биографическим книгам.

Литერატურა:

1. Гессен С., Пушкин в воспоминаниях и рассказах современников. М., 2016.
2. Керн А., Воспоминания о Пушкине, М., 2013.
3. Гоголь в воспоминаниях современников / под общ. ред. Н. Бродского, Ф. Гладкова, Ф. М. Головенченко и др., М., 1952.
4. А. Крылов в воспоминаниях современников. М., 1982.

ლილიანა ჯანაშია

*ასოცირებული პროფესორი, სოხუმის სახელმწიფო
უნივერსიტეტი, საქართველო*

**კულინარია და კლასიკური რუსული ლიტერატურა
რეზიუმე**

ნაშრომში ნაჩვენებია, რომ რუს მწერლებს (პუშკინს, კრილოვს, გოგოლს) თვითონაც ძალიან უყვარდათ გემრიელი საჭმელი და თავიანთი ლიტერატურული გმირებიც ასეთებად გამოჰყავდათ. სუფრის აღწერაში რუსული ლიტერატურა ძალიან უახლოვდება ფერწერას. დიდი მწერლების „სიტყვიერი ნატურმორტები“ არანაკლებ ალაგზნებს წარმოსახვის უნარს, ვიდრე სახელგანთქმული მხატვრების მიერ ტილოსა და მუყაოზე შესრულებული ნამდვილი ნატურმორტები. გამომსახველობითა და „სიგემრიელით“ არც ერთი მხარე მეორეს არ ჩამოუვარდება.

მწერლის ნიჭი შეიძლება ყველაფერში გამჟღავნდეს. საკვები, მისი მომზადება, სადილების, საუზმეებისა და სად-

დესასწაულო სუფრების აღწერა ავტორების ყურადღების ცენტრშია. მისი მეშვეობით ისინი არა მხოლოდ თავიანთი დროის ყოფასა და მორალს აღწერენ, არამედ ლიტერატურული პერსონაჟების ფსიქოლოგიურ ტიპებში უკეთ გარკვევის საშუალებასაც იძლევიან. უძველესი დროიდან ჩვენს ეპოქამდე საკვები უამრავი სხვადასხვა ჟანრის ლიტერატურულ ნაწარმოებშია ნახსენები. ლიტერატურული მენიუს შედგენა პოეზიის, რომანების, მოთხრობების, დეტექტივებისა და ბიოგრაფიული ნაშრომების საფუძველზე შეიძლება.

Liliana Janashia

Associate professor, Sokhumi State University, Georgia

Cookery and classical Russian literature Summary

This article notes the fact that Russian authors (Pushkin, Krylov, Gogol) liked to have a good meal and invested this feature in their fictional heroes too. Describing feasts, Russian literature literally becomes close to pictorial art. "Verbal still-life paintings" by great writers are no less captivating than genuine still-life paintings on canvas or cardboard by renowned painters, both being equally vivid and "delicious".

The talents of authors can manifest themselves in anything. Meals, cooking, description of dinners, breakfasts, and solemn feasts are in the spotlight of authors, because this serves to not only describe the life and moral of the time, but also enables to better understand the mindset of fictional heroes. Meals are mentioned in numerous fictional works written from ancient times to our days and in various genres too. A literary menu can be made on the basis of poetry, novels, stories, crime stories, and biographies.

Алла Миньяр-Белоручева

доктор филологических наук, профессор, Московский
государственный университет, Россия

Полина Сергиенко

Кандидат филологических наук, Московский
государственный университет, Россия

ГАРМОНИЗИРУЮЩАЯ РОЛЬ PR В ПРОДВИЖЕНИИ НАЦИОНАЛЬНЫХ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ БРЕНДОВ: ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЙ АСПЕКТ

Первостепенным положением для настоящего исследования является тот факт, что PR (связи с общественностью) оказывается непосредственно связанным с многочисленными областями теоретических знаний, а также практикой функционирования торговых и коммерческих компаний. Связи с общественностью являются неотъемлемой частью «культурного дискурса», который включает в себя вербальные и невербальные формы репрезентации. Основной целью таких текстов PR, как пресс-релизов, является передача информации на разных уровнях профессиональной коммуникации. Становится очевидна природа связей с общественностью, состоящих из теоретической и прикладной части. Международная ассоциация по связям с общественностью разработала следующее определение PR: «Связи с общественностью – это практика управления принятием решений, направленная на построение отношений и интересов между организациями и их общественностью на основе предоставления информации с помощью надежных и этичных методов коммуникации» [IPRA, URL]. Существуют многочисленные статьи, курсы лекций и образовательные программы, посвященные PR [Minyar-Beloroucheva et al., 2020; Minyar-Beloroucheva et al., 2021].

С практической точки зрения наиболее репрезентативной и быстрой формой информирования общественности являются пресс-релизы [Wolstenholme, 2013]. Пресс-релизы-это инструмент, с помощью которого компании передают информацию

своим потребителям. PR – это имидж компании, человека или бренда и их репутация. Бренд определяется как название, термин, дизайн, символ, используемый в маркетинге, рекламе и бизнесе. Нас интересует лингвистический аспект продвижения национальных продовольственных брендов, поскольку язык является источником и инструментов связей с общественностью [Сергиенко, 2021], а также сущностью культуры [Višnyakové et al., 2020, Миньяр-Белоручева, 2020].

Слово 'brand' происходит от древнеанглийского слова 'brōn', означающего огонь, пламя, разрушение огнем; и поэтического слова 'sword' (меч). Словарь указывает, что выражение 'brand-name' (фирменное наименование) относится к 1889 году, а 'brand-loyalty' (лояльность к бренду) – к 1961 году. Бренд как клеймо на товаре тесно связано с ремесленниками и их продукцией. Со времен Древнего Египта бренд использовался для маркирования товара или продукции с целью привлечения к ним внимания. Со временем практика брендинга объектов распространилась на более широкий спектр упаковки и товаров, предлагаемых для продажи, включая масло, косметику и рыбный соус, а в XXI веке распространилась еще дальше на услуги (такие как юридические, финансовые и медицинские), политические партии и людей. В настоящее время концепция брендинга расширилась и включает в себя внедрение менеджером маркетинговых и коммуникационных методов и инструментов, которые помогают отличить компанию или продукты от конкурентов, а также служат целью создания неизгладимого впечатления в сознании клиентов.

Время существования современного бренда охватывает период от 12 до 15 лет. Самые удачные бренды, такие как чайный бренд Twinings, чайно-кофейная компания Dallmayrs, популярная среди любителей чая и кофе, процветают уже более 300 лет. Такая долгая история существования бренда демонстрирует отличную коммуникационную стратегию и PR-политику, подкрепленную высоким качеством продукции:

«At Twinings, we like to talk about tea. That's because, for us, it's the most exciting thing in the world. With a host of Master Blenders and flavour experts, we pride ourselves on challenging the status quo of tea. With a history dating back to 1706, quality tea has

always been at the heart of what we do. Renowned for creating vibrant and aromatic blends that are loved by all, from Earl Grey and English Breakfast to Chai Lattes and super fruity infusions, we know the details that matter most». / В компании Twinings мы любим поговорить о чае. Это потому, что для нас это самая захватывающая тема в мире. Наши многочисленные специалисты и эксперты по составлению чайных купажей и ароматов бросает вызов статус-кво чая. С историей, восходящей к 1706 году, качественный чай всегда был в центре того, что мы делаем. Известные созданием ярких и ароматных смесей, которые любят все, от Эрл Грея и английского завтрака до чая Латте и супер фруктовых настоев, мы знаем детали, которые имеют наибольшее значение. (Здесь и далее перевод – А.М. и П.С.) [Twinings, URL].

В этом PR-тексте авторы используют слова и выражения, которые передают вкус, положительную оценку, эмоции: такие как «самая захватывающая вещь, лежащая в основе того, что мы делаем», «аромат», «фруктовые настои» и т.д., которые способствуют положительной оценке в PR дискурсе [Сергиенко, 2020].

Использование этих лексических единиц обещает потребителям дополнительные моменты удовольствия. Как отмечают ученые, для персуазивности текстов используются оценочные категории, такие как «полезность», «благоприятность», «удовольствие» [Арутюнова, 1988, Сергиенко, 2020] и т. д. Бренд не может существовать без своей репутации, поскольку бренд – это, по сути, образ, который устанавливается в сознании потребителя. Бренд – это не только запоминающееся имя и красочный и яркий логотип. Любой образ, который не является позитивно коннотативным, эмоциональным и рациональным, не воспринимается сознанием и не сохраняется в памяти. Такой образ не может волновать воображение и не мотивирует потребителя на приобретение чего-либо. Бренд, который не бросается в глаза, никогда не станет успешным. В такой ситуации задача PR-специалистов заключается в продвижении бренда.

В настоящее время существуют сравнительно новые национальные продовольственные бренды, такие как Nescafe, Nespresso, Starbucks, Richard, которые строят свою собственную стратегию общения с аудиторией. Они также используют

персуазивные тексты, которые обещают счастье, разбудив вкусовые ощущения потребителей:

"We are very pleased to be able to provide our premium high-quality Starbucks coffees to customers at home across the world's most popular single-serve platforms, the *Nespresso* and *Nescafé Dolce Gusto* systems", said John Culver, group president, Starbucks International, Channel Development and Global Coffee and Tea". / Мы очень рады, что можем предоставить наши высококачественные порции кофе Starbucks клиентам дома на самых популярных в мире платформах для одноразового обслуживания-системах Nespresso и Nescafé Dolce Gusto", – сказал Джон Калвер, президент группы Starbucks International, по развитию каналов и глобальному кофе и чаю [Nestle, URL].

Имидж бренда и его репутация жизненно важны для PR. Прежде чем выводить на рынок новый бренд, необходимо подумать о его имидже с точки зрения потребителей. Будь то дружелюбный и знакомый бренд, как конфеты "Mergci", или изысканный, как "Raffaello", современный и молодежный, как "Nescafe", или независимый и свободный, как "Nespresso", важно представить, какой образ будет проецироваться в сознании потребителей. Опыт международных компаний по выводу на рынок новых продуктов/брендов показывает, что важно предпринять несколько шагов, которые имеют решающее значение для процесса создания и развития нового бренда с помощью PR, которые определяют успех кампании. PR – это форма скрытого продвижения, которую редко видят клиенты, поскольку они реагируют в основном на рекламу. PR же, напротив, направлен на продвижение всей компании и всей ее деятельности, а не отдельного бренда.

В глобализирующемся мире все национальные продовольственные бренды преодолели границы и стали международными [Павловская, 2019]. Обращение к международным ценностям, таким как счастье, радость, здоровье и хорошая жизнь, универсальны для всех людей.

«Customers around the world will be able to enjoy their favorite Starbucks coffee at home when the products will become widely available in grocery stores and major online platforms». / Потребители во всем мире смогут наслаждаться своим

любимым кофе Starbucks дома, когда продукты станут широко доступны в продуктовых магазинах и на крупных онлайн-платформах [Nestle, URL].

Бренд должен быть уникальным, чтобы выделяться на фоне других брендов. Вместе с тем, бренд должен развиваться со временем, подчиняясь только часто меняющимся тактическим коммуникационным задачам продукта или рынка. Как отмечают учебники по PR, маркетингу и рекламе, успех таких брендов, как "Merci", "Raffaello", основан на определенном фирменном стиле. Они смогли добиться заметного повышения качества бренда после того, как изменили PR политику, пересмотрели фирменный стиль и подчеркнули свою идентичность [Marketing teacher, URL]. Для PR важно внушить потребителям доверие к бренду. PR-поддержка необходима для того, чтобы донести не столько идею самого бренда, сколько идею о том, насколько важен потребитель для компании.

На современном этапе люди заботятся о своем здоровье, и именно поэтому здоровая еда и питье являются главным акцентом у многих продовольственных брендов. Эта идея широко используется PR специалистами, предлагающими рынку новый бренд. Например, бренд Freshly – это инновационная, быстрорастущая компания (start-up), занимающаяся доставкой свежеприготовленных блюд. Пресс-релизы этого бренда обещают здоровое питание и предлагают новую философию приема пищи. Авторы текста утверждают, что все блюда, поставляемые брендом Fresh Food, содержат меньше сахара, больше питательных веществ, не содержат глютена, менее обработаны и более здоровы:

«With a corporate mission to break down the barriers to healthy eating, Freshly believes that taste and health don't need to be compromised for convenience. Freshly's food philosophy is centered on less sugar, less processed, and more nutrients. All meals are gluten-free and single-serve for effortless portion control. Developed by chefs and nutritionists, the menu features better-for-you versions of classic comfort foods with smart ingredient swaps». / Имея корпоративную миссию по преодолению барьеров на пути здорового питания, Freshly считает, что вкус и здоровье не должны быть поставлены под угрозу для удобства. Философия

питания Freshly сосредоточена на меньшем количестве сахара, меньшем количестве обработанных продуктов и большем количестве питательных веществ. Все блюда без глютена и разовые для легкого контроля порций. Разработанное шеф-поварами и диетологами, меню включает в себя лучшие для вас версии классических продуктов для комфорта с умным подходом к замене ингредиентов [Nestle, URL].

Отметим также, что с точки зрения структуры бренда, необходимо вести речь о таких жизненно важных элементах, как название, которое обычно выражается словом или фразой для идентификации бренда и продукта; логотипа или торговой марки, идентифицирующей бренд; слогана или эхо-фразы:

Richard is the royal quality. / Ричард – королевское качество.

Milk! It does a body good (Real Milk brand) / Молоко полезно для организма (бренд Real Milk)

Bounty. Paradise delight. / Bounty. Райское наслаждение.

Для каждой страны бренды имеют свои особые крылатые фразы, учитывающие культурные особенности людей и их менталитет Pepsi– young generation choice/ Pepsi – выбор поколения.

Pepsi – generation next./ Новое поколение выбирает Pepsi.

Chocolate is Art, Passion creation (Lindt)/ Шоколад – это искусство. Страсть создания.

Good food, good life. (Nestlé S.A.)/ Хорошая еда. Хорошая жизнь.

Следующие элементы создания бренда – это графика, форма и цвет: металлические чайные коробки чая Twinings (обычно черные или красные), изображение льва на металлической банке чайного бренда Richard (обычно изображение золотого льва на синем фоне), чай Lipton (красная линия на желтом фоне), плоская коробка конфет Mercı или круглые шарики шоколадных конфет в цветных упаковках бренда Lindt – являются значимыми для позиционирования и продвижения товара на рынке.

Такие элементы, как запахи и вкус, особенно важны для пищевых брендов. Они также передаются с помощью слов: salted, caramel, delicious varieties (соленые, карамельные, вкусные сорта), fruit-scented (с ароматов фруктов), chocolate-

tasted (с шоколадным вкусом), smooth texture, mouth-watering (нежная текстура, таящая во рту). Иногда в названия брендов вводят слова, указывающие на вкус или запах, что является также отличительной чертой конкретного бренда: Солёные Карамельные трюфели, Трюфели Пралине. Шоколад де Мадарин. В 1860 году братья Мариаж, чей чайный бренд Mariage Frères широко распространён во всем мире, первыми изобрели чай со вкусом шоколада, известный как Chocolat des Madarins. Бренды обещают построить лучшую жизнь, как в пресс-релизах, так и в слоганах, которые воспринимаются как непосредственная связь с компанией и ее продуктами. Таким образом, национальная продовольственная компания Nestlé S. A. имеет следующую фразу: «Хорошая еда, хорошая жизнь». Повторение оценочной единицы 'good' (хороший) и параллельность конструкции играют важную роль в персуазивности эхо-фразы и убеждении аудитории в качестве продукции и положительных действиях компании.

В результате исследования было установлено, что национальные продовольственные бренды играют огромную роль в современном мире, служат экономическим, политическим и социальным целям, тем самым способствуя формированию общего социокультурного пространства. Материал, взятый для лингвистического анализа, показал, что сладкий вкус, наслаждение, здоровый образ жизни эквивалентны счастью, составляющему главную ценность для людей во всем мире. Медиа-пространство и современные технологии способствовали продвижению и международному существованию национальных продовольственных брендов, которые стали мировыми и завоевали международную популярность. Лингвистический анализ позволяет сделать вывод о том, что эффективно выбранные персуазивные и суггестивные средства языка в PR-дискурсе используются для того, чтобы вдохновить людей на действия.

Литература:

1. Арутюнова Н.Д. Типы языковых значений: оценка, событие, факт. М.: Наука, 1988.
2. Миньяр-Белоручева А.П. Роль национальной культурной картины мира в изучении иностранных языков // Вестник

- Московского университета. Серия 19: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2020. № 2. С. 182-191.
3. Павловская А.В. Межкультурная коммуникация в глобальном мире. Новые подходы/ Межкультурная коммуникация в новой эпохе: теория и практика. Сборник научных трудов. 2019. Екатеринбург: Уральский государственный педагогический университет. С. 6-18.
 4. *Сергиенко П. И.* Способы выражения аксиологических установок в англоязычных PR-текстах // *Филологические науки. Вопросы теории и практики.* 2020. Т. 13, № 9. С. 227-232. DOI: 10.30853/filnauki.2020.9.42
 5. *Сергиенко П. И.* Языковое конструирование гастрономической картины мира в pr-текстах компании Nestlé S.A. // Материалы V международного симпозиума Традиционная культура в современном мире. История еды и традиции питания народов мира. Т. 5. Новое время Москва, 2021. С. 382-389.
 6. Marketing teacher, URL: <https://www.marketingteacher.com/>
 7. Minyar-Beloroucheva A.P., Sergienko P.I., Vishnyakova O.D., Vishnyakova E.A. Axiological approach to developing spirituality and morality in the process of I2 PR education / *SHS Web of Conferences.* 2021. no. 103. Pp. 01024-01024 DOI: 10.1051/shsconf/202110301024
 8. Minyar-Beloroucheva A.P., Sergienko P.I., Vishnyakova E.A., Vishnyakova O.D. New linguodidactic challenges in teaching professionally oriented English as referred to PR-education / *European Proceedings of Social and Behavioural Sciences.* 2020. Vol. 97, no. TILT. DOI: 10.15405/epsbs.2020.12.02.72
 9. Nestlé, The Official Webpage, URL: www.nestle.com
 10. Nestle, URL: <https://www.nestle.com/media/pressreleases/allpressreleases/nestle-usa-acquires-freshly>
 11. Nestle, URL: <https://www.nestle.com/media/pressreleases/allpressreleases/global-launch-new-starbucks-products>
 12. Twinings, URL: <https://www.twinings.co.uk/our-community/about-twinings/why-twinings>

13. Višnyakové, O. Problémy interakce jazyka, literatury a kultury: nové směry výzkumu. Kolektivní monografie/ Pod obecným vedením Olgy Višnyakové/ O. V. Alexandrova, A. G. Anisimova, O. G. Anossova et al. Západočeská univerzita v Plzni Plzeň, 2020. 251 p.
14. Wolstenholme S. (ed.). Introduction to Public Relation. Pearson Education Limited. 2013.

აღა მინიარ-ბელორუჩევა

*ფილოლოგიის მეცნიერებათა დოქტორი, პროფესორი,
მოსკოვის სახელმწიფო უნივერსიტეტი, რუსეთი*

პოლინა სერგიენკო

*ფილოლოგიის მეცნიერებათა კანდიდატი,
მოსკოვის სახელმწიფო უნივერსიტეტი, რუსეთი*

PR-ის მაჰარმონიზირებელი როლი

სურსათის ეროვნული ბრენდების პოპულარიზაციაში:

ლინგვოკულტურული ასპექტი

რეზიუმე

ნაშრომი ეხება ნაციონალური კვების ბრენდების პოპულარიზაციის ლინგვოკულტურულ თავისებურებებს პროფესიულ PR (საზოგადოებასთან ურთიერთობის) დისკურსში. კულტურათაშორისი კომუნიკაციის პროცესს განსაზღვრავს სხვადასხვა კულტურის წარმომადგენლების ერთმანეთისადმი დამოკიდებულება და განსაკუთრებული ყურადღება ყოველთვის ეთმობა საკუთარ კულტურას. მაგრამ ეს ნიველირდება სურსათის ბრენდების პოპულარიზაციის გზით, რომლებიც ახდენენ კულტურული განსხვავებების ჰარმონიზაციას და აერთიანებენ მსოფლიოს ხალხებს. ასეთი ცნობილი საერთაშორისო ბრენდებია: Nestlé S. A., Mondelēz International, Twinings, Lindt, Borjomi და სხვ.

მოცემული კვლევის მიზანია კვების ბრენდების წარმატების კრიტერიუმების გამოვლენა PR დისკურსის ისტორიი-

სა და ლინგვოკულტურული მახასიათებლების შესწავლით. ზემოაღნიშნული სურსათის ბრენდების PR კამპანიების ლინგვისტური ანალიზი ემსახურება წარმატებულ PR კამპანიებსა და გლობალიზირებად სამყაროს შორის კავშირის დადგენას.

Alla Minyar-Beloroucheva

*PhD in Philology, Doctor Habil, Professor,
Moscow State University, Russia*

Polina Sergienko

PhD in Philology, Moscow State University, Russia

**Harmonizing Role of Public Relations in National
Food Brands Promotion: Linguo-Cultural Aspect
Summary**

The article deals with the linguo-cultural manifestations of national food brands promotion found in professional PR (Public Relation) discourse. The process of cross-cultural communication is determined by the attitude of the representatives of different cultures towards one another with a special emphasis on their own culture as a matter of all things. This idea is expressed in food brand promotion which harmonizes cultural differences uniting the peoples of the world. Such outstanding international food brands as Nestlé S.A., Mondelēz International, Twinings, Lindt, Borjomi and others create common ground for the value perception and attitude unification. The purpose of the research is to analyse the success of food brands by viewing the history and linguo-cultural features of PR discourse aimed at their promotion. The linguistic analysis of the PR case studies of the aforementioned food brands serves as a means of establishing a link between successful PR campaigns and their role in globalizing the world. As the result of the study it has been established that the national food brands play a huge role in the contemporary world, serving the economic, political and social ends thus contributing to a common socio-cultural space.

ქეთი გალობერი

ასოცირებული პროფესორი, სოხუმის სახელმწიფო
უნივერსიტეტი, საქართველო

ფრანგული სამზარეულო: ტრადიციები და ჩვეულებები

საფრანგეთი ევროპის უმსხვილესი ქვეყანაა, რომელიც ესაზღვრება ბელგიას, იტალიას, ლუქსემბურგს, შვეიცარიას, ანდორას, ესპანეთსა და დიდ ბრიტანეთს.

ფრანგული სამზარეულო ითვლება ერთ-ერთ საუკეთესო სამზარეულოდ მსოფლიოში. ამის მიზეზი არამარტო კერძების არაჩვეულებრივი ასორტიმენტი და ფრანგი მზარეულების ხელოვნებაა. გასტრონომიული ისტორიის წარმოშობისა და განვითარების მანძილზე, ფრანგული სამზარეულო მთელი შემართებით მიიწვედა სრულყოფილებისკენ და ლიდერობს ევროპულ სამზარეულოთა შორის. რა თქმა უნდა, ფრანგულ სამზარეულოზე გავლენა იქონია მეზობელი ევროპული ქვეყნების კულინარიამაც, თუმცა ფრანგებმა მოახდინეს კერძების რეცეპტების შერწყმა.

ფრანგული სამზარეულო, პირობითად, იყოფა სამ ნაწილად: *Cuisine regionale* – რეგიონალური სამზარეულო, *cuisine bourgeoise* – საყოველთაოდ გავრცელებული სამზარეულო და *haute cuisine* – მაღალი დონის დახვეწილი სამზარეულო, რომლის ნიმუშს წარმოადგენდა ფრანგი მეფეების კარის სამზარეულო.

ძალიან რთულია იმის დადგენა, თუ საიდან, რომელი მომენტიდან იწყება ფრანგული სამზარეულოს ისტორია. ზოგი წყარო იუწყება, რომ კლასიკური ფრანგული სამზარეულო წარმოიშვა ფრანსუა I-ის დროს (1494-1547 წწ.), რომელსაც მიჰყავდა ფეოდალების მეფის კარზე გაერთიანების პოლიტიკა. სხვა წყაროები ირწმუნებიან, რომ ფრანგული სამზარეულოს ისტორია იწყება უძველესი დროიდან, გალე-

ბის პერიოდში, რომელთა საყვარელ კერძს წარმოადგენდა ნივრით შეკაზმული გარეული გოჭის ხორცი და ასევე – ნელ ცეცხლზე შემწვარი კურდღლის, ბატის ან რომელიმე გარეული ცხოველის ხორცი გარნირით.

ფრანგული სამზარეულო მიუღწევდნენ დონემდე გაიყვანა მეფე ლუი XIV-მ. მან ვერსალის სასახლის აშენების შემდეგ შემოიღო გასტრონომიის დიპლომატია – ტრადიცია, რომელიც დაფუძნდა საფრანგეთის საგარეო პოლიტიკაში. მისი მმართველობის დროს, მისივე ახირებით, სამეფო სამზარეულო გადააქცია თავის სასადაილო დარბაზად, სახელოსნოდ, სადაც სუფევდა დახვეწილობა და ელეგანტურობა, მკაცრი ცერემონიალი, ხოლო საჭმლის მომზადებისა და მიღების პროცედურა ნამდვილ ხელოვნებად აქცია. სამზარეულოდან გამოდიოდა მთელი პროცესია: ცენტრში იყო მეფის კარის რამდენიმე მაღალჩინოსანი, რომლებსაც მოჰქონდათ კერძები, გვარდიელების, მეტრდოტელისა და კამერგერის თანხლებით. როგორც ცნობილია, ლუი XIV იყო გურმანი და უყვარდა კარგად ჭამა. პრინცესა პალატინის წერილებით ირკვევა, რომ მას შეეძლო სადილზე მიერთმია 4 თეფში სხვადასხვა სუბი, დიდი თეფში სალათი, ერთი ხოხობი, ცხვრის ხორცი სოუსით, ორი დიდი ნაჭერი ლორი, მაგრად მოხარშული კვერცხი, ხილი და მთელი ღანგარი ტკბილეული. ტექნოლოგიური პროცესი, კერძთა მიწოდების წესი სუფრასთან მკაცრად იყო რეგლამენტირებული და დაცული. იმ პერიოდში ჩვეულებრივ მოვლენად ითვლებოდა სადილის გაწყობა ოცდაათი პერსონისთვის, რომელიც შედგებოდა 200 კერძისგან. XV-XVI საუკუნეების განმავლობაში ფრანგულმა სამზარეულომ მსოფლიოდან მრავალი ახალი საკვები პროდუქტი აითვისა. ადაპტაცია ნელა მიმდინარეობდა, თუმცა ბანკეტების ჩანაწერებიდან ჩანს, რომ ეკატერინე მედიჩი ერთ ვახშამზე 66 ინდაურით უმასპინძლებოდა სტუმრებს.

უშუალოდ ამ მომენტიდან ფრანგული სამეფო სამზარეულო თავდაჯერებულად კარნახობს თავის პირობებს მთელ ევროპულ სამყაროს. ვერსალის სასახლეში დაბადებული ფრანგული კულინარიული ტრადიცია ერთხელ და სამუდამოდ იღებს სამეფო ელფერს და არ ღალატობს ამ არჩევანს დღემდე. XVIII საუკუნის II ნახევრიდან XX საუკუნის დასაწყისამდე საფრანგეთში ვითარდებოდა კლასიკური კულინარიული ხელოვნება. XVI საუკუნეში ცნობილი შეფ-მზარეული ფრანსუა პიერ დე ლა ვარენი პროპაგანდას უწევდა მსუყე კერძებს კარაქითა და ნაზი სოუსებით, დიდი რაოდენობით სანელებლების გამოყენებით. XIX საუკუნეს შეიძლება დაერქვას კულინარიული ხელოვნების პიკი საფრანგეთში. ანტონინ კარემი, რომელიც ითვლება მაღალი სამზარეულოს დამფუძნებლად, აწყობდა მდიდრულ სადილებს რომაულ სტილში. 1825 წელს გამოვიდა ჟან-ანტელმა ბრილია-სავარინის წიგნი „გემოვნების ფსიქოლოგია“, რომელიც დღემდე ითვლება ერთ-ერთ საუკეთესო კულინარიულ წიგნად. ამ პერიოდში მრავალი ქვეყნის ლექსიკონში შევიდა ისეთი კერძების სახელები, როგორებიცაა: ანტრეკოტი, კოტლეტი, ომლეტი, ბულიონი და სხვ.

ხშირად ისმის კითხვა – რით განსხვავდება ფრანგული სამზარეულო მსოფლიოს სხვა ეროვნული სამზარეულოებისგან? უპირველეს ყოვლისა, იმით, რომ უკლებლივ ყველა კერძი მზადდება მხოლოდ ახალი პროდუქტებისაგან. ერთი შეხედვით, თითქოს არაფერია გასაკვირი, ყველა რესტორანი, რომელიც უფროსილდება თავის რეპუტაციას, იცავს ამ წესს, მაგრამ სინამდვილეში უფრო რთულადაა საქმე: ფრანგული რესტორნების ან კაფეების შეფ-მზარეულები პროდუქტებს ყიდულობენ მხოლოდ თავიანთი მომწოდებლებისგან და აქ, როგორც სხვა საკითხებში, პროდუქტების მომზადება რადიკალურად განსხვავდება საერთო წესისაგან. სოფლის მეურნეობის მუშაკების მიერ ჩატარებუ-

ლი ექსპერიმენტების შედეგად მიღებულ იქნა სხვადასხვა თავისებურება პროდუქტების მოყვანისა.

და, რა თქმა უნდა, უმთავრესს ფრანგულ სამზარეულოში წარმოადგენს შეფ-მზარეული. უშუალოდ მისი ფანტაზიით მიიღება პროდუქტებისგან ხელოვნების ნიმუშები. საფრანგეთის მთელ ტერიტორიაზე ისინი სარგებლობენ დიდი სიყვარულით და დებულობენ ხელისუფლებისგან უმაღლეს ჯილდოს. კლასიკური ფრანგული სადილი შედგება შემდეგი მენიუსგან: აპერიტივი, სუპი, სადილის წინა კერძები, მთავარი კერძი, შემწვარი კერძები, მსუბუქი კერძი, დესერტი, ყველი, ყავა.

„წავიდეთ ჩემთან აპერიტივზე“ – ფრანგისთვის ჩვეულებრივი ფრაზაა. სტუმარი არც ელოდება იქ მაღალი კერძებით გაშლილი სუფრის ნახვას. ისინი სიამოვნებით ატარებენ დროს თავისუფალ გარემოში, სადაც საუბრობენ სიახლეებზე, პრობლემებზე ან უბრალოდ „წაიტორავენ“, ხოლო ჭიქებში ყველაფერი შეიძლება იყოს – უბრალო წყალი, წვენი ან რთული კოქტეილი. თან, არც ისე დიდი ხნის წინ მათთან მოლაში შემოვიდა კონიაკზე დამზადებული კოქტეილები, რომელებშიც ურევენ ყინულს, ლიმონათს ან წვენებს. ყველაზე უფრო მიღებულია Martell ტონიკით ან ახალდაწურული ლიმონის წვენით.

ბევრი სხვა ევროპული ქვეყნისგან განსხვავებით, ფრანგებს ძალიან უყვართ და შეუძლიათ სუპების მომზადება. არსებობს მათი რამდენიმე სახეობა: კონსომე (consommé) – ეს არის ძლიერი, გამჭვირვალე ბულიონი ფრინველის ან ნანადირევის ხორცისგან და აუცილებლად უცხიმო; შესაკაზმი, ანუ სანელებლებიანი სუპები (ესეც გამჭვირვალე და კონსომეს მსგავსია), გატარებული სუპები (ბისკი, ველუტე, კრემ-სუპი, სუპი-პიურე).

ფრანგები სუპს მიირთმევენ მხოლოდ ვახშამზე. ყველაზე ცნობილია ხახვის სუპი, რომელიც, ლეგენდის მიხედ-

ვით, მოიგონა ლუი XV-მ, რომელსაც ერთხელ, ნადირობის შემდეგ, გვიან ღამით მოშივდა და თავის ქოხში ვერაფერი აღმოაჩინა ხახვის, ცოტაოდენი ცხიმისა და შამპანურის გარდა. ეს პროდუქტები აურია ერთმანეთში, მოხარშა და ამგვარად, პირველად გამოვიდა ხახვის სუპი, რომელმაც დაიპყრო მთელი მსოფლიო. ასევე, ფრანგული სამზარეულოს კლასიკას წარმოადგენს სუპი-პიურე სახელწოდებით „კრესი“, რომელიც დაერქვა კრესის მიდამოებში 1346 წელს ინგლისის მეფესთან, ედუარდ III-თან ბრძოლაში ფრანგების დამარცხების აღსანიშნავად. მართლაც, სუპი დამარცხებულთათვისაა, მისი ძირითადი ინგრედიენტებია – სტაფილო, მწვანე ხახვი და კარტოფილი. ფრანგული სამზარეულოს კიდევ ერთ თავისებურებას წარმოადგენს სუპების მომზადების წესი სანელებლების ფართო გამოყენებით. როგორც ნედლი, ასევე მშრალი ფორმითაც, ქვაბში ათავსებენ ე.წ. „თაიგულს“ მწვანილებისგან, რომელიც ამოაქვთ კერძის მომზადების შემდეგ.

დიდი უპირატესობა ენიჭება ცივ კერძებს, პირველ კერძებს, ანუ როგორც თვითონ უწოდებენ, „სადილისწინა“ კერძებს. სხვადასხვა ფრანგული კერძის მოსამზადებლად აქტიურად გამოიყენება ღვინო, კონიაკი და ლიქიორი. ღვინოს უკეთებენ აორთქლებას, რის შედეგად იკარგება ღვინის სპირტი, ხოლო კერძს აქვს განუმეორებელი გემო და არომატი.

ფრანგული სამზარეულო, ასევე, ცნობილია სოუსების ნაირსახეობით, ინგლისელები ხუმრობენ კიდევაც ამის თაობაზე: ინგლისში თუ სამი სახის სოუსია მხოლოდ და 360 სახის რელიგია, საფრანგეთში პირიქით – სამი სახის რელიგიაა და სოუსის 360 რეცეპტი. სინამდვილეში კი თვლიან, რომ ფრანგულ სამზარეულოში სოუსის 3 ათასზე მეტი სახეობაა. აქედან ხუთი მშობლიურია: ბეშამელი, ესპანოლი, ჰოლანდიური, ველიუტე და ტომატის. ასევე, ფრანგუ-

ლია მაიონეზი. ერთ-ერთი ვერსიით, ის ფრანგი ჰერცოგის რიშელიეს მზარეულმა შექმნა. ხოლო ყველის გარეშე არ არსებობს არც ერთი კვების ცერემონიალი. ითვლიან ყველის 500-ზე მეტ სახეობას – ბრი, კამამბერი, როკფორი, კანტალი, მორბიე, კონტე და ა.შ. ის საფრანგეთის ერთ-ერთ სავიზიტო ბარათს წარმოადგენს. საშუალო სტატისტიკით, წელიწადში ერთი ფრანგი მოიხმარს, დაახლოებით, 30 კგ. ყველს. განსაკუთრებულ ყურადღებას იქცევს ფრანგული დესერტები. ისინი, როგორც წესი, ადვილად მზადდება, მაგრამ არის ორიგინალური და შეუდარებლად გემრიელი. მთელ მსოფლიოშია ცნობილი ფრანგული ტრადიციული საუზმე – კრუასანი არომატული ჭიქა ყავით. ფრანგული კერძების უმეტესობის სახელი დაკავშირებულია პროვინციების (ვინაიდან ყველა კუთხეს გააჩნია თავისი ტრადიციული კერძი და მისი მომზადების თავისებურება), ქალაქების, ადგილების დასახელებასთან. ზოგიერთი კერძის სახელი კი – ადამიანების სახელებთან. მაგალითად, სოუსი „ბეშამელი“ დაერქვა მდიდარი ფინანსისტის ბეშამელის პატივსაცემად, რომელიც ლუი XIV-ის მეტროტელი იყო და შეადგინა სოუსის რეცეპტი; ასევე, სუპი სუბიზი დაკავშირებულია ფრანგი გენერლის შარლ სუბიზის სახელთან. სამხედრო აფთიაქარის პარმანტიეს სახელს უკავშირდება პირველი კარტოფილის შემოტანა საფრანგეთში და რამდენიმე კერძის სახელიც, კერძოდ, სუპის, ომლეტის, წიწილის და ა.შ. ორიგინალური საღათი „ოლივიე“ შეიქმნა XIX საუკუნეში ლუსიენ ოლივიეს მიერ, რომელიც ცხოვრობდა მოსკოვში. მისი რეცეპტი დაიკარგა და 1904 წელს იქნა აღდგენილი, რომელიც სრულიად განსხვავდება დღევანდელი ოლივიესგან. მის შემადგენლობაში იყო ხბოს ენა, ხიზილალა, საღათის ფოთლები, 25 ცალი კიბორჩხალა, პიკულის კიტრის მწნილი, ახალი კიტრი, მაგრად მოხარშული კვერცხი. აღსანიშნავია, რომ ფრანგებისთვის უდიდეს სიამაყეს წარმოადგენს ოჯახ-

ხის დიასახლისი, რომელიც კარგი მზარეულია და ამაზე დიდი სიამოვნებით საუბრობენ ხოლმე; არსებობს სპეციალური გამოთქმა, რომელიც კარგი მზარეული ქალის დახასიათებას იძლევა – Cordon bleu – ლურჯი ბაფთა.

საფრანგეთში არსებობს ნაციონალური სამზარეულოს ძალიან დიდი რაოდენობა მისი 22 რეგიონის მიხედვით, რომელიც დამოკიდებულია იმაზე, თუ სად არის მოყვანილი ესა თუ ის პროდუქტი. ფრანგებს შეუძლიათ და ძალიან უყვართ უბრალო კერძის სწორად და გემრიელად მომზადება. ვთქვათ, თუ თქვენ ყოველდღე მხოლოდ კარტოფილს მიირთმევთ, მაინც გექნებათ სხვადასხვანაირი და ეგზოტიკური მენიუ, ვინაიდან არსებობს კარტოფილის კერძის უამრავი სახეობა, რომელთა დაგემოვნება ბოლომდე შეუძლებელია. რეგიონალური სამზარეულო სამხრეთი პროვინციებისა (პროვანსი, ლანგედოკი, ბასკების რეგიონი, გასკონი) განსხვავდება ძალიან ცხარე კერძებით და მათ მომზადებაში ღვინის, ხახვისა და ნივრის გამოყენებით. თავისი დამახასიათებელი ნიშანი აქვს ელზასის სამზარეულოსაც, რომელიც გამოირჩევა მსუყვე კერძებით და ღორის ხორცისა და კომბოსტოს ფართო გამოყენებით. ზღვისპირა რეგიონის მცხოვრებლები თავიანთ სამზარეულოში იყენებენ უფრო მეტად ზღვის პროდუქტებს: თევზს, კიბორჩხალებს, ლანგუსტებს, კრევეტებს და ა.შ. ფრანგული სამზარეულოს ერთ-ერთ განსაკუთრებულ ნიშანს წარმოადგენს ღვინის, კონიაკისა და ლიქიორის აქტიური გამოყენება კერძებში. ისინი, ასევე, ერთ-ერთი შემადგენელი ნაწილია ხორცის მარინადისა და თევზის ბულიონის მოსამზადებლად. ნორმანდიაში თევზის კერძის მოსამზადებლად ფართოდ გამოიყენება სიდრი (ვაშლის წვენი), ჩრდილოეთ საფრანგეთში კონიაკის ნაცვლად იყენებენ კალვადოსს (ვაშლის არაყი). სუფრასთან მიტანისას მზა ცხელ კერძს ასხამენ კონიაკს და უკიდებენ ცეცხლს, რომელიც საკვებს აძლევს სპეციფიკურ არომატსა და გემოს.

დადგენილია, რომ სწორედ ამ სასმელების კერძებში ფართოდ გამოყენების გამო საფრანგეთში, იტალიასა და ესპანეთში გულსისხლძარღვთა დაავადებების დონე ძალიან დაბალია, ვიდრე სხვა ნებისმიერ ქვეყანაში. ფრანგები თვლიან, რომ კარგი ომლეტის მომზადება ითხოვს განსაკუთრებულ ყურადღებას, მის მოსამზადებლად ირჩევენ მძიმე ტაფას და მასზე არაფერს ამზადებენ გარდა ომლეტისა.

ფრანგების ტრაპეზი წარმოადგენს მთელ კომპლექსს, შემდგარს რამდენიმე კერძისაგან, რომელიც გამოიყენება განსაზღვრული თანმიმდევრობით: აპერიტივი, სუპი, შემდეგ სადილისწინა კერძი, მომდევნო კერძი, მერე ძირითადი კერძი, შემწვარი კერძი, მსუბუქი კერძი, დესერტი და ბოლოს – ყველი და ყავა. აქვთ ორი საუზმე, რომლის დროსაც ამზადებენ ომლეტს დიდი რაოდენობით მწვანილით, სოკოთი ან ლორით, ასევე მიირთმევენ ფორთოხლის წვესს, ახალ ბაგეტს, კარაქს, ჯემს, იოგურტს, ცხელ შოკოლადს. ძალიან უყვართ ყავა. ქალაქელების უმრავლესობა სადილობს გარეთ და მენიუში აქვთ პირველი და მეორე კერძი, ყველიანი ხილი დესერტზე. ვახშამზე, ჩვეულებისამებრ, იკრიბება მთელი ოჯახი, ამიტომ სუფრაზე ყოველთვის მრავალნაირი კერძია, ხორცეული, თევზეული, სხვადასხვა სალათი, ბოსტნეული და ხილი; მათი საყვარელი სასმელია შამპანური, ძლიერი სასმელებიდან ირჩევენ კონიაკს, აბსენტს, კალვადოსს, ახალგაზრდების უმეტესობა სვამს ფორთოხლის წვესს.

საუკეთესო კერძს წარმოადგენს რატატუი – ტრადიციული ფრანგული კერძი, რომელსაც პროვანსაში და ნიცაში ამზადებენ ბოსტნეულისგან, არის ძალიან გემრიელი და მსუბუქი, ითარგმნება, როგორც „არეული საჭმელი“.

შემდეგი ცნობილი კერძია ფუაგრა, რომელიც ბევრს ფრანგების მოგონილი ჰგონია, თუმცა ის ძველი ეგვიპტელებისგანაა, ხოლო 1778 წელს ახალგაზრდა ელზასელია მზარეულმა ჟან-პიერ კლოზმა თავის ბატონს, მარკიზ დე კონ-

ტადს მოუმზადა, შემდეგ უკვე – ლუი XVI-ს. მზარეულს აღტაცებული მონარქისგან საჩუქრად პიკარდიაში მამულიც ერგო. მზადდება ბატის ღვიძლისგან (ითარგმნება როგორც „ცხიმიანი, ქონიანი ღვიძლი“). ის შეიძლება იყოს მოხარშული ან შემწვარი.

გრატენი ტულუზ-ლოტრეკის მე-19 საუკუნის კერძია კარტოფილისგან – ზოგადად, ეს არის ღუმელში შემწვარი ნებისმიერი კერძი, თუმცა კარტოფილის გრატენი უგემრიელებსია.

ბაყაყი წარმოადგენს დელიკატესს, მაგრამ ვერ ვიტყვით, რომ ის ყველა ფრანგს უყვარს, თან მათთან არც ისე პოპულარულია. ის უფრო მზადდება ნივრით, კარაქითა და ოხრახუშით. ლოკოკინები დაცულია კანონით და ძალიან ხშირად ისინი ჩამოაქვთ იტალიიდან. პროვანსის რეგიონში აღდგომაზე ლოკოკინების საპატივცემულოდ აწყობენ სპეციალურ მსვლელობას, რომელიც მიეკუთვნება რელიგიურ ღონისძიებებს, თუმცა ლოკოკინას არ გააჩნია არანაირი სიმბოლური დატვირთვა.

საფრანგეთი რეკორდსმენია მსოფლიოში მიშლენის რესტორნების რაოდენობის მიხედვით. 632 რესტორანია 2020 წლის მონაცემით, რომლებიც რეიტინგის სათავეში არიან ატმოსფეროთი და მოხერხებულობით. ყველაზე ძველი რესტორანია Restaurant La Couronne, რომელიც გაიხსნა 1345 წელს. თავისი არსებობის 700 წლის განმავლობაში მისი სამზარეულო არსებითად არ შეცვლილა. დღესაც იქ მზადდება უძველესი ნორმანდიული კერძები – ყველის სუფლე, თიხაში შემწვარი იხვი და ბატკანი როზმარინში.

შეიძლება ითქვას, რომ საფრანგეთმა დაიმსახურა კულინარიული ხელოვნების დიდების ტიტული. ფრანგისთვის საკეები არა მხოლოდ შიმშილის დამაწყნარებელია, არამედ ის ცხოვრების წესის უმთავრესი ელემენტია, რომელიც ახასიათებს ადამიანს ყოველი მხრიდან. 2010 წელს ფრან-

გული სამზარეულო შეიტანეს იუნესკოს სიაში, როგორც კაცობრიობის არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობა. ფრანგული სამზარეულო დაკავშირებულია გამოთქმასთან „ხელოვნება ღამაზად ცხოვრებისთვის“ – L’art de vivre à merveille.

ლიტერატურა:

1. Florent Quellier, Table des Français. Une histoire culturelle (XV-e-XIX siècle), coll. „Table des hommes”, Presse universitaires de Rennes/ Pesses universitaires François-Rablais, 2013.
2. Kilien Stengel, Traité de la gastronomie française. Culture et patrimoine, Sang de la Terre, coll. „Les Traités”, 2012.

Keti Galoberi

Associate professor, Sokhumi State University, Georgia

French Cuisine: traditions and customs Summary

Historically, over the centuries, the inhabitants of the "Fifth Republic" considered food particularly tenderly and delicately. The variety of tastes and the thoughtful combination of products have been reflected in modern French cuisine, which is included by UNESCO in the list of intangible cultural values of mankind.

French cuisine is known not only for its excellent dishes, but also for its centuries-old history. It dates back to 1400. It was then that the first culinary book was created, which mainly included oriental recipes, borrowed from the Moors.

The revival of the country's gastronomy took place in the 17th century. In the 18th and 19th centuries, Europe was flooded with gastronomic abundance. Exotic dishes appear in France, as well as restaurants, and with them the first critics of restaurants. French cuisine has become the standard of world cuisine.

Кэти Галобери

Ассоциированный профессор, Сухумский государственный университет, Грузия

**Французская кухня: традиции и обычаи
Резюме**

Исторически сложилось так, что на протяжении веков жители «Пятой республики» принимали пищу особенно нежно и деликатно. Разнообразие вкусов и продуктов, хорошо продуманное сочетание нашло отражение в современной французской кухне, внесенной в список культурных ценностей, нематериального культурного наследия ЮНЕСКО. Французская кухня известна не только прекрасными блюдами, но также своей многовековой историей, которая датируется 1400 годом. Именно тогда создана первая кулинарная книга, в которую вошли в основном восточные блюда, рецепты, позаимствованные у мавров и т.д. Возрождение гастрономии страны произошло в XVII веке. На протяжении XVIII и XIX веков Европа была охвачена гастрономическим изобилием. Во Франции появляются экзотические блюда, рестораны, а вместе с ними и ресторанные критики. Французская кухня становится эталоном мировой кухни.

Гульнара Диасамидзе, Хатуна Табатадзе
Ассоциированные профессора,
Международный университет Черного моря, Грузия

РАЗВИТИЕ ГРУЗИНСКОГО ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА

В каждой стране есть региональные отличия в местной кухне, свой неповторимый набор блюд и технология их приготовления. Хотим сказать, что в Грузии в каждом регионе есть свой набор блюд, который отличается технологией приготовления. В XXI веке в нашей стране стал развиваться гастрономический туризм, где все внимание сосредоточено на кулинарных традициях Грузии. Для восстановления внутреннего и внешнего туризма Европейский банк реконструкции и развития запускает в Грузии новую программу поддержки. Ее цель – дать новое развитие гастрономическим турам по стране.

Всем известно, что Грузия богата достопримечательностями. Вблизи с известными древними церквями и монастырями расположены гостиничные комплексы с различными кафе и ресторанами, которые предлагают изобилие грузинских национальных блюд.

Грузия возглавила список стран в номинации «Гастрономический и агротуризм», сообщает онлайн-версия National Geographic Traveler. Список стран лидеров в разных номинациях составлен по результатам онлайн голосования на сайте. Грузию как идеальную страну для гастрономического и агротуризма назвали 36% пользователей. Согласно данным аналитического агентства ТурСтат, Грузия в 2017 году была на первом месте в числе самых популярных направлений для гастрономического туризма. На втором месте оказалась Италия с 26%, на третьем – Беларусь с 13% [1].

Появлению и развитию гастрономического туризма во всем мире в последние годы способствует множество факторов, таких как:

– рост популярности телевизионных кулинарных программ и шоу во всем мире;

– приобретение мировой известности шеф – поварами лучших ресторанов, на волне появления моды ресторанного бизнеса: посещение модного заведения питания – это поддержание имиджа и статуса в обществе;

– доступность, привычность и обыденность посещения ресторанов для части населения, искушенной в вопросах питания, таким образом, добавить ему новизны можно, лишь попробовав что-то действительно оригинальное;

– обеспокоенность населения проблемами экологичности и качества продуктов питания;

– увеличение затрат на питание и отдых как следствие растущих доходов населения;

– рост популярности здорового образа жизни;

– осознание предприятиями продуктового производства и туристскими организациями огромного потенциала и прибыльности кулинарного туризма в мире [2, 20].

Как мы знаем, национальная администрация туризма Министерства экономики и устойчивого развития Грузии совместно с Гастрономической ассоциацией и Бизнес-ассоциацией гастрономического туризма проводят гастрономические туры по регионам Грузии. Целью проекта является создание и популяризация гастрономических маршрутов грузинской региональной кухни, представление нематериальных культурных ценностей, стимулирование внутреннего туризма и продвижение сельского хозяйства. В Грузии очень развита отрасль виноделия. Винные заводы и погреба располагаются по территории всей Грузии. Но большее их количество находится в регионе Кахети – родине грузинского виноделия. Кахетинские винзаводы самые известные и самые посещаемые [3].

Туристические агентства Грузии тесно сотрудничают с ними. Организаторы этих агентств туристам предлагают различные туры по известным туристическим маршрутам. Туристам показывают винные погреба, где их угощают разными сортами грузинских вин (например, красные вина: Хванчкара, Киндзмараули, Саперави, Мукузани и другие; белые вина: Цинандали, Чхавери, Ркацители, Вазисубани и другие). Там же им раздают памятные подарки и буклеты. Такой маркетинговый ход

помогает в развитии бизнеса. Наряду с этим туристы могут не только продегустировать настоящее грузинское вино, но и взглянуть на технологию винного производства. Кроме этого очень популярны грузинский коньяк и чача. Обычно в одном туре стараются соединить визиты на фермы, кухни, кондитерские и виноградники с кулинарными уроками и дегустацией.

Несмотря на сложную эпидемиологическую ситуацию в стране, не успели пока еще открыться сухопутные границы, как уже очень много посетителей из стран СНГ и ближнего зарубежья.

Одним из важных фактов является то, что во время пандемии COVID-19 Грузия может предложить туристам и всем желающим большой выбор достопримечательностей и мероприятий на открытом воздухе, соблюдая все существующие регуляции [4].

Гурманы-туристы могут познакомиться с самыми изысканными грузинскими блюдами. А что касается традиционных грузинских блюд – оно начинается с хлеба – пури, шотис пури, который пекут в специальных печах тоне. Также грузинская кухня славится изобилием сыров: сулгуни, сыр гуда, имеретинский сыр, чечили, тенили, курути.

Во всем мире грузинские сухие специи довольно популярны, например, уцхо сунели, хмели сунели, имеретинский шафран (запрана) и сванская соль.

Главные блюда, которые не попробовав, нельзя уезжать из Грузии это – хинкали, чанахи, сациви, пхали, лобио и другие.

Также в Грузии популярна выпечка. Стоит отметить, что в топ самых популярных блюд мира входит хачапури по-аджарски, в виде лодочки с сыром и яйцом. Не менее популярны имеретинский, мегрельский хачапури и ачма. Самым известным пирогом из рубленного мяса считается кубдари (регион Сванетия).

Из десертов туристам могут предложить чурчхелу, пеламуши, гозинаки. А для тех, кто предпочитает напитки без алкоголя, в Грузии широкий выбор минеральных вод – зБоржоми, Бакуриани, Ликани, Саирме, Набегхлави, Кокотаури (Аджария), а также местные лимонады – Натахтари, Лагидзе, Зедазени.

Кроме этого в Тбилиси и по всей стране гастрономические туры включают в себя мастер-классы, дегустации сыров, обеды в грузинских семьях. Это могут быть экскурсии на один или несколько дней. Благодаря такому туру туристы знакомятся с секретами приготовления, понравившихся блюд.

Итак, кулинарная грань Грузии не менее интересна, чем историческая. Таким образом, раздвигая пространство и размывая границы, туризм является интегрирующим элементом в коммуникации людей разных культур, национальностей, вероисповеданий. Возник новый вид туризма – гастрономический туризм. Его основой является познавательная функция. В статье нами были приведены примеры гастрономического туризма в Грузии; мы попытались охарактеризовать его современное состояние и выявить перспективы развития.

Литература:

1. Электронный ресурс: <https://fishki.net/2408950-gruzija-nazvana-stranoj--1-v-mire-dlja-gastronomicheskogo-turizma.html>
2. Волкова И., Миропольский Я., Мумрикова Г., Ресторанный бизнес в России: С чего начать и как преуспеть, 5-е изд., испр. М., Флинта, 2006.
3. Электронный ресурс: <https://delicatours.ge/vinzavodi-i-vinnie-pogreba>
4. Электронный ресурс: <https://sputnik-georgia.ru/tourism/20200928/249559503/Gruzii-pomogut-razvivat-gastronomicheskij-turizm.html>

გულნარა დიასამიძე, ხათუნა ტაბატაძე
*ასოციირებული პროფესორები, შავი ზღვის საერთაშორისო
უნივერსიტეტი, საქართველო*

ქართული გასტრონომიული ტურიზმის განვითარება რეზიუმე

სტატიაში საუბარია საქართველოს უმთავრეს ღირსშესანიშნაობაზე – ეროვნულ სამზარეულოზე. საქართველოში ადგილობრივი სამზარეულო მკვეთრად განსხვავდება რეგიონების მიხედვით, როგორც კერძების განუმეორებელი ჩამონათვალით, ასევე მათი მომზადების ტექნოლოგიით. ყველა მსურველ ტურისტს აქ სთავაზობენ გასტრონომიულ ტურებს. გასტრონომიული ტურიზმი ახალი და საინტერესო კერძების დაგემოვნების, ფაბრიკების, ფერმების, ღვინის მარნებისა და ქარხნების დათვალიერების საშუალებას გვაძლევს. ასევე, შესაძლებელია წარმოების პროცესის ნახვა და მასში მონაწილეობის მიღება.

Gulnara Diasamidze, Khatuna Tabatadze
Associate Professors, International Black Sea University, Georgia

Development of Georgian Gastronomic Tourism Summary

Our article will discuss one of the main attractions of Georgia – the national cuisine. Georgia has regional differences in local cuisine, its own unique set of dishes, and technologies for their preparation. All interested tourists are offered an appetizing Gastronomic Tour. Gastronomic tourism is not only an opportunity to try new interesting dishes, but also to visit factories, wineries, and farms. Seeing the production and even taking part in it will be interesting not only for gourmets but also for everyone who loves to eat deliciously.

Людмила Беженару

доктор филологических наук, профессор,
Ясский университет им. А. И. Кузы, Румыния

КУЛИНАРНЫЕ АНТРОПОНИМЫ И ТОПОНИМЫ В РУМЫНСКОЙ ГАСТРОНОМИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЕ

Мир, в котором мы живем с раннего этапа развития общества, можно именовать как мир названий. Каждый реальный объект, начиная от самого человека до объектов природы, имеет свое собственное название. Каждое имя собственное несёт в себе историю, и, даже если это *название продуктов питания*, может служить предметом особой гордости и почти сакрального почитания. В гастрономическом дискурсе *кулинаронимы* (т.к. о них речь) относятся к концептам, содержащим названия, национально-культурные слова, конкретные слова или реалии. *Кулинаронимы* являются названием реалий еды, они являются важнейшим элементом любой национальной кухни, берущей свои истоки со времен зарождения народов и этносов. Изучая процесс становления гастрономического искусства, можно точно определить время, когда к названиям кулинарных блюд стали прибавляться топонимы, т.е. начали *привязывать друг к другу кушанье и географическое название местности*. Во многих национальных культурах количество антропонимов и топонимических кулинаронимов увеличивалось не только благодаря именам персоналий, героев книг и сказок, но и большого количества названий деревень и городов, стран, лесов, болот и улиц. Иногда наблюдалось явление ресемантизации, с отрывом слова от культурного феномена. С XVII столетия в некоторых странах Европы блюдам и напиткам давались названия в честь человека, который создавал новый рецепт, или в честь того, кто, например, впервые заказал определенное блюдо или напиток, основываясь на своих вкусовых предпочтениях. Сначала такие блюда получали название с прибавкой имени автора рецепта. Этот шаг позволял индивидуализировать рецепт, и запустил процесс появления блюд с антропонимичными кулинаронимами, как локальный случай психологического замещения.

Каждая национальная кухня олицетворяет быт, уклад, вкусовые пристрастия и религиозные воззрения представителей определенной культуры, что является неотъемлемой составляющей менталитета, именно поэтому в нашем мире существует такое разнообразие гастрономии. Гастрономия – часть культуры. Традиции, связанные с пищей, её приготовлением, употреблением отличают представителя одного народа от другого. Автор статей о французской кухне, Алан Киммель,¹ называет **феномен восхваления и гордости своими гастрономическими традициями**, гастрономическим национализмом и иллюстрацией кулинарного шовинизма. Мы считаем, что национальная кухня, как и национальный язык, является важнейшим способом погружения в культуру иной нации. Национальные блюда являются объектами материальной культуры и представляют собой абсолютные ценности для каждого народа, передаваемые из поколения в поколение. В качестве наименований, т.е. **кулинаронимов**, которые как языковые реалии связаны со становлением и историей национальной кухни, они становятся объектами культуры. **Кулинаронимы** относятся к концептам, содержащим названия, национально-культурные слова, конкретные слова или реалии. **Кулинаронимы** являются названием реалий еды и имеют такие **признаки**, как

- языковой «возраст»,
- словообразовательная способность,
- способность к семантической деривации,
- участие в словосочетаниях и фразеологизмах,
- способность интегрироваться в языковую систему и в национальный литературно-поэтический фонд и взаимодействовать с ними. Определенная часть кулинаромов обладает высоким интегративным потенциалом в языковой системе и отличается длительностью пребывания в ней, имеют соответственно наибольшую лингвистическую ценность.

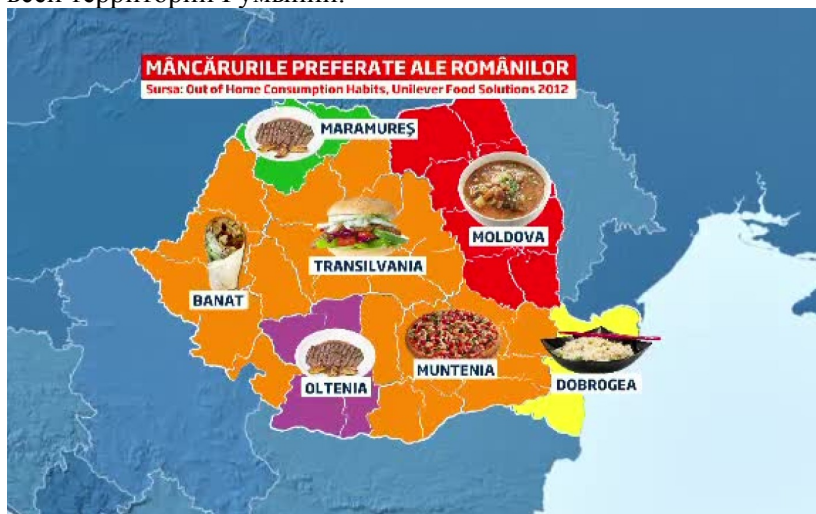
Если кратко охарактеризовать румынскую кухню, можно сказать, что её отличают, во-первых, как регионализм так и

¹ Alain Kimmel, De l'histoire à l'identité, Echos. №77, 1995.

интернационализм, терпимость, уважение и интерес к кулинарным традициям всех народов нашей страны, а во-вторых, стремление к бережному сохранению и реконструкции *кулинарной старины* там, где это практически возможно. **Блюда румынской кухни** впитали в себя многовековые традиции поколений, населявших эти земли: с юга – греческие и римские, с запада – австрийские, французские и немецкие, с севера – русские, польские и украинские. Превратившись в симбиоз этих кулинарных направлений, кулинарная карта страны – это разнообразное и удивительное историческое *едаплато*, на котором восстанавливается репертуар национальных кухонь основных наций нашей страны в том виде, в каком он сложился к началу XX в. Существует и увлечение *кухней-ретро*, в рамках которой в ресторанах восстанавливают старинный или псевдонациональный интерьер, приобретают или имитируют старую столовую посуду, вводят национальные наименования блюд и ресторанов (Hanul lui Manuc, Hanul Dacilor, Hanu' Berarilor, Hanul Muresenilor, Caru' cu Bere, Mahala, La plăcinte, Volta rece, La Conac, La Castel, Casa Moldoveană, Dracula и др.), а также перечень рецептур и технологии наиболее замечательных, оригинальных и характерных блюд румынской кухни, а также наиболее достойные образцы блюд других народов, которые вошли в общую историко-этнографическую и кулинарную современную кухню.

Региональные особенности кулинарного плана издавна были присущи также кухням старых румынских областей: Молдовы, Доброджи. Трансильвании, Марамуреша, Баната, Олтении, Мунтении. Причем они проявлялись в области кухни как в крупных несходствах, вроде различий в технологии приготовления или в наличии в каждой области своих блюд, как и в различиях между одними и теми же блюдами, в различиях часто даже несущественных, но тем не менее довольно стойких. Ярким примером этого служат хотя бы такие распространенные блюда, как *чорбы*, *токутуры*: их сервируют по всей Румынии, но в каждой исторической области имеются свои излюбленные виды этих блюд, свои незначительные различия в их рецептуре, свой внешний вид, свои приемы подачи к столу и т. п. Этой, если можно так сказать, «малой региональности» мы обязаны

возникновением, развитием и существованием до сих пор, например, разных видов токитур (мясных вторых блюд) – *трансильванское* или/и *молдавское* *paŋy tochtitură ardelenescă* / токитурэ арделеняскэ, *tochtitură moldovenească*/токитурэ молдовенеаскэ (копченые колбаски, бекон и мясные кубики, тушенные на медленном огне, в Трансильвании в томатном соусе с вином, чесноком и душистыми пряностями.) Региональные различия, как большие, так и малые, естественно, еще более обогащали румынскую кухню, разнообразили ее. И в то же время все они не меняли ее основного характера, ибо в каждом конкретном случае региональных продуктов обращают на себя внимание отмеченные выше общие черты, которые в совокупности отличают национальную румынскую кухню на всей территории Румынии.



Кулинаронимов в румынской кухне довольно много. Среди них блюда, которые объединяются под одним *общим термином*. Так, например, категория *чорбэ* (**ciorbă**) (первые блюда) включает в себя широкий ассортимент *супов, чорб и борщей* (*supe, borșuri, ciorbe*), чорбы и борщи – с характерным кислым вкусом, которые готовятся с добавлением специальной закваски *бориу* (*borș acru, borș de casă, borș de puțină*): среди самых популярных можно отметить *borș* или *ciorbă țărănească de*

găină (борщ из курицы), ciorbă de pește, (уха) ciorbă de vită, (борщ из говядины), ciorbă de miel (борщ из ягнятины), ciorbă de perișoare (борщ с тефтелями), ciorbă de burtă; (суп из говяжьего желудка), ciorbă de găluște (суп с клецками). Ассортимент национальных румынских супов продолжал пополняться в XX вв. различными видами западноевропейских супов вроде бульонов, супов-пюре, различных заправочных супов с мясом, которые хорошо приживались благодаря любви румын к горячему жидкому вареву: (*supă-crem de ciuperci, de legume, de dovleci*). Точно так же получили место на современном румынском столе и многие супы и борщи разных народов, например венгерские и польские борщи. Отметим, что румыны предпочитают *чорбы*. Мясо активно используется в составе вторых блюд румынской кухни. Его всячески комбинируют, как с овощами, так и с *мамалыгой*, (*mămăligă*), национальным блюдом из кукурузной муки в виде круто сваренной каши, своеобразной «визитной карточкой» страны. Румыны склонны отдавать предпочтение свинине, птице и телятине, хотя, например, баранину очень широко применяют в кулинарии Трансильвании.

Природные условия предопределили образ жизни, способ приготовления пищи, вследствие чего и сформировалась румынская национальная кухня. Это не могло не отразиться на лингвистической стороне (количестве наименований блюд, способы образования кулинарунимов). В названиях блюд и напитков в румынском языке мы обнаружили названия, содержащие *антропонимический компонент* и разные виды *топонимов*. Существуют блюда, названия которых образованы от одного топонима. Часть их имеет мировую известность, но большинство распространено только в конкретной местности. Фактический материал исследования названий блюд и напитков с компонентом-топонимом (62 единицы, которые мы принимаем за 100%) позволяет нам выделить следующие *группы топонимов* в исследуемых названиях:

- названия с ойконимом (название населенного пункта), среди которых преобладают названия с полисонимом (полионимом) или астионимом – (название города);

встречаются ойконимы: *salată a lea Cluj* (Клуж Напока), *ciorbă rădăuțeană* (Рэдэуць), *Lapte Dorna* (Ватра Дорней), *Brâncică/smântână de Făgărași* (Фэгэрашь).

- названия с гидронимом: *salată dunărenă*, (дунайский салат, от *Dunăre/Дунай*) *pește ca-n Deltă*, (рыба как в Дельте (Дуная).
- названия с хоронимом (название большой географической области): *tochitură moldovenească, produse de Bucovina, tobă ardelenescă, slăninuță ardelenescă ș.a.*

В ходе анализа географически маркированных кулинарных можно сказать, что выделяются группы **хоронимов и ойконимов**. Если топоним становится своего рода «языком земли» и не поддается фальсификации, то **кулинароним** является в какой-то мере «голосом жедудка», и пословицы говорят об этом: *ochii văd, inima cere* – глаза видят, сердце просит, *îmi lasă gura apă* – что-то вкусное, аппетитное.)

Чорбэ рэдэуцянэ (*ciorbă rădăuțeană*) – один из самых известных и потребляемых румынских супов, высоко оцененных традиционных препаратов Буковины, региона, называемого *родиной сметаны*. *Чорба рэдэуцянэ* была впервые приготовлена в городе Рэдэуць в уезде Сучава в 70-е годы XX века. Изобрела этот вид супа Корнелия Думитреску, которая добавила тонко нарезанное куриное филе в *чорбэ де буртэ*. Вскоре она предложила рецепт и ресторану, в котором работала. Город Рэдэуць – это одно из старейших поселений Румынии, известное с 15 века, которое датируется 1413 годом в документе, изданном молдавским правителем Александру чел Бун. Суп высоко оценен иностранными туристами, а многие шеф-повара или владельцы ресторанов ввели рецепт в свои заведения.

Румынские **кулинаронимы-напитки** включают категорию крепких. **Țuică** (сливовый бренди) является общим названием крепкого алкоголя в Румынии. В категорию входят *афинатэ* (*Afinată*) – ликер из черники. *вишинатэ* (*Vișinată*) – кислый вишневый ликер. *змеуратэ* (*Zmeurăță*) – малиновый ликер. *муст* (*Must*) – виноградный сок в процессе ферментации, который еще не стал вином. В категорию пивных изделий

входят пиво-кулинаронимы: *Timișoreana* /Тимишоряна (от названия города Тимишоара), *Bere Dobrogeană*, / пиво Доброджанэ (от названия исторической области Доброджа), *Bere de Iași*/ Яское пиво (от названия города Яссы) и др.

В кулинаромы-напитки включают и категорию легких вин – сухих, полусухих, сладких, белых, красных, розовых. Именно румынские вина – самый распространенный и узнаваемый продукт из румынской национальной кухни. Даже изолировано взяв такой узкий сегмент как вина, выборка с географическими названиями получается внушительная – более 200 наименований.

В нашей стране насчитывается более 30 виноградных ареалов, а Румыния занимает 9-е место в мировом рейтинге по площади, выращенной виноградниками, согласно данным Международной организации винограда и вина, и 6-е место по производству винограда и вина в рамках Европейского Союза. 143 винных погребов определены в соответствии с восемью крупными винодельческими регионами: Банат, Кришана, Доброджа, Олтения, Марамуреш, Молдова, Мунтения и Трансильвания.

Наиболее известные румынские культивируемые сорта винограда являются следующие (названия некоторых из них связаны с местностью):

Feteasca Negru / *Фетяскэ нягрэ* – румынский сорт черного винограда. Выращивают по всей стране, а из него получают как красные, так и розовые вина. Их вкус напоминает чернослив и ежевику.

Neagră de Drăgășani / *Черный из Дрэгэшань*, сорт черного винограда, в результате гибрида черных сортов, Из этого сорта получается красное вино с интенсивным цветом и нотками горькой вишни и ягод.

Feteasca Regala/ *Фетяскэ регалэ* – это румынский сорт белого винограда, идентифицированный в начале 20-го века и широко распространенный в настоящее время. Виноград имеет сочную мякоть и приятный и сдержанный аромат, который также можно найти в одноименном (сухом или полусухом) вине.

Feteasca Albă / Фетяскэ албэ является одним из самых ценных и старых румынских сортов, из которых производится сухое или полусухое вино со сбалансированным содержанием алкоголя.

Grasa de Cotnari / Грасэ де Котнарь – еще один традиционный румынский сорт, выращенный на территории ареала Котнарь в течение нескольких столетий. Виноград обычно собирают поздно, получая сладкое вино, подходящее для десерта.

Tămâioasă românească / Тэмъйоасэ ромынеаскэ (румынский ладан) является одним из старейших и самых ароматных сортов винограда, выращенных на территории нашей страны, из которых получается белое, сладкое вино. Сорт встречается в виноградниках местностей Котнарь, Хушь, Дялу Маре и Мурфатлар.

Необходимо отметить, что названия вин зачастую представляют собой *многокомпонентные именные словосочетания*, включающие *название сорта винограда* и *топонимы виноградных ареалов*, плантаций: (**Грасэ** (сорт винограда) **де Котнарь** (виноградный ареал), **Фрынкушэ** (сорт винограда) **де Одобешть** (виноградный ареал)). Семантическая структура значения наименования вина складывается из нескольких компонентов, которые могут выражаться как эксплицитно, так и имплицитно. Интерес для нас представляют наименования вин, в которых отражается их географическая составляющая. Эту схему можно представить следующим образом:

- **Топоним > Винодельческий регион > Название вина**, хотя название вина можно использовать и как *товарный знак* или синонимичное ему понятие «прагматоним»: *Fetească albă de Bucium/Фетяскэ албэ* (сорт винограда) **де Бучум** (виноградный ареал), *Galbenă de Odobești/Галбенэ* (сорт винограда) **де Одобешть** (виноградный ареал).

Следует отметить, что в исследуемых названиях преобладают следующие группы топонимов:

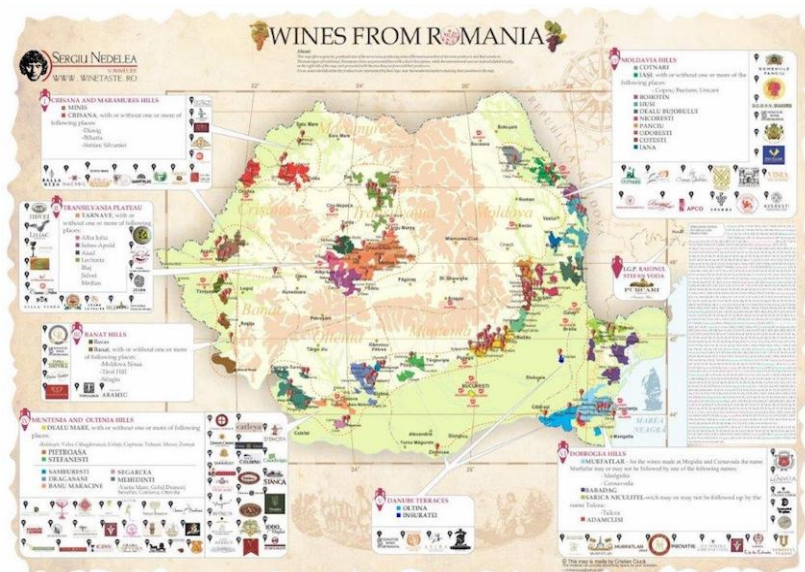
- названия с ойконимом, которые можно отнести как к названию местности, так и к названию винных погребов или винодельческих регионов (*Cotești/Котешть*, *Odobești*

/Одобешть, Bohotin/Бохотин, Ștefănești/Штефэнешть, Nicorești/Никорешть, Drăgășani / Дрэгэшань, Dealu-Mare /Дялу-Маре, Jidvei/Жидвей и др.), носящих название местности: (Aromat de Iași/ Ясский аромат, Galbenă de Odobești /Одобешть, Busuioacă de Bohotin/Бохотин, Negru de Drăgășani / Дрэгэшань и др.).

- названия с хоронимом / винодельческим регионом: Panciu/Панчу, Argeș/ Арджеш, Murfatlar/Мурфатлар, Cotnari/Котнарь).
- Многие названия включают прилагательное *românească* / *румынское*, указывая, таким образом, и на название страны: *Tămăioasă românească* / *Тэмыйоасэ ромынеаскэ*.¹

Harta vinurilor românești / «Карта румынских вин», составленная основателем WineTaste.ro сомелье Серджиу Недея, помогает продвижению культуры вина в Румынии и представляет обновленную информацию о винодельческих регионах, виноградных ареалах и плантациях, о самых представительных румынских сортах винного винограда с краткими описаниям, о производителей вин. Доступная в двух вариантах – на румынском и на английском языках – «Карта румынских вин» является полезным инструментом как для продвижения отечественных производителей, так и для сотрудничества румынского винодельческого сектора с иностранными партнерами.

¹ Mihaela Munteanu Siserman, 2015, Nume de vinuri și de soiuri de struguri românești, Mega, Argonaut, 8, 2015.



Следует отметить, что более 75% румын по-прежнему пьют *домашнее вино/vinul casei*, произведенное в домашних условиях, а премиальные бутылочные вина имеют большой спрос как экспортный продукт.

Количество *антропонимических кулинаронимов* намного меньше, но оно существует. Что касается степени известности персоналий, чьи имена использованы в названиях блюд и напитков, то она разнообразна. В нашей выборке присутствуют как *имена исторических деятелей* (соiас Vîncoveanu / коньяк Брынковяну, по имени правителя Царя Молдовей Константина Брынковяну) и их *кличек* (Дракула), так и *деятелей искусства* – Ион Лука Караджиале – пиво *Nenea Iancu / Няня Янку*. Это пиво было выпущено в 2012 году в «Год Караджиали», по случаю 160 – летия со дня рождения великого драматурга. Ион Лука Караджиале, также известный под литературным псевдонимом „Nenea Iancu”, менее известен как Пивовар. Но в конце XIX века он был известен страстью к этому напитку.

Многие кулинарные антропонимы связаны с именем героя Брами Стокера *Дракулой* и его вампирскими историями. Граф

Дракула – вымышленный персонаж, созданный Брамом Стокером. Он был вдохновлен настоящим историческим персонажем Владом Цепешем. В меню ресторана *Дракула* можно встретить напиток *Sângele lu Dracula / Кровь Дракулы*, и мясное блюдо *Seafă a lea Vlad Ţepeş la tigaie/ Стейк по Владу Цепешу на сковороде*.

География страны, климат, история – все эти факторы отражены в названиях блюд и продуктов. Гастрономия Румынии представлена продуктовым разнообразием её регионов, это прослеживается в названиях блюд и особенно вин. Самыми продуктивными классами онимов для образования названий блюд и напитков в румынском языке являются топонимы (географические наименования) и антропонимы (личные имена людей). Что касается названий с компонентом-антропонимом, то они обладают спецификой прецедентности, поскольку упоминание имен известных личностей создает определенный ассоциативный ряд в сознании носителей языка (*Pâinea lui Ştefan/Хлеб Штефана* разных видов, который ассоциируется с именем Штефана Великого, *Clătite la blid închis „Ana Lugojana”/Блинчики Анна Лугожана*, ассоциируемые с именем одной из дочерей знаменитого лэутара Ники Янку Янковича, символом мастерам города Лугож в Банате.) Если названия вин и блюд еще отражают географический компонент, то антропонимы в названиях блюд почти совсем не представлены. Вместе с тем, историческое наследие румынской кухни, ее особенности и самобытность тесно переплетены с национальными ценностями и гастрономическими привычками румынского народа. Рецепты приготовления блюд передаются из поколения в поколение вместе с многовековой историей нашего народа. Благодаря исследованию гастрономического дискурса, а точнее *имен собственных в названиях блюд и напитков*, можно проследить процесс формирования образов в сознании и мировосприятия нации в целом.

Литература:

1. Drugă Luminița, România Linguistic creativity in naming traditional dishes for fasting vs. non-fasting days, adapted to

Moldavian urban space Universitatea „Vasile Alecsandri” din Bacău.

2. Dumistrăcel S., 2008. Diminutive culinare. Ziarul Lumina, Iași, 13 august. <http://ziarullumina.ro/diminutive-culinare-54659.html> (accesat în aprilie 2021).
3. Munteanu Siserman, M., 2013. Nume de preparate culinare autohtone în perspectiva globalizării (interpretări onomastice și socioculturale). <http://www.diacronia.ro/ro/indexing/details/A23392/pdf> (accesat în mai 2021).
4. Savin P., 2012. Universul din lingură. Despre terminologia alimentară românească. Iași: Institutul European.
5. Mihaela Munteanu Siserman, 2015, Nume de vinuri și de soiuri de struguri românești, Mega, Argonaut, 8, 2015.
6. Șorcaru D., 2006. Stylistic Imprints and Marks of Identity. În Style and Language, Discourse and Literature, vol. IV, Horia Hulban (coord.), 21-23. Iași: Lumen. <http://www.pensiuniapiatraneamt.ro/menu/> (accesat în 23 aprilie 2021).

ლუდმილა ბეჟენარუ

*ფილოლოგიის მეცნიერებათა დოქტორი, დოცენტი,
იასის სახელმწიფო უნივერსიტეტი, რუმინეთი*

კულინარიული ანთროპონიმები და ტოპონიმები რუმინულ გასტრონომიულ კულტურაში რეზიუმე

ნაციონალური სამზარეულო – ეს ნებისმიერი ხალხის კულტურის ფასდაუდებელი ელემენტია. ნაშრომში განხილულია გასტრონომიული კერძები და სასმელები, რომელთა სახელწოდებები წარმოქმნილია მარტივი და რთული ანთროპონიმებისა და ტოპონიმებისგან; შესწავლილია კულინარიული ანთროპონიმებისა და ტოპონიმების წარმოშობა რუმინულ გას-

ტრონომიულ კულტურაში (მაგალითად: Ciorbă rădăuțeană, Varză a lea Cluj, Pânea lui Ștefan, Bere Dobrogeană, Timișoreana, Nenea Iancu, Bere de Iași, Grasă de Cotnari [რუმ.]).

Lyudmila Bejenaru

*Doctor of Sciences in Philology, Associate Professor,
Iasi State University, Romania*

**Culinary Anthroponyms and Toponyms
in Romanian Gastronomic Culture
Summary**

National cuisine is an invaluable element of the culture of any nation. The article considers gastronomic dishes and drinks, the names of which are formed from simple and complex anthroponyms and toponyms. The author examines the origin of culinary anthroponyms and toponyms in the Romanian gastronomic culture. (ex. Ciorbă rădăuțeană, Varză a lea Cluj, Pânea lui Ștefan, Bere Dobrogeană, Timișoreana, Nenea Iancu, Bere de Iași, Grasă de Cotnari, ro).

Елена Медведева

кандидат филологических наук, доцент,
Московский государственный университет, Россия

ГАСТРОНОМИЧЕСКОЕ НАСЛЕДИЕ РЕГИОНА: НОВОЕ ПРОЧТЕНИЕ В КОНТЕКСТЕ ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО МАРКЕТИНГА

В современной конкурентной борьбе отдельных регионов мира, а также внутренних регионов той или иной страны за привлечение внимания потенциальной целевой аудитории – или иначе «потенциальных потребителей территории» (туристов, инвесторов, новых резидентов) – все более важную роль играет территориальный маркетинг, в сферу которого входят вопросы создания привлекательного имиджа региона и его продвижения. Естественно сложившиеся представления о регионе, которыми располагает целевая аудитория, не всегда привлекательны, более того – чаще всего они оказываются достаточно разнородными и/ или противоречивыми, в связи с чем необходимо целенаправленно формировать имидж территории, опираясь на те ее специфические черты, которые могли бы лечь в основу имиджевой концепции.

В этой связи необходимо напомнить, что сформированное в рамках маркетинга понятие «имидж бренда» (brand image), изначально трактовавшееся как «то, как воспринимается марка потребителями» [2, 216], в территориальном маркетинге понималось как «сумма убеждений, представлений и впечатлений людей в отношении <...> места» [4, 205]. В настоящее время принципиально важным становится отличие стихийно сложившегося образа объекта от его имиджа, представляющего собой «целенаправленно формируемый образ (какого-либо лица, явления, предмета), призванный оказать эмоционально-психологическое воздействие на кого-либо в целях популяризации, рекламы и т. п.» [1]. Таким образом применительно к территориальному маркетингу правильнее интерпретировать *имидж* региона и/ или территории как *целенаправленно формируемый и управляемый образ территории, основанный на комплексе ее уникальных характеристик, ассоциаций и атрибутов*. При

этом создание и продвижение имиджа подразумевает под собой в первую очередь информационную и коммуникативную деятельность, т.е. управление информацией о регионе и ее распространение среди потенциальной аудитории.

В качестве основных, влияющих на формирование имиджа территории факторов принято выделять географический, культурный, этнический и исторический (см., например: [3] и др.), в других работах этот перечень, сохраняя общие черты, в деталях оказывается незначительно скорректирован. Представляется однако, что многие российские регионы, занятые своим продвижением, воспринимают данный подход слишком упрощенно и предпочитают строить свои информационные кампании, опираясь на традиционный набор достопримечательностей (природно-ландшафтных, историко-культурных, гениев места и пр.), часто таких, которые уже входят в качестве составляющих в их сложившийся образ. При этом вопрос *о выявлении собственной уникальности, специфических черт, отличающих их от других российских территорий*, нередко остается без внимания, за счет чего утрачивается возможность позиционирования региона и его восприятия потребителем как места, обладающего неповторимым своеобразием. Очевидно, что г. Рязань и Рязанская область по своей региональной идентичности и ценностям не сопоставимы, например, с г. Тверь или г. Костромой и соответствующими территориями, однако в отсутствие сформированного имиджа, акцентирующего их специфические черты, для массовой аудитории эти и многие другие российские города и их окрестности остаются слабо различимыми между собой и сливаются в единое пространство, расположенное в живописных ландшафтах, усеянное ценными и прекрасными памятниками архитектуры, однако довольно единообразное, а потому не слишком притягательное для посещения.

Напротив, многие западные регионы представляют собой территории с сформированным имиджем, с ярко-выраженным «характером», привлекающим целевую аудиторию именно своей «особостью» на фоне остальных: Прованс трудно спутать с Нормандией или Бордо, а Бавария (а также отдельные города этой федеральной земли) явно отличается, например, от Шварцвальда или г. Франкфурт-на-Майне и земли Гессен, хотя

сопоставляемые регионы и располагаются в рамках единых национально-культурных пространств – Франции и Германии, соответственно. При этом необходимо обратить внимание и на то обстоятельство, что наряду с природно-ландшафтными, историко-культурными, промышленными, событийными и иными составляющими имиджей данных регионов их неотъемлемым компонентом является и региональная гастрономия.

Более того, в некоторых случаях именно *гастрономическая составляющая* (интерес территории к собственной кухне, развитие и осовременивание своих гастрономических традиций) *оказывается основой для формирования привлекательности и шире – имиджа региона, становится одним из его компонентов*. В этой связи в первую очередь следует упомянуть, например, Италию, Грецию, Грузию в целом и/ или их отдельные области, где именно региональная кухня стала фактором туристской аттракции и неотъемлемой составляющей имиджа территории. Представляется, что именно эту специфику упускает из вида большинство российских регионов при попытке собственного продвижения. Гастрономический туризм как направление, конечно, постепенно приобретает все большую популярность и в России, однако ставку вновь принято делать на базовые, общепринятые вещи, не связанные с региональной спецификой, с имиджем территории, а потому не способные выполнять «позиционирующую» или хотя бы различительную функцию.

Необходимо отметить, что даже в рекламе, направленной, казалось бы, на информирование потенциальных туристов о самобытности региона и формирование представления о его привлекательности и своеобразии, постоянно звучат общие фразы о «фермерских продуктах», «блюдах национальной русской кухни», «традициях русского гостеприимства» и пр. Так, в презентации «Калининградская область: лайфхаки для путешественников» [7] модератор лишь мельком упоминает гастрономию региона, акцентируя при этом, что местная кухня в силу исторических причин включает блюда всех бывших союзных республик и соседних государств (Польши, Германии), имеет компоненты традиционной балтийской кухни, а в городах Калининградской области можно посетить рестораны итальянск-

кой, немецкой, французской и других национальных кухонь. Иными словами, уникальная специфика региона оказывается утраченной из-за богатства гастрономических предложений и отсутствия собственного «гастрономического лица».

Между тем, представляется, что именно в Калининградской области *гастрономия может и должна стать неотъемлемым компонентом имиджа, основанного* на уникальной связи между культурами прошлого и настоящего на данной территории, *на возможности новой интерпретации прусского наследия в современной русской культуре*. Интересным примером в этом смысле представляется опыт калининградского издательства «Пикторика» и мануфактур Макса Прейса, совместно подготовивших и выпустивших книгу рецептов восточно-прусской кухни «Аппетитная история Прусского королевства» [6]. Уже в предисловии к данному изданию подчеркивается, что *«сегодняшний Калининград ест почти те же продукты, что и позавчерашний Кёнигсберг, – те же, но приготовленные иначе. В этом "иначе", собственно, и состоит кулинарный интерес, который собирается утолить эта книга»*[6, 5].

В качестве источников рецептов традиционных блюд были использованы как классические кёнигсбергские кулинарные книги (например, «Поваренная книга сестер Дённиг»), так и семейные рецепты, сохранившиеся у старых кёнигсбержцев (например, рецепты семьи Брахманн). Однако было бы ошибочно публиковать старинные рецепты для современного читателя, поскольку за прошедшие годы многое изменилось (кухонная утварь и способы приготовления пищи, специфика отдельных ингредиентов, скорость жизни современного горожанина и пр.), а потому для выпуска «Аппетитной истории ...» традиционные рецепты были несколько осовременены, точнее – адаптированы к условиям сегодняшнего дня.

Среди перечня блюд, презентуемых в данном издании, необходимо упомянуть в первую очередь те, которые имеют неповторимый «балтийский акцент» (приготовлены из продуктов региона и связаны с повседневным рационом жителей Восточной Пруссии), например: алленштайнские творожные фрикадельки, чечевичный суп с кровяной колбасой, кёнигсбергские клопсы (мясные и рыбные), куршская ворона, тушёный молодой

угорь, фаршированный лук, бэренфанг, тильзитские вишнёвые вафли, рум-топф. Некоторые из упомянутых специалитетов (например, куршская ворона) скорее относятся к ресторанной традиции, другие являются сезонными (например, рум-топф, готовившийся с мая по сентябрь и подававшийся к Рождеству), но большинство из перечисленных блюд входили в меню среднестатистических семей Кёнигсберга и дают представление об аутентичной гастрономии региона.

Следует отметить, что «Аппетитная история ...» представляет собой не только и не столько собрание рецептов, сколько издание, повествующее о былой, сегодня почти забытой культуре региона: его кулинарных традициях, особенностях ведения хозяйства, бытовом укладе, ресторанном гостеприимстве и т.д. Так, данная кулинарная книга начинается с описания особенностей прибалтийской гастрономии в целом, которое постепенно подводит читателя к специфике кёнигсбергской кухни. Далее каждый раздел с рецептами (Салаты, Завтраки и горячие закуски, Супы и т.д.) предварен историко-культурной справкой, информирующей о причинах появления тех или иных черт, типичных для кухни региона. Раздел «Основные блюда», например, снабжен эпиграфом: «*"Лучшие овощи – это мясо!" – любили приговаривать восточнопрусские хозяйки на кухне, замешивая фарш для клопсов*» [6, 57]. Затем в преамбуле к этому разделу рассказывается о том, что леса Восточной Пруссии изобиловали самыми разными видами дичи – от зубров (туров) и кабанов до тетеревов и фазанов, – отсюда и любовь к мясным блюдам. В регионе активно развивалось и животноводство, что также не могло не сказаться на местной кулинарной традиции.

Внутри каждого раздела содержатся дополнительные вставки культурологического характера о специфических кёнигсбергских феноменах, имеющих отношение к гастрономии, например, о многочисленных вариациях рецептов картофельного салата и клопсов, о ловцах и «кусцах» ворон с Куршской косы, об истории марципана в Кёнигсберге. Все это не только разнообразит содержание кулинарной книги как сборника рецептов, но и позволяет читателю погрузиться в атмосферу старого Кёнигсберга, познакомиться с его бытом и попытаться понять современную идентичность калининградского региона.

Впечатление дополняется и визуальным оформлением издания, в котором использованы как старинные гравюры, фотографии и плакаты начала XX в., так и современные снимки, в некоторых случаях задействующие элементы культуры прежних эпох (например, исторические костюмы и интерьеры). При этом за счет визуального оформления издания оказалось возможно, с одной стороны, приблизить старинные блюда к современности – этому способствует стиль съемки готовых блюд, композиционное и цветовое решение фотографий, отчасти напоминающее снимки для гастрономических аккаунтов в социальных медиа. С другой стороны, выбор в качестве фона для съемки природных пейзажей и городских ландшафтов региона визуально и смыслово объединяет территорию с ее гастрономической традицией. Таким образом, данное издание может стать в определенном смысле образцом для выявления и современной интерпретации гастрономического наследия того или иного региона, обеспечивая, тем самым, основу для презентации уникальности, специфичности территории для потенциальных потребителей.

Подвести итог сказанному хотелось бы с помощью схемы, традиционно используемой в рамках маркетинга коммерческих товаров для иллюстрации того, что влияет на формирование имиджа того или иного объекта [5, 19]. Говоря о регионах, представляется возможным трансформировать данную схему для территориального маркетинга (Рис. 1). При этом ***в набор уникальных характеристик региона*** наряду с природно-ландшафтным своеобразием, богатым историческим прошлым и историко-культурными достопримечательностями, современным стилем хозяйствования и др. ***должна войти и региональная гастрономическая специфика***, поскольку интерес региона к гастрономической традиции, ее развитие и адаптация к современным условиям может стать одной из новых ценностей территории, отдельные кулинарные феномены могут стать узнаваемыми ассоциациями и/или атрибутами территории, а следовательно – способствовать формированию и продвижению привлекательного имиджа региона.

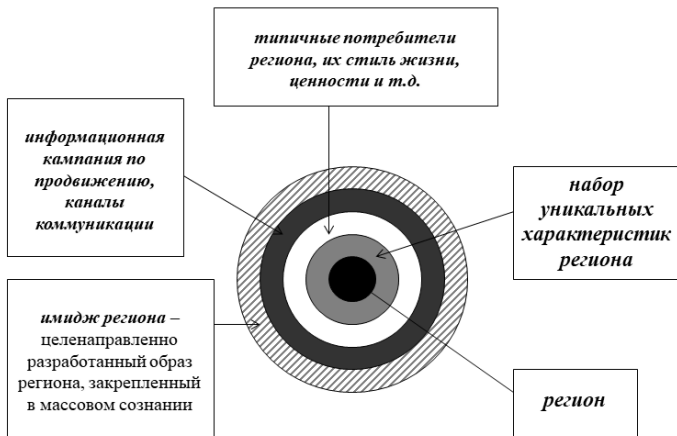


Рис. 1.

Более того, включение региональной кухни в структуру имиджа региона может стать не только одним из дополнительных факторов аттракции для потенциальных туристов. Указанный подход позволит расширить тематику и возможные каналы коммуникаций территории с ее потенциальной аудиторией за счет использования для информационного продвижения с помощью традиционных и новых медиа, чьи интересы лежат в сфере кулинарии, производства и продажи продуктов питания, здорового образа жизни и т.д.

Таким образом, в современных условиях глобализированного мира регионы, вынужденные, с одной стороны, конкурировать между собой за привлечение внимания потенциальной целевой аудитории, а с другой, – сохранять привлекательность и для уже имеющих резидентов, сталкиваются с проблемой выявления собственных уникальных характеристик, способных стать основой для формирования имиджа. Для повышения узнаваемости и туристической привлекательности, создания лояльной аудитории потребителей неотъемлемым компонентом имиджа территории может и должна стать региональная кухня, в т.ч. – старинные гастрономические традиции, чье возрождение и/ или трансформация в

контексте требований дня обогатит перечень достопримечательностей территории и расширит спектр ее ценностей.

Литერატურა:

1. Большой российский энциклопедический словарь. [Текст], М.: Изд. «Большая российская энциклопедия», 2007.
2. Домнин В.Н. Брендинг: Новые технологии в России. СПб.: Питер, 2002.
3. Кирюнин А.Е. Имидж региона как интериоризация культуры. М.: Университет, 2000.
4. Котлер Ф., Асплунд К., Рейн И., Хайдер Д. Маркетинг мест. СПб.: Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2005.
5. Медведева Е.В. Основы рекламоведения. М.: РИП-холдинг, 2004.

Источники:

1. Аппетитная история Прусского королевства: Книга рецептов региональной и восточнопрусской кухни. Калининград: Пикторика Паблишинг, 2017.
2. Калининградская область: лайфхаки для путешественников. <https://zilcc.ru/news/8364.html> (Дата обращения: 5.11.2020).

ელენა მეღვეღვა

*ფილოლოგიის მეცნიერებათა კანდიდატი, დოცენტი,
მოსკოვის სახელმწიფო უნივერსიტეტი, რუსეთი*

რეგიონის გასტრონომიული მემკვიდრეობა:

**ახლებური ხედეა ტერიტორიული მარკეტინგის კონტექსტში
რეზიუმე**

ნაშრომი ეხება რეგიონის მიმზიდველი იმიჯის შექმნისა და პოპულარიზაციის პროცესებს, რომელშიც განსაკუთრებული როლის შესრულება შეუძლია რეგინალურ სამზარეულოს, მათ შორის, ძველ გასტრონომიულ ტრადიციებს. მათი აღორძინება და/ან ტრანსფორმირება დღევანდელობის

მოთხოვნების შესაბამისად შეიძლება გახდეს პოტენციური ტურისტებისთვის ატრაქციის დამატებითი ფაქტორი. უფრო მეტიც, ტრადიციული გასტრონომიული მემკვიდრეობა რიგ შემთხვევებში უნდა განიხილებოდეს როგორც რეგიონალური იმიჯის სტრუქტურის სრულფასოვანი კომპონენტი, რომელიც გააფართოვებს კომუნიკაციის თემატიკასა და შესაძლო არსებს რეგიონსა და მის პოტენციურ აუდიტორიას შორის.

Elena Medvedeva

*Candidate of sciences in history, docent
Moscow State University, Russia*

**Regional gastronomic heritage: a new approach
in the context of place marketing
Summary**

The article deals with the processes of creation and promotion of an appealing regional image, in which the regional cuisine and particularly ancient gastronomic traditions are of special significance. Its revival and/ or transformation in accordance with modern tendencies can become one of the special factors of potential tourist's additional attraction. Moreover, the traditional regional gastronomic heritage could be considered as a component of a full value in the structure of regional image, which gives the opportunities to extend the subjects and feasible channels of region's communication with the potential target audience.

Ilze Garda, Venta Kocere
Latvian Academic Library, Latvia

**THE IMPACT OF DIFFERENT NATIONS AND CULTURES
ON THE DEVELOPMENT OF LATVIAN CUISINE.
THE MATERIALS FROM THE ACADEMIC LIBRARY OF
THE UNIVERSITY OF LATVIA COLLECTION**

The Academic Library of the University of Latvia (founded in 1524) is one of the oldest libraries in Europe, a repository of historic memory, which also forms the contemporary cultural space, provides the base for studies, and serves as an essential source of cultural and historical research implemented by institutes and faculties of the University of Latvia.

The total stock of the Academic Library UL comprises 3.4 million units of information resources. Its collection of manuscripts spans the period from the 13th century to the present day. The Misiņš Library is separate and eminent part of the Academic Library UL, founded in 1885, is the most complete repository of Latvian literature in the world. Its founder is a the prominent Latvian bibliophile and bibliographer Jānis Misiņš (1862-1945).

The Library's information centres are open to new ideas and expand bilateral relations in the fields of education, science and culture, linking Latvia with Austria, Switzerland, Ukraine, Georgia, Azerbaijan, Belarus, Uzbekistan and Kazakhstan. The Interdisciplinary Research Centre has boosted the participation of different scientific discipline representatives in mutual scientific projects.

The Misiņš Library stores a wide range of cookery books issued in Latvia as well as all over the world, they are more than 2000 books publicated in different languages and in different times.

One can consider these cookery books as the historical witnesses reflected not only in meals, food and products of that time, but in culture as well. That allows us to find out more about historical, political and social changes contained several aspects revealed in broad cultural and historical texts.

This is the cultural interaction because cookery books don't say only about the preparation of food but about the cultural interaction and what they gain from each other as well.

The first published cookery book in Latvian was “Tā Pirmā Pavāru Grāmata, no vāces grāmatām pārtulkota” (1795) / The First Cookery Book from German books Translated [1].

The book was compiled and published by Christoph Harder (1747-1818) – he was the excellent personality of the 18th century. Christopher Harder, a priest of the Lutheran congregation, born in Königsberg, was one of the most prominent representative in the sphere of enlightenment in Latvia in the 18th century.

The cookery book surprises with its level of a powerful scope and volume – there are 414 food recipes summarized and translated into the Latvian language from different cookery books’ issues in the German language of that time, one could find a wide range of food recipes there. The book is a bright illustration of the refinement of the “Elegant world” of the Rokoko period, in which every area of life, including culinary, could be transformed into art .

The second cookery book “Latviska Pavāru Grāmata Muižas Pavāriem Par Mācību Visādus Kungu Ēdienus Gardi Vārīt Un Sataisīt” (1796) / Latvian Cookery Book for Cooks on Barons Estate to Teach Them to Cook Delicious Meals for Barons [2] was printed in the Printing House of Johann Friedrich Steffenhagen (1774-1812).

J.F. Steffenhagen writes about the difficulties of “... reading, arranging to pick up very often dispersed pieces from different books properly, reconciling both apparent and real contradictions, giving space and application to the whole, all in so groomed language“ in the introduction of the cookery book (image 2).

The characteristic feature of both cookery books is that the exact amount of products and the duration of preparation are not shown in recipes. The food preparation was still completely depending on the cook’s experience, moreover, the clock in the 18th century’s kitchen had not been introduced yet. The amount of products was determined with the help of words such as a piece, a good piece, a good share (portion), as it is, on request, a little bit, but more correctly it was introduced as a handful, a palm, a bow, a spicy glass, a 100-gramme bottle, a spoon...

Units of measurement such as a pound, a half pound and a quarter of pound were indicated only in few recipes. Words used for cooking time were such as – at a good moment, etc...

The characteristic features of the European cuisine of that time had already steadily entered in the first printed cookery books in the Latvian language in the Baltics of the 18th century. The German surface played a mediating role in this process.

The adopted culinary elements were presented in two ways. The first elements – the oldest-were widespread in the Baltics in the Middle Ages, the second ones – the youngest-were formed in Europe and entered the Baltics at the beginning of the new era in the conditions of the economic, trade and communication expansion.

Cookery books indicated even directly indicated the origin of new dishes, thus attracting more attention to them. The majority of elements were borrowed from recipes of the English cuisine (they were dishes from beef, ram, goose pate, pudding, etc...). Recipes from France were mentioned twice in each cookery book (a ragout, a cake, sausage). Other recipes were with indications of their origin-pork on the Turkish manner, carps – on the Jewish manner, a spanera almond cake, etc....

The Baltic cuisine in general was characterized by sharply expressed social differentiation at the end of the 18th century. Types of dishes of the Western European cuisine included in cookery books were available only to nobles and wealthy townpeople.

Cookery books published in Latvian were mainly intended for chefs of the Latvian national manors until the middle of the 19th century.

The fact that these books were written for the professional audience is evidenced both by an approximate description of ingredients and the preparation process as well.

As well as the fact that images were not used functionally, but performed an illustrative function, representing scenes from the manor kitchens, for example, “Latviska pavāru grāmata” (1851) / Latvian Cookery book. Republished 1863, 1872 [3, image 3].

The book “Jaunā pavāru grāmata priekš Baltijas. Pēc ķēķniecības mākslas jaunākajiem izmēģinājumiem”(1876) / New Cookery book for Baltics written by M. Zale, who was a cook of Van Baron Han was also popular [4].

Books written by legendary Minjona (her real name was Hermīne Zālīte) were published in Latvia at the beginning of the 20th century as well as in the 1920s.

One could find everything what was related to the art of food preparation, as well as an explanation of the effect of the chemical composition of substances on the human body, instructions on the pre-treatment of products, recommendations for drying and marinating fruits, vegetables and mushrooms, salting and drying meat in the book “Minjonas pavārniecības māksla” (1921) / Cookbooks of Hermīne Zālīte Minjona. 1837 recipes included in the edition were not only Latvian dishes, but also masterpieces of foreign cooking. Minjona’s book of 1921 year was republished four times in additional issues, it was a sign of giant Minjona’s popularity [5].

The books “Mājsaimniecība un Pavāru Māksla” (1927) / Household and Chef Art and “Pavārniecības māksla” (1927) / The Art of Cooking were written and published later [6]. One can read Minjona’s books as novels, descriptions of cultural and poetic journeys, a complication of ethical and aesthetic views and beliefs that demonstrates a wide range of mental outlooks.

The compositions devoted to cooking in Latian reflected the German country nobility’s cuisine at the beginning of the 20th century. The most prosperous Latvian towns and countryside began to imitate everything that was seen in manorial houses, the employment of peasants in the kitchens of manors also facilitated that.

Social affirmation took place in the process of rural nobility customs’ imitating. The dishes seen from the nobility were prestigious, but the largest part of recipes included in the Latvian cookbooks were formed later by the recipes borrowed from the German books.

Recipes coming from the German, Swedish, Russian, Polish, Jewish cuisine revealed the Latvian multinational society, history and influenced the formation of the Latvian national cuisine.

Exactly the 30s years of the 20th century could be called the stage of national cuisine’s formation. The growth of agriculture and the development of the middle class pretended to new living standards were carried out in those years.

The level of Latvian general education also increased, the essential importance of the development of the Latvian cuisine was for the spread of housekeeping education.

In particular, the Kaucminde’s Housekeeping Seminar’s graduates not only organized and conducted culinary courses

throughout Latvia, but also wrote cookbooks that met modern requirements.

Authors of cookbooks in that period drew their attention to previous editions pretended to a new type of books, thus the words – new, reformed, modern-appeared in the titles. The main function of new books was usability and usefulness as evidenced in references and instructions: practical, cheap, easy to prepare, etc...

Propaganda served to revive and maintain national ideology through cookbooks. One could achieve that by promoting local products or national dishes. National motifs were mentioned in the table setting instructions, they also were visible in the books' design, for example, the cookbook – Kārlis Siliņš "Tautas virtuve" (1935) / The National Cuisine), [7] Vilma Bērtiņa. "Pavāru grāmata" (1937) / The Cookbook [8, image 4, 5]. International titles were used to diversify the menu in Soviet Latvian cookbooks in order to supplement the culinary repertoire with dishes from the fraternal republic. For example, there were dishes with such titles – shaslik, Leningrad rasolnik, Russian borsch, dumplings, later evoking abstract associations with foreign cuisine – salads in the French style, or a kidney soup in the English style, sauce in the Dutch style, etc...

The first recipe in the cookbook written in 1977 by Valentina Gustava and Ilze Jansone "Pavārgrāmata" (1977) / The Cookbook was of such a dish as Artichoke broth, but banana salads appeared in a few pages further [9]. The cookery books of Latvian cuisine written by Ķina Masiļune "Lielā pavārgrāmata" (1999) / The Large cookbook, [10] etc... were very popular. The diversity of dishes was developed in Latvian gastronomy and cookery in the post-Soviet period. Cookbooks pointed out to the ongoing changes, new products, dishes and new cooking techniques appeared.

Cookbooks did not have a strong structure according to the menu principle as before, an author's personality considered to be much more important, who could be revealed through his/her description of dishes of cuisine.

One can illustrate that in the following books: "Mielasts ar Mārtiņu" (1997) / Feast with Martiņš [11], "Bon appetit! Included in the cookery book written by Raimonds Auškāps (2001) [12], Ilze Jurkāne "Dzīves garša" (2011) / Taste of Life [13], Sandra Kalniete "Prjaņiks. Debesmannā. Tiramisū " (2012) [14] / Spice-cake. In

heaven. Tiramisu. Sandra Kalniete begins her book “Prašņiks. Debesmannā. Tiramisū” with the dedication “To all Latvian women who fed their families despite wars, Sibiria, empty Soviet shops, refugee camps!”

A historian Linda Dumpe, Dr.habil. hist., gives the first reflection on wisdom and joy of beer in her book “Alus tradīcijas Latvijā” (2001) [13]. Beer Traditions in Latvia. This book proposes the author’s opinion about the history of festive drinks in Latvia. Beer and other festive drinks are essential components of human culture. They went through a long and difficult way of development influenced by historical events, economic and other circumstances (image 6).

The book consists of three parts. The first one offers a short review about a history of beer in Latvia: the beginnings of beer distribution, the course of development, the formation of main features. The presentation is based on historical sources-documents and testimonies of contemporaries. The traditional methods and equipment for beer making is described in the second part. Culture of Latvian beer drinking-drinking customs, traditions and the symbolic role of beer in traditions– is described in the third part.

The book “Latviešu tautas ēdieni” (2009) / Latvian National Food written by Linda Dumpe is devoted to an expressive part of the folk cultural heritage– nutrition.

Daily drinks and food left traces in the national fate, lifestyle, customs. Moreover, food is characterized by a special steadiness of traditions-national belonging is expressed with a traditionally laid table.

The book contains memories about Latvian national dishes recorded in different Latvian regions during ethnographic expeditions and stored in the repository of ethnographic materials at the Institute of Latvian History. Descriptions, photographs and drawings are located in a form a wider ethnographic material about Latvian national traditional material culture. The storage descriptions are supplemented with memories about cooking and eating habits which are stored in the Ethnographic Department of the Museum of the Latvian National History.

One can find the information about how the Latvians borrowed the recipes of blueberrie soups, potato pancakes and cabbage-rolls

from the Swedish national cuisine, but fake bunnies, fried liver with mashed potato and puff rye bread-from Germans in the book “Eiropas vēsture latviešu virtuvē” (2017) [15]. The European History in Latvian Cuisine. So, for example, puff rye bread and meat sticks went from Germany, in turn, herring under a fur coat and cottage cheese casserole came from Russia (image 7).

Sweden influenced the Latvian cuisine mostly of western states by bringing cinnamon buns, cabbage-rolls and potato pancakes to the Latvian tables. The aim of the book is to introduce readers what influence different Latvian neighbours left on the Latvian cuisine.

The emphasis is not on dishes that once existed and no one prepares anymore but on those people who passed that down from one generation to another one.

Latvian cookbooks prove the truth that food cooking is Art as well-cooking art, which appealed to many notable and popular people.

Cookbooks represent a set of cultural, historical and social phenomena, not only a gastronomic document.

Literature:

1. Harder C., Tā Pirmā Pavāru Grāmata, no vāces grāmatām pārtulkota. Rubene, 1795.
2. Latviska Pavāru Grāmata Muižas Pavāriem Par Mācību Visādus Kungu Ēdienus Gardi Vārīt Un Sataisīt. Jelgava, 1796.
3. Latviska pavāru grāmata. Rīga, 1851.
4. Zāle M., Jaunā pavāru grāmata priekš Baltijas. Pēc ķēķniecības mākslas jaunākajiem izmēģinājumiem. Jelgava, 1876.
5. Minjonas pavārniecības māksla. Rīga, 1921.
6. Mājsaimniecība un Pavāru Māksla. Rīga, 1927.
7. Siliņš K., Tautas virtuve. Rīga, 1935.
8. Bērņiņa V., Pavāru grāmatā. Rīga, 1937.
9. Gustava V., Jansone I. Pavārgrāmata. Rīga, 1977.
10. Masiļūne N., Lielā pavārgrāmata. Rīga, 1999.
11. Mielasts ar Mārņiņu. Rīga, 1997.
12. Auškāps R., Bon appetit! Raimonda Auškāpa pavārgrāmata. Rīga, 2001.
13. Jurkāne I., Dzīves garša: autobiogrāfiska pavārgrāmata. Rīga, 2011.

14. Kalniete S., Prjaņņiks. Debesmannā. Tiramisū. Rīga, 2012.
15. Dumpe L., Alus tradīcijas Latvijā. Rīga, 2001.
16. Dumpe L., Latviešu tautas ēdieni. Rīga, 2009.
17. Ošiņa S., Eiropas vēsture latviešu virtuvē. Rīga, 2016.

ილზე გარდა, ვენტა კოცერე

ლატვიის აკადემიური ბიბლიოთეკა, ლატვია

სხვადასხვა ხალხისა და კულტურის გავლენა

ლატვიურ სამზარეულოზე.

მასალები ლატვიის უნივერსიტეტის აკადემიური

ბიბლიოთეკის კოლექციებიდან

რეზიუმე

ნაშრომში, ლატვიის უნივერსიტეტის აკადემიური ბიბლიოთეკის არქივების მასალების საფუძველზე, განხილულია ლატვიურ სამზარეულოზე სხვადასხვა ხალხისა და კულტურის გავლენა. აქცენტი კეთდება არა კერძებზე, რომლებიც ოდესღაც არსებობდა და რომლებსაც ახლა არავინ ამზადებს, არამედ იმ ადამიანებზე, რომლებიც ყოველივე ამას გადასცემდნენ თაობიდან თაობას. ლატვიური კულინარიული წიგნები ამტკიცებენ, რომ კერძის მომზადება – ეს არის ხელოვნება და არამხოლოდ კულინარიული ხელოვნება, რომელიც მოსწონდა ბევრ ცნობილ და პოპულარულ ადამიანს. კულინარიული წიგნები არის კულტურული, ისტორიული და სოციალური მოვლენების კრებული და არამხოლოდ გასტრონომიული დოკუმენტი.

Илзе Гарда, Вента Коцере

Латвийская академическая библиотека, Латвия

**Влияние разных народов и культур
на развитие латышской кухни.**

**Материалы из коллекции Академической библиотеки
Латвийского университета
Резюме**

В статье, на материалах из архивов Академической библиотеки Латвийского университета, рассматривается влияние разных народов и культур на развитие латышской кухни. Акцент делается не на блюдах, которые когда-то существовали и которые больше никто не готовит, а на тех людях, которые передавали это из поколения в поколение. Латвийские кулинарные книги подтверждают, что приготовление еды – это искусство, которое нравилось многим известным и популярным людям. Поваренные книги представляют собой совокупность культурных, исторических и социальных явлений, а не только гастрономический документ.

Мария Золотухина

кандидат исторических наук, Российский государственный
гуманитарный университет, Россия

ПРАЗДНОВАНИЕ ДНЯ БЛАГОДАРЕНИЯ В США: ГАСТРОНОМИЧЕСКИЕ ТРАДИЦИИ И НОВЫЕ НАРРАТИВЫ

Самым узнаваемым кулинарным действием в календарном году США является День Благодарения – именно на его примере в статье пойдет речь о сохранении устоявшихся традиций праздника и новых его элементах. В рамках утверждения о том, что традиции (как и нации, государства) конструируются, а соответственно, и воображаются¹, День Благодарения (ДБ) долгое время представлялся универсальным всеамериканским событием, когда все, кто считает себя американцем или стремится к таковому, присоединяются к празднованию – ритуальному семейному пиршеству, центром композиции которого становится фаршированная индюшка весьма внушительных размеров (вполне достигая 10 кг). Помимо собственно ужина, ради которого ДБ превращается в длинные выходные, есть марафон, который именуется индюшачьей пробежкой – turkey trot (зародившейся еще в конце 19 века, но перегнавшей по популярности забеги в честь 4 июля), знаменитый – самым большим в мире и поистине грандиозным – парад магазина Масу в Нью-Йорке и важные матчи американского футбола.

В своем традиционном варианте ДБ весьма четко структурирован, пронизан позитивными эмоциями, связанными с понятиями семьи, дома, страны, удачно сочетая светский и религиозный характер (наименование и основная идея сводится к выражению взаимной благодарности близким, друг другу, судьбе).

¹ Бенедикт Андерсон Воображаемые сообщества Размышления об истоках и распространении национализма. М. Кучоков поле. 2016.

Данная небольшая работа предпринимает попытку рассмотреть элементы нового прочтения классической версии ДБ, воспроизводимого в масштабе всей страны – и с точки зрения кулинарных составляющих, и сопровождающего общенационального нарратива. Источником стали результаты включенного наблюдения, рецепты, представленные в виде кулинарных книг,¹ сайтов, блогов и пр, анализ репрезентаций в медиа. Опираясь, в том числе, и на американские работы по изучению данного сюжета, исследовательский вопрос сводится к тому, каково новое понимание «самого американского праздника» и свидетельствует ли оно скорее о кризисных явлениях или же о процессе обновления.

Для большинства современных американцев практически невозможно установить с переселенцами – пилигримами – не только в биологическом смысле, но и в культурном, этническом, религиозном плане. Изначально, по замечанию антрополога Энтони Уоллеса, речь шла о том, чтобы установить, укрепить и воспроизвести эти воображаемые параллели, увидев некую общую отправную точку² для любых иммигрантов, будто протягивая связующую историческую и культурную нить между ними и первыми поселенцами, чье появление на восточном побережье США и стало основополагающим с точки зрения нации-строительства моментом. Тем самым предлагается валидация опыта всех иммигрантов как настоящих американцев – повторюсь, – уже полагающих себя таковыми или

¹ Cooking Secrets of the CIA/The Culinary Institute of America. 1995: Rosso Julee and Sheila Lukins. The New Basics Cookbook. N.Y. 1989, Rosso Julee and Sheila Lukins The Silver Palate. N.Y. 1982: The Silver Palate Goodtimes Cookbook. N.Y.1985.; Julee Rosso. Great Good Food. Delicious Lower-Fat Cooking. N.Y. 1993; Levin Carrie and Ann Nickinson. Good Enough to Eat. Bountiful Home Cooking. NY 1987: https://www.nytimes.com/subscription/cooking.html?campaignId=6W9RF&ds_c=7170000067126147&glid=CjwKCAjwtdFeBhBAEiwAKOIy55WwF8usiEcH5tWkc3canu26DTOKeU8iH4jLbb_IJda-pOwhQF1rhBoCQN8QAvD_Bw; <https://www.epicurious.com/> Strauss, C. Theory in Social and Cultural Anthropology: An Encyclopedia. 2013, v. 2.

стремящихся к этому.¹ Это достигается при помощи базовых понятий – дома и совместной трапезы: тем самым компенсируется географическая разобщенность родственного клана. Ради Дня Благодарения более 40 миллионов человек перемещаются по стране!² Для неродственников существует и альтернативная версия – с той же идеей совместного приема пищи – *Friendsgiving*.

В своей канонической и в течение длительного времени, казалось бы, неизменной версии ДБ «подавался» как реплика первой (1621г.?) совместной трапезы пилигримов и индейцев. Классическое меню весьма стабильно и включает в самом базовом варианте фаршированную индюшку, картофельное пюре, клюквенный соус и тыквенный пирог (*pumpkin pie*) на десерт. Впечатляют цифры потребления основных ингредиентов – 365 миллионов фунтов индейки каждый год; (интересно, что домашняя ветчина (*ham*) не входит в стереотипное меню, хотя и ее съедают в количестве 77 млн фунтов); картошки – 267 млн фунтов картошки, а 96 млн долларов тратится на приобретение сухарей (!) для начинки,³ у которой есть два названия – *dressing* или *stuffing* в приготовлении которой также используются зеленая часть сельдерея, яблоки, бэкон, орехи, сухофрукты и т.д. К птице подается подливка, приготовление которой весьма непросто и целый ряд гарниров (*sidedishes*), в понятие которого входит и начинка.

Несколько более детальное рассмотрение меню позволяет в нем увидеть некие новые тенденции. Так, обеспокоенность безопасностью еды привела к тому, что обычно запекаемую в полости индейки начинку теперь все чаще рекомендуют готовить в отдельной форме, чтобы гарантировать необходимую термическую обработку.

Из других гарниров весьма сохранными оказалась хлебная «группа» – булочки или кукурузный хлеб, и «оранжевая» –

¹ Counihan Carole. *Food in the USA*. Rothledge. NY 2002. PP, 3-25.

² <https://www.mentalfloss.com/article/29327/really-busiest-travel-day>

³ <https://www.bobvila.com/slideshow/here-s-how-much-of-each-popular-thanksgiving-food-gets-consumed-each-year-52445>

неизменная тыква, оранжевый кабачок (squash) – (их покупают 483 млн фунтов в год), патат (сладкая картошка).¹ Последнее готовится в виде запеканок или суфле. Обычная картошка подается не только как пюре, но и на несколько более изысканный французский лад – в виде гратана (gratin), удобного еще и тем, что его можно запечь накануне. Известно, что подготовка праздничного стола занимает несколько дней и, как правило, предполагает, что родственники или друзья (если речь идет о Friendsgiving) что-то приносят. В одни руки «поднять» подобный стол возможно, но весьма и весьма хлопотно и утомительно. Вместе с картошкой «светлые» блюда включают менее калорийную цветную капусту, а также корень сельдерея (пюре, гратан и пр.).

Более радикальные изменения коснулись «зеленой» части меню. Классическим считалась запеченная зеленая фасоль (green beans casserole) – наиболее универсальный гарнир с точки зрения географического распространения по всей стране. Хорошо известен зеленый горошек, подаваемый с лимонной цедрой, укропом, сливками. Современная версия фасоли предполагает добавление чеснока, лимонного сока, лимонной цедры, орешков. Сегодня в духе культа здоровой и полезной пищи популярна брюссельская капуста, с которой, в принципе, у американцев отношения по принципу любовь-ненависть. Готовят этот непростой продукт весьма разнообразно – карамелизованная с кленовым сиропом/с добавлением чеснока, сыра-пармезан и пр.). Другая модная зеленая еда – кормовая или листовая капуста – kale, ранее не считавшаяся съедобной, а сегодня очень и очень модная.

Несколько изменился клюквенный соус – его все чаще готовят самостоятельно, а не покупают в консервированном варианте. Клюква используется «садовая» – крупная и менее сочная, чем российская. Элегантными добавками в соус стали портвейн, специи, апельсины, вновь модная айва и т.д.

¹ <https://www.bobvila.com/slideshow/here-s-how-much-of-each-popular-thanksgiving-food-gets-consumed-each-year-52445>

Пожалуй, самый неожиданный с точки зрения внешних стереотипов гарнир – макароны с запеченным сыром, знаменитый Mac-n-cheese – любимое лакомство американских детей, вполне внесезонное. На День Благодарения его подают в южных штатах.

По данным опроса организации yougov в масштабах страны, более половины американцев подают начинку и картофельное пюре (картошка особенно типична для центральный и северных штатов), треть – что-либо из сладкой картошки, около четверти – клюквенный соус, хлеб; пятая часть – зеленую фасоль и макароны с сыром, 12 процентов – кукурузу и 8 процентов – салат (и обычный, и фруктовый более характерны для западных штатов).¹

Наиболее типичным десертом остается уже упомянутый тыквенный пирог (по типу флана), в который к тыквенному или кабачковому пюре, сахару, яйцам добавляется темная патока (molasses), специи (корица, мускатный орех, душистый перец, кардамон, анис), иногда Бурбон, сливки/молоко/несладкое сгущенное молоко. Вариаций этого пирога огромное количество, но не так мало их покупают и готовыми (в 2017 г. – 28 млн пирогов²). Другие десерты включают тыквенный чизкейк, различные версии знаменитого американского яблочного пирога (apple pie), реже – пироги по типу кексов – apple cake. Другим классическим десертом является пирог с начинкой из орехов пекан, изготавливаемый уже не с патокой, а с кукурузным сиропом, иногда – с добавлением Бурбона. Почти всегда выпечка имеет выраженный пряный вкус, характерный для осенней кухни.

Вполне ожидаемо, что подобный прием пищи на 1000-2000 калорий сытнее обычного. Большое количество еды остается – именно с Днем благодарения ассоциируются американское понятие остатков – лефтоверы (leftovers), с которыми также существует огромное количество рецептов –

¹ <https://today.yougov.com/topics/food/articles-reports/2019/11/05/what-america-eats-thanksgiving-poll>

² Ibidem.

от супа из индюшачьего остова, в который добавляется уже накрошенная индейка до бесконечных сэндвичей.

Итак, если кулинарная составляющая подвластна моде, в том числе, на здоровое питание, а также идее расширительного толкования меню, о чем будет сказано ниже, но, в целом, остается стабильной, гораздо больше перемен произошло в историческом нарративе, сопровождающим праздник. Один из ракурсов этих изменений – также гастрономический, но в историческом ключе.

Так, можно говорить о гораздо более критическом отношении к фактологической составляющей самого понятия «традиционного меню». Долгое время историки предполагали, что в XVII веке на изначальных праздничных пиршествах ели омаров (лобстеров), мидий, дичь (оленину), кленовый сироп, утятину и гусятину, курицу, рыбу, кукурузу, фасоль, тыквы, морковь, капусту, ягоды, орехи, молоко и сыр, писали даже о воздушной кукурузе. Однако теперь принято задаваться вопросам – так, не ясно, кто готовил еду и кто ее принес. Едва ли могли ловить лобстера – было слишком глубоко, да и ячменя и пшеницы должно было быть мало. Сладкая картошка и обычная картошка также появились существенно позже. Меню, скорее всего, было совершенно иным и точно неизвестно, каким – такие часто упоминаемые ингредиенты, как оленина, дичь, густая каша из кукурузы и тыква сливы, виноград, дыни вызывают большие сомнения. Не факт, что ловили и мидии и угри, так как было бы слишком холодно.

Достоверность рецептов ставится под сомнение в том числе, потому, что трудно говорить о письменных источниках, на которые можно было бы опираться. Так, крестной ДБ считается хорошо известная писательница Сара Джозефа Белл, которая в середине XIX века проводила кампании по популяризации рецептов (она их публиковала, ссылаясь на письма конца XVIII в.), настаивая на институционализации этого нациеобъединительного праздника (произошедшей по инициативе президента А. Линкольна в 1863 г.). Из письма 1779 года Джудианы Смит ее “дорогой кузине Бетси можно составить представление о меню:

Haunch of Venison Roast Chine of Pork
Roast Turkey Pigeon Pasties Roast Goose
Onions in Cream Cauliflower Squash
Potatoes Raw Celery
Mincemeat Pie Pumpkin Pie Apple Pie
Indian Pudding Plum Pudding
Cider
Oysters on the Half Shell
Puff Ball Soup
Olivers, Gherkins, Salted Pistachio Nuts
Fish Souffle, Parisian Potatoes
Roasted Turkey, Oyster Stuffing
Cranberry Sauce
Potato Croquettes, Asparagus Tips
Baked Ham, Champagne Sauce
Spinach
Lettuce, French Dressing, Fried Shrimps
Toasted Water Biscuit
Pumpkin Custard, Cranberry Tart
Fruit
Coffee

Menu No.2.

Oysters on the Half Shell
Olives, Salted Almonds
Roast Turkey, Bread Stuffing
Oyster Sauce
Mashed Potatoes, Peas
Cranberry Jelly, Mayonnaise of Celery
Wafers, Neufchatel
Pumpkin

Fruit
Coffee

Menu No.3.

Tomato Soup
Salted Almonds
Roasted Duck, Potato Stuffing

Baked Macaroni
Chicken Croquettes, Peas
Celery on Lettuce Leaves with French Dressing
Cheese Fingers
Pumpkin Custard
Fruit
Coffee

Из этих меню очевидно использование (но в более поздний период!) не только индейки, но и других видов птицы и мяса, довольно изысканные методы приготовления овощей, смешение традиционного британского плюмпуддинга с индейской версией, отсылка к парижской кухне (в виде суфле, крокетов, соусов, майонеза).

Примерно в это же время, в XIX веке, бостонский издатель Эндрю Янгом опубликовал письмо некоего Эдварда Уинслоу, одного из первых переселенцев, в котором описывалась практика выражения благодарности (около 1621 г.), подразумевавшая, правда, скорее пост и молитвы. Пиршество же фигурировало отдельно. Именно Янг, да и то в сноске, впервые упомянул «Первое Благодарение», и вполне вероятно, что так и произошло конструирование логической связки: — благодарность — индейцы — «наши» мужчины (переселенцы) — дичь — пиршество (feasting).

Заимствование некоторых индейских продуктов питания оказалось почти неизбежным — в том числе, и индейки. В то время, как и омары, и свинина предположительно оставались частыми ингредиентами праздничного стола, в первой половине XIX века лоббисты разведения индеек и соответствующие фермеры оказались успешными в своем продвижении именно этой птицы как главного блюда, что сегодня выражается в восьмимиллиардной индустрии производства индюшатины. Соответственно, речь может идти скорее о капиталистически-прагматичной, а вовсе не духовно-религиозной подоплеке выбора именно индейки в качестве центрального праздничного блюда. Первым основным поставщиком ее в течение четверти века был, по данным газеты Нью-Йорк Таймс, Гораций Воз. В

1947 г. эту роль взяла на себя Национальная Федерация Индейек, доставив на Рождество 47-фунтовую индейку.¹

Одной из самых недавних традиций, связанных с индейкой, является акт прощения птицы действующим президентом страны, (который, тем самым, отпускает ее на волю), институционализированный Дж. Бушем старшим в 1989 году.² Полушуточным упреком звучит недовольство тем, что птица белая, а не настоящая, разноцветная вольная дикая индюшка, сродни тем, что иногда стаями прилетают в американские пригороды и довольно нахально разгуливают по частной собственности.

Индейка – одновременно символ не только того, чем богата американская природа, но и чем пожертвовали индейцы, столкнувшись с переселенцами, и что связывает сегодняшних американцев с пилигримами – будто бы источником настоящей цивилизации. Ни биологических, ни культурных, ни этнических, ни религиозных нитей в большинстве случаев нет. Прежняя версия праздника представляет столкновение переселенцев с Новым миром как его – мира – оцивилизовывание.³ В традиционном историческом нарративе индейцы являли собой модель «инога» для переселенцев, и им – коренным жителям – предлагался образец для подражания. Только так иммигранты и могли установить в течение последующих веков культурную связь, подтверждая положение о том, что Америка – страна иммигрантов и придавая результатам этого перемещения важную валидацию. Для тех, кто считает себя американцем или хочет таковым быть, ДБ дает дополнительный смысл самому понятию Дома – не только с точки зрения эмоциональной значимости семейного гнезда, но и единого Дома – страны, скрепленного общим чувством патриотизма и духовности/религиозности.

¹ <https://obamawhitehouse.archives.gov/blog/2011/11/23/definitive-history-presidential-turkey-pardon>

² Ibidem.

³ Baker J. Thanksgiving% The Biography of an American Holiday. University of New Hampshire. 2009.

Но все же в старом нарративе, при том, что расставлены иерархические акценты (кто на самом деле кого чему в итоге учил), упор сделан на кооперации и сотрудничестве между коренным населением и пришлым, на совместной трапезе, которая, возможно, состоялась в 1621 (а, возможно, и в 1623 году или даже в 1637) г., а совершенно не на том, что это кратковременное перемирие, вероятнее, всего закончилось кровавой расправой над племенем Вампаноагов всего пятьдесят лет спустя.¹ Новое видение праздника требует постоянно говорить о том, что для коренного населения ДБ – тяжкое напоминание о жестоких методах колонизации и истребления общин, не говоря уже о не очень приглядных страницах истории: есть подозрение, что переселенцы, к примеру, воровали кукурузу и разоряли могилы. И вообще, факт совместной трапезы ставится под сомнение именно потому, что уровень взаимного недоверия был весьма высокий.²

Именно в идеологической составляющей и происходят самые драматические перемены. Пасторальные картинки мультяшных персонажей мирно держащихся за руки индейских детей и их сверстников – пилигримов, которыми традиционно украшают классную комнату в детском саду или в школе и которые можно купить в любом магазине, возможность нарядиться в таковых, постепенно остается в прошлом. Позитивный, радужный школьный концепт ДБ не соответствует драматической или даже трагической истории конфликтных отношений между местным населением и переселенцами, которые, к слову, и не называли себя пилигримами. «Мы довели наш выдуманный нарратив до создания национального мифа, который совершенно не соответствует правде...Когда дети наряжаются в индейцев, то становятся чем-то (кем-то) из прошлого, это превращает всю историю в какую-то

¹ Carole Counihan. Food in the USA: A Reader. Routledge, 2002.

² Charles C Mann 1491% New Revelations of the Americas before Columbus. Knopf. 2005.

диснейлендовскую версию»,¹ рисовать индейцев и тем более раскрашивать их головные уборы не политкорректно.²

Итак, помимо индюшки, которую несложно изобразить, буквально приложив и обведя ладошку, и которой легко оставаться центральным символом ДБ, причем не только в школе, приоритет отдается более нейтральным символам – рогу изобилия cornucopia (все же, это праздник урожая), декоративным тыковкам gourds, кукурузе. Хотя новые детские (школьные) стандарты отличаются от штата к штату (причем, скорее всего, намеренно), общий акцент сводится к тому, чтобы рассказывать детям, как вообще празднуется выражение благодарности, что такое праздник урожая в других культурах.³

Согласно новому видению праздника, мифологизация и тривиализация ДБ означает стирание истории коренных народов, так называемое отбеливание (whitewashing) и уменьшение степени насилия, которое применялось в их отношении – в результате возникают неприятные ассоциации, унижающие меньшинства.⁴ Происходит так называемое «коламбусирование» истории (приписывание всего значимого и положительного Христофору Колумбу и последствиям его открытия Америки) и пишется история расизма, геноцида и жадности (некоторые считают ДБ поводом для скорби – сравнивая его с Холокостом). Конечно, тональность разговора о нем принципиальна иная – это обсуждение неприятной правды, значимости во всех смыслах, не только, радужных, и поводов для благодарности.⁵

Еще одна претензия – культурная апроприация меню – «заимствование или использование вещей, принадлежащих не

¹ <https://edition.cnn.com/2019/11/26/health/thanksgiving-for-kids-parents-guide-parenting-wellness-strauss/index.html>

² <https://www.naspa.org/blog/rethinking-thanksgiving-critically-examining-an-american-tradition>

³ <https://www.npr.org/sections/ed/2015/11/25/457105485/how-to-talk-to-kids-about-thanksgiving&>

⁴ <https://www.smithsonianmag.com/blogs/national-museum-american-indian/2019/11/27/do-american-indians-celebrate-thanksgiving/>

⁵ <https://www.bustle.com/p/6-thanksgiving-traditions-its-time-to-stop>

вашей культуре, особенно в том случае, когда не демонстрируется понимание или уважение к этой культуре»,¹ той самой триады кукуруза, тыква, фасоль. Идет речь о присвоении декора, использовании сакральных элементов культуры для удовольствия (just for fun); упрощении культуры индейцев: ведь среди 573 (563?) официально признанных на сегодня племен есть очень и очень разные практики.² Происходит некорректная культурная репрезентация — так не одевались каждый день.³

Неслучайно издание знаменитого журнала Vogue для подростков снимает в 2017 г.⁴ провокативный ролик — согласно его описанию, «разрывающее сердце видео о том, что на самом деле произошло во время дна благодарения» с участием девушек индейского происхождения, которые сначала говорят о своей идентичности, о том, с чем для них связан этот день, рассуждают о своих причинах быть благодарными. Заканчивается видео весьма драматически: девушки переворачивают стол вверх ногами. В этой метафоре сконцентрировано то, что происходит последнее время в изменении исторического нарратива.

Итак, факты и мифология переплетены так же сильно, как и картофельное пюре с подливкой. Столь же сложно в их отделись друг от друга. Каждый год обязательно появляются

¹ <https://dictionary.cambridge.org/ru/%D1%81%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%80%D1%8C/%D0%B0%D0%BD%D0%B3%D0%BB%D0%B8%D0%B9%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9/cultural-appropriation> Не имея возможности более подробно освещать этот вопрос, следует оговориться, что это — не единственный взгляд на культурную апроприация — см Young, James. Cultural Appropriation and the Arts. Cultural Appropriation and the Arts. 2008. 10.1002/9780470694190.

² <https://medium.com/age-of-awareness/decolonizing-thanksgiving-a-toolkit-for-combatting-racism-in-schools-5d4e3023a2f8>

³ <https://vermont.momcollective.com/2016/11/20/cultural-appropriation-racism-t-hanksgiving/>

⁴ <https://www.teenvogue.com/story/native-american-girls-describe-the-real-history-behind-thanksgiving>

новые уточнения и опровержения старой версии ДБ.¹ Постепенно снижается роль празднования пира в смысловой связке с установления мира.² Но несмотря на все вопросы и дебаты, ДБ продолжает высоко цениться, и некая особая трапеза почти повсеместно признается заслуживающей всех усилий и споров, с этим днем связанных.

Одним, хотя и неоднозначно приветствуемым способом создать новый нарратив является расширительное толкование меню, включающее блюда/традиции иммигрантской кухни:³ это может обеспечить дополнительную красоту разнообразия, смешение традиций «прямо на тарелке» и с большим трудом заработанное чувство благодарности – тем более, что иммигрантские ворота Остров Эллис (Ellis Island) в Нью-Йорке – такой же символ Америки, как и Камень Плимута (Plymouth Rock). Другая «сильная сторона» ДБ – в том, что этот праздник никогда не был истинно коммерциализирован – при всем том, что определенная степень избыточного украшательства и декорирования происходит и сегодня. Помимо всего прочего, ДБ является и важнейшим социокультурным императивом среднего класса – и какие бы важные и болезненные споры ни проводились вокруг переосмысления нарратив, интернализированным настолько, что отказ от его соблюдения почти невозможен. Это прекрасно продемонстрировала осень 2020 года, когда даже несмотря на строгие ограничения в связи с пандемией, праздник состоялся.

Итак, нарратив стал гораздо более сложным. Но это не означает, что День благодарения будет «отменен» в рамках культуры отмены (cancel culture) с точки зрения сохранения традиции. Ожновременно и чувствительный момент прошлого, и точка отсчета будущего он – «эмоционально трудный, сумасшедший, эмоционально заряженный, требующий много дней

¹ <https://www.nytimes.com/2017/11/21/us/thanksgiving-myths-fact-check.html>

² Baker, James W. Thanks giving: The Biography of an American Holiday. New Hampshire, 2009.

³ <https://www.oprahmag.com/life/food/a30000349/korean-american-thanksgiving-tradition/>

на подготовку, ни на что не похожий, с элементами китча, сложный день, когда трудно говорить о правде...»¹ Но «так или иначе, это то самое время, когда осознанно или нет, люди готовят преимущественно блюда «коренного» происхождения – индейку, кабачки, клюкву. Все это и представляет коренные народы Америки. ...Да, это одна из самых больших «лжей» в американской истории, но рассказывают ее за праздничным столом».²

მარია ზოლოტუხინა

*ისტორიის მეცნიერებათა კანდიდატი, რუსეთის
სახელმწიფო ჰუმანიტარული უნივერსიტეტი, რუსეთი*

მადლიერების დღის აღნიშვნა აშშ-ში: გასტრონომიული ტრადიციები და ახალი ნარატივები რეზიუმე

ისეთი მოვლენები, როგორებიცაა კალენდარული დღესასწაულები და გასტრონომიული პრაქტიკა, წარმოადგენენ ძლიერ სოციოკულტურულ რესურსს და დიდი ხანია მეცნიერების ყურადღებას იპყრობენ, მაგრამ პანდემიის პირობებში მათ ახალი იმპულსი შეიძინეს. ამერიკის შეერთებული შტატების მაგალითზე ნაშრომში განხილულია დიდი ხნის სადღესასწაულო კულინარიული ტრადიციები და მათი ახლებური გააზრება. ამ დისკურსში დიდ როლს თამაშობენ მიგრანტების ინტეგრაციის საკითხები, კულტურული აპროპრიაციის თემა, ახალი ისტორიული ნარატივების შექმნა და ძველის რედაქტირება.

¹ <https://www.smithsonianmag.com/blogs/national-museum-american-indian/2019/11/27/do-american-indians-celebrate-thanksgiving/>

² https://www.washingtonpost.com/lifestyle/food/this-is-not-a-trend-native-american-chefs-resist-the-columbus-of-indigenous-foods/2017/11/21/a9ca5be6-c8ba-11e7-b0cf-7689a9f2d84e_story.html

Maria Zolotukhina

*Candidate of Sciences in History, Russian State University for the
Humanities, Russia*

**Celebrating Thanksgiving Day in the U.S.: Gastronomic
Traditions and New Narratives
Summary**

Events such as calendar holidays and gastronomic practices are a powerful sociocultural resource and attracted the attention of science many years ago, but in a pandemic era they have gained new momentum. The paper is oriented on the example of the United States holidays and discusses culinary traditions and their new understanding. The issues of migrant integration, the topic of cultural appropriation, the creation of new historical narratives and the editing of old ones play a big role in this discourse.

Маргарита Любарт

кандидат исторических наук, доцент. Старший научный сотрудник Центра европейских исследований Института этнологии и антропологии РАН, Россия

КУЛИНАРНАЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ КАК СОСТАВНАЯ ЧАСТЬ ТУРИЗМА БРЕТАНИ (ФРАНЦИЯ)

Находящийся на самом западе Франции историко-географический регион Бретань является сегодня одним из самых привлекательных направлений внутреннего и внешнего туризма, а также довольно давние традиции в этом отношении. Некогда это был один из самых модных морских курортов Европы, «открытых» французской аристократией, а затем ставший к концу XIX в. излюбленным местом отдыха и творчества французских художников и писателей. Интерес к Бретани возник в немалой степени на волне романтизма, интереса к кельтской истории, самобытной культуре и традициям этого края, а также удивительно красивой природе этого полуострова, далеко выдающегося в Атлантический океан.

В начале XX в. появился интерес и к гастрономии региона, что было связано с общим ростом внимания к вопросам кулинарии и развития национальной кухне во Франции. Однако на тот момент кухня Бретани имела отнюдь не лучшую репутацию — на фоне утонченной и рафинированной общепольской французской кулинарии она выглядела как весьма непритязательная — тяжелая, довольно жирная, — словом, крестьянская. Блины из гречневой муки да прибрежные ракушки считались ее символами [8, 5].

Такое представление о бретонской кухне сложилось не случайно. Бретань в те времена не могла похвастаться кулинарным разнообразием, в первую очередь из-за небольшого выбора продуктов, которые давала ее земля. Почвы, климат, старинные способы ведения сельского хозяйства на полуострове не способствовали ни разнообразию выращиваемых культур, ни большим урожаям. Основу питания населения составляли блюда из зерновых — каши, похлебки, блины, в особенности на основе

гречихи, одного из немногих растений, вызревавших в местных условиях. Издавна здесь выращивали свиней, мясо которых потреблялось в разных видах, было относительно развито молочное животноводство, самым известным продуктом которого было знаменитое в стране бретонское сливочное масло. Для прибрежного населения имело значение прибрежное собирательство и (в меньшей мере) морской промысел. Из фруктовых пород деревьев получило развитие выращивание яблок и производство местного сидра, который сегодня является одним из главных кулинарных символов Бретани [см. об этом подробнее: 1, 2].

В общем, на начало и даже первую половину XX в. гастрономическая культура этого региона, имевшего также, наряду со всей своей исторической и природной романтичностью, репутацию довольно бедного, депрессивного региона, несмотря на древность и наличие некоторых авторских блюд не могла сравниться с развитой уже к тому времени кухней французской.

Так было еще в первой половине XX в. Но индустриально-аграрная модернизация и новые технологии сельхозпроизводства, развитию которых уделяли большое внимание в послевоенные десятилетия, многое изменили в кулинарных возможностях Бретани, которая стала поставщиком замечательных овощей, фруктов, клубники, морепродуктов, известном на всю страну и даже гораздо шире. Задача создать в регионе привлекательную кулинарию в том числе и в туристических целях, была поставлена в 1960-е годы, и она была, на мой взгляд, весьма успешно решена. Формирование современной бретонской кулинарии, опиралось, собственно говоря на те же идеи, благодаря которым в XIX в. активно создавалась французская национальная кухня – это сбор различных (достойных внимания) кулинарных рецептов, как в своей стране, так и за рубежом, и активное, творческое развитие рецептов. Французская кухня формировалась как на основе собственных кулинарных традиций, заимствований, и творческого кулинарного поиска, творчества больших мастеров кулинарии. Нечто похожее происходит и в Бретани.

Сегодня значение туризма довольно велико для экономики региона: «Туризм в Бретани привлекает около 13 миллионов посетителей в год». Он является также важным сектором

экономики региона, давая около 10% ВВП региона Бретань, и предоставляя занятость почти 70 тысячам человек [11].

А бретонские рестораторы уже вполне обоснованно заявляют: «Хватит считать, что в Бретани не существует ничего, кроме блинов! Йодированная свежесть устриц, нежное мясо только что обожженного гребешка, хрустящий куань-аманн,¹ божественный блинчик с карамелью из соленого масла, чашка игристого сидра, идеально спелая клубника из Плугастель, гречневый виски /.../. Бретонская кухня вызовет у вас аппетит благодаря широкому спектру вкусов суши и моря. Благодаря местным и сезонным продуктам каждый обязательно найдет что-то, чем можно полакомиться, и пережить моменты наслаждения изысканной кухней, которые останутся в памяти» [3]. В последние годы в Бретани, кроме обычного туризма появились и новые туристические практики – функционируют специальные маршруты «Сидровый путь», «Клубничный маршрут», и т. д. , которые предполагают и посещение специальных музеев, плантаций, дегустацию и т. д.

Те отзывы, которые можно сегодня услышать и прочесть на разных сайтах Интернета, явная туристическая и теперь уже и гастрономическая привлекательность региона, а также мой собственный опыт знакомства с бретонской кулинарией во время поездок в регион в течение ряда лет, позволяет утверждать, что современная бретонская кулинария пользуется любовью и спросом не только местного населения, но и многочисленных гостей.

Заметим, что позиционирование отеля или ресторана как заведения, где предлагается «традиционная бретонская кухня» пользуется популярностью. На волне развития гастрономического туризма, многие гости региона хотят ее отведать. Что же предлагают сегодня бретонские рестораны и кафе в качестве бретонской кухни? Что является сегодня ее наиболее характерными, знаковыми блюдами, какую роль играет традиционная основа в бретонской кулинарии в наши дни?

¹ Характерный бретонский пирог, считающийся одной из главных достопримечательностей региона.

Заметим сразу, что заведения, предлагающие «бретонское меню» сегодня отчетливо делится по ценовым сегментам. В местных ресторанах высокой ценовой категории, – а 44 ресторана Бретани на 2021 г. удостоены звезд Мишлена [3] часто предлагаются блюда местной кухни, 24 из них предлагают бретонскую «традиционную кулинарию». Это часто рестораны, находящиеся в одном комплексе с небольшим отелем (так называемые ресторан-отели), ориентированные на людей, намеревающихся отдохнуть и получить удовольствие от пребывания в Бретани, моря и пляжей, береговых пейзажей, местечек и старинных бретонских городов. И, конечно же, – насладиться вкусом местной кулинарии. В качестве таковой предлагается довольно изысканные блюда из местных морепродуктов – различных моллюсков и ракообразных – омары, устрицы, гребешки, лангусты, и др., много сортов морской рыбы местного улова (сардина, тунец, скумбрия, хек и др.) – результат развитой ныне моредобычи. «Fruits de mer» – дары моря, – продукты, относящиеся к разряду деликатесной, гурманской еды, притом – что существенно – самой свежей кондиции, являются одной из «визитных карточек» Бретани. В силу своей специфики морепродукты потребляются иногда и без сложной кулинарной обработки, а порой и просто в сыром виде, поэтому считать их принадлежностью собственно бретонской кулинарии можно с тем же основанием, что и частью кулинарии любого другого сходного по природе приморского региона. Тем не менее во Франции они считаются символом бретонской (местной, региональной, традиционной) кухни, местным «специалитетом».

В качестве «антрэ» (закусок) в меню таких ресторанов фигурируют, например, следующие: мясо крабов, эмульсия рыбного супа и устричный крем, крылышко луча, малиновый уксус и мусселин из сельдерея (ресторан «Côté Mer»); обожженная на огне скумбрия, хек холодного копчения, копченые морепродукты (*fumée de mer*) с цитрусовыми, мидиями и резанными овощами; тартар из тунца (рест. «Ar Milin», г. Шатобур); фаршированные ракушки (*coquillages farcis*); устрицы (знаменитые местные *huitres creuses n°3 de Cancale* «St Kerber»); свежевывловленные лангустины; севиш из гребешков Сен-Жак

(ceviche de Noix de St Jacques); крабы (рест. «Le Galopin», г. Ренн); кромески из лангустинов с кремом из миндальной фасоли; гаспачо их диких креветок с базиликом; морские гребешки; суп из лобстеров (рест. «L'Hortensia», Noyal), и т. д. [5; 4; 6; 7].

Основные блюда здесь могут быть рыбными, но чаще это кушанья из мяса, которые скорее можно отнести к общефранцузской и европейской кухням, например: отбивная из мяса поросенка; куриная грудка «конфи»; эспума (мусс) с картофелем и розмарином (рест. «Ar Milin»); филе на гриле с соусом из пряных трав, омаровым маслом и сезонными овощами; говядина, обжаренная на оливковом масле с лимоном, пюре из ратта с трюфелем; телятина по-французски и хрустящие медальоны из сладкого хлеба со свежей трюфельной пастой; жареная печень с грибами, конфи из лука-шалота с бальзамическим уксусом, картофельное пюре и чеснок (рест. «Le Galopin», г. Ренн) [6].

Изысканные блюда из местной баранины – («agneaux de prés salés» – молочные барашки, возвращенные на заливных морских лугах), андулемские колбасы, паштеты и пасты. Блюда из птицы – индейки и цыпленка – продукция, производимая местными фермерскими хозяйствами, получившими развитие в последние лет 50, и уже получившие признание в стране.

Сегодня одна из кулинарных особенностей Бретани – отменные овощи – за последние 70-80 лет регион стал своеобразным «огородом» Франции, здесь выращиваются особые, весьма ценные сорта овощей – знаменитая нантская морковь, ряд сортов лука, так любимого во Франции, спаржа, фасоль, и многие другие, среди них – завезенные недавно артишоки – стали настоящей маркой бретонского овощеводства. Все это в качестве гарниров в свежайшем виде и с отменным вкусом представлено в виде гарниров и отдельных блюд. В последние десятилетия появился еще один региональный бренд – клубника из Плугастеля, крупная и вкусная. Она подается в самых разных вариациях – свежая, в составе разных десертов, в качестве начинки пирогов, пользуются популярностью и клубничные ликеры.

Таким образом, получается, что меню дорогих ресторанов в качестве бретонской кухни предлагают посетителям отнюдь не блюда, основанные на традиционных рецептах (как каши похлебки и т.п.), но блюда из местных (свежих, обладающих неповторимым местным вкусом) продуктов. Бретонской кухней в таких ресторанах называется по сути дела продукция творчества шеф-поваров, имеющих скорее некоторые «бретонские кулинарные акценты», чем традиционную кулинарию в прямом смысле слова. Создаваемые профессиональными кулинарами блюда ориентированы на изысканность и утонченность, высокие вкусовые качества пищи, отвечающие взыскательному вкусу современных людей.

Почти во всех ресторанах Бретани местная кухня представлена не исключительно из бретонских блюд, меню включают и собственно французскую и европейскую кухню, но иногда ставятся «бретонские» акценты, ряд очень характерных черт, позволяющих отличать ее от кулинарии других французских регионов. К их числу относится использование традиционных продуктов и специфика вкуса. Среди продуктов, придающих особый узнаваемый вкус, добавление «черной» гречишной муки при приготовлении соусов, широкое употребление сливочного масла, которым так славится этот регион. Причем особенностью местной кулинарии является использование бретонского *полусоленого сливочного масла*, придающего особенный вкус многим изделиям, включая не только блины, пирожные и пироги, но даже конфеты, знаменитую бретонскую карамель, жидкие и полумягкие соусы, бутербродные пасты и т.д.. Полусоленое масло здесь порой добавляют и в блюда других кухонь, в рецепты, которые этого изначально не предполагали. Например, в Бретани можно встретить парижские эклеры с бретонским соленым маслом, подливы и соусы из него к французским и иным блюдам. Это придает блюдам новое, «бретонское звучание» и весьма соответствует местному вкусу.

Так называемый бретонский традиционный компонент не является ни доминирующим, ни даже сколько-нибудь особо выделяемым или заметным в бретонских ресторанах мишленовского уровня. А «свежесть местных продуктов, простота и

вкус», стали главными характеристиками этой региональной кухни [5; 6].

Заведения общественного питания, где предлагается «традиционная бретонская кулинария» весьма разнообразны и по своему интерьеру, в решении которого могут присутствовать традиционные элементы, но в большинстве случаев для ресторанов характерно современное, стильное, отвечающее сегодняшней моде решение.

Бретонская кулинария в среднем сегменте общественного питания представлена по-иному, чем в более дорогих заведениях. Характерных традиционных бретонских блюд здесь можно встретить гораздо больше, самыми распространенными из них являются блины – галеты (*galettes* – блины из «темной» гречневой муки) и крепы (*crêpes* – из белой пшеничной муки). Блины являются сегодня главным и наиболее характерным, символическим блюдом бретонской кулинарии. Будучи одним из самых «укорененных», основных элементов бретонской системы питания, блины за долгие века приобрели целый ряд «культурных коннотаций», оказались «прочно включенными» во многие народные практики, обычаи, ритуалы, поверья. Не удивительно, что сегодня они получили еще и некое символическое значение, став своего рода «кулинарными маркерами» Бретани [1; 2; 10].

Меню бретонских кафе и креперий (блинных) порой насчитывают десятки разновидностей блинов (галет и крепов), от «классических вариантов», – блина из гречневой или пшеничной муки с маслом, до большого разнообразия блинов с самыми разными добавками и начинками. В качестве таковых для гречневых блинов выступают разные продукты и их сочетания. Среди них – прежде всего зеленый салат, тонко нарезанные кусочки окорока, яйцо, сыр, бретонская колбаса, тонкие ломтики сала, грибы, томаты, тунец, шпинат, орехи, а также различные соусы, в том числе луковый и др. Начинкой «темных блинов» реже могут служить также фрукты – лимон, банан, ананас. В числе блинов из темной муки выделяется так называемый «крестьянский блин» с начинкой из яйца, сыра, картофеля, сала, тонко нарезанного зеленого салата. Среди

большого разнообразия появился и самый характерный вариант, ставший практически постоянным в меню разных креперий, – так называемый «компле» – блин (из гречневой муки) с тертым эментальским (или грюйером) сыром, ломтиком ветчины и яйцом внутри. В списке блинов из гречневой муки есть и «специальные» блины разных местечек Бретани, которые различаются прежде всего своим «содержимым» [1, 120-121].

Начинки пшеничных блинов – в основном сладкие. Это лимон с сахаром, различные конфитюры (клубничные, абрикосовые, черничные, апельсиновые, ассорти и т.д.), различные виды черного и белого шоколада, часто с добавлением фруктов или орехов, в том числе кокосовых орехов, пралинэ, меда, иногда в сочетании с орехами или лимоном, различные кремы, в том числе из каштанов, и, наконец, «подожженные» блины с фруктовой начинкой (банан, ананас, груша, карамелизированное яблоко). Особой любовью пользуются блины с карамелью, приготовленной на бретонском соленом масле. «Сладкие блины» в бретонских кафе едят и с мороженым. Иногда меню креперий имеет разделы блинов для гурманов с изысканным содержимым, состоящими из нескольких элементов.

Для сладкой кулинарии Бретани также весьма характерны пироги. Существует несколько основных их видов, а также производных, самыми распространенными из них являются, пожалуй, «*Gâteau breton*» (фр. – «бретонский торт», или «бретонский пирог») – круглый мягкий торт с золотистой корочкой, на котором вилкой делаются характерные насечки; «*Бретонский пирог*» (“*Far breton*” – фр. “*farz fourn*” – брет. – «пирог, испеченный в печи»); *Kouign amann* – (“*масляный пирог*» (брет.) из Дуарнене. «Куинь аман» существует не только в виде большого пирога, но и в виде небольших круглых пирожных, главной особенностью которых является карамелизированная корочка сверху и нежное слоеное тесто внутри. Еще один из популярных бретонских пирогов – масляный бисквит «*Quatre quart*» – в переводе с французского значит «четыре четверти». По всеобщему признанию, это самый простой из всех бретонских тортов. Его название, собственно, и

говорит все о его рецепте: в нем равных пропорциях участвуют четыре ингредиента – мука, сливочное масло, сахар, яйца.

Несмотря на свой ценный вкус, пироги – скорее популярны для кофеен, а также покупаются для домашнего потребления. В ресторанах и кафе в качестве десертов чаще можно встретить

блинчики и творческие изыски современного поварского искусства. Весьма характерным «бретонским элементом» в них являются местные яблоки и популярная соленая карамель на сливочном масле, – один из местных «специалитетов» [7; 9]. В ресторанах и кафетериях довольно часто, а иногда и в крепериях, можно встретить и «ниниши» – конфеты из карамели на соленом сливочном масле. Бретонская карамель, с характерным солоноватым вкусом, признана частью культурного наследия Бретани и Франции (также, впрочем, как и знаменитое бретонское сливочное масло), а производимые на базе этой карамели конфеты – «ниниши» – считались в послевоенные годы и долгое время потом лучшими конфетами Франции. Рецепт нинишей был создан в 1946 г. кондитерами из г. Киберона Ивонн и Раймон Одебер, которые увековечили «ноухау» бретонских бабушек. Ниниши – карамель в форме длинных палочек (около 15 см), которая имеет много разновидностей, в зависимости от тех фруктовых эссенций, которые в нее добавлены. Таких фруктовых ароматов насчитывается около 50,– это вкусы абрикоса, ананаса, банана, черной смородины, вишни, лимона, клубники, малины, ямайского апельсина, и мн.др. Кроме того в карамель добавляют миндаль, лесной орех, грецкий орех, фисташки, шоколад, лайм, апельсин, кофе, пралине, кокос, мяту и др.

Заметим также, что бретонские элементы в интерьере более характерны для заведений среднего ценового сегмента. Люди обращают внимание и на внешний и внутренний декор креперий, важно, чтобы он был симпатичным. Однако, заметим, что многие большие и малые креперии имеют в своем убранстве чаще всего лишь отдельные элементы, отсылающие к традиционной культуре или символике. Это могут быть бретонские черно-белые флаги, характерные спиральные

завитки и другие элементы традиционного орнамента, изображение горносталя — одного из символов Бретани, что-то из традиционной утвари или посуды, или просто элементы стиля «рустик». Иногда креперия оформлена в современном стиле с каким-то элементом незамысловатого рисунка, например со стилизованным силуэтом девушки в традиционном высоком бретонском чепце.

Бретонская кулинария доминирует в самой демократичной сфере общественного питания — фаст фуде (стритфуда) — уличной еды, которая нередко называется здесь «бистрономией». В качестве таковой в маленьких кафе, киосках, фургончиках подвижных креперий продаются чаще всего блины, которые пользуются популярностью, и, судя по всему, составляют надежную конкуренцию ставшим привычными во многих городах мира гамбургеров и картофеля фри. Меню таких подвижных креперий не слишком велики, блины различаются прежде всего начинкой, выпекаются они прямо на месте, да и потребляются часто тоже. Блины, и в особенности «галет-сосис», — сосиска, завернутая в блин, стали популярной уличной едой, сравнимой с нашими горячими пирожками.

Подводя итог сказанному, можно отметить, что кулинарная «самопрезентация» Бретани имеет свои характерные черты. Несмотря на то, что сохраняется ряд традиционных рецептов приготовления, в целом набор предлагаемых ресторанами бретонских «традиционных» блюд претерпел за последнее столетие значительные изменения. Со временем изменились вкусы, расширился ассортимент доступных продуктов, эволюционировали техники приготовления, произошло расширение рациона за счет влияния собственно французской кулинарии, кухонь других народов мира, своеобразной кулинарной глобализации, разного рода диет. Ряд блюд, которые составляли основу традиционного питания в прошлые столетия, вышли из употребления, некоторые блюда праздничной кухни перешли в разряд повседневной, и т.д.

Кулинары и рестораторы Бретани проявили и продолжают проявлять настоящее кулинарное творчество, формируя и улучшая рецептуру блюд, создавая вариации на темы старинных

рецептов, отвечая таким образом на возросшие потребности современных людей, в том числе и туристов, в их ожиданиях отведать хорошей кухни. Эта черта – постоянное обогащение кулинарного репертуара – характерна, впрочем, для французской кулинарии в целом. Главными достоинствами кухни любого заведения общественного питания, о которых говорят посетители, порой устно, если об этом заходит речь, или письменно – в отзывах на сайтах ресторана – являются почти исключительно потребительские качества еды, свежесть исходных продуктов, а также искусство приготовления, креативность, эстетичность подаваемых блюд.

Таким образом, интерес и любовь к традиционной кулинарии не представляет собой некую форму «культурного диктата». Для кулинарии региона характерно отношение к традиционной кухне не столько как к застывшей, незабываемой традиции, но как к живому наследию, всеми преимуществами которого можно пользоваться, наслаждаться и развивать.

Литература:

1. Любарт М. К. Блины, сидр и масло в бретонской культуре. // «Традиционная культура», 2014, №4, сс. 115-125.
2. Любарт М.К. Кулинарное наследие бретонцев Франции: традиции и символы// «Этнографическое обозрение», 2013, №2, сс.149-167.
3. Официальный сайт туризма в Бретани – Site officiel du tourisme en Bretagne.
 - a) <https://www.tourismebretagne.com/selon-mes-envies/gastronomie/>;
 - b) <https://www.tourismebretagne.com/selon-mes-envies/gastronomie/etoiles-michelin-bretagne/>
4. «Ar Milin» – сайт ресторана:
<https://www.armilin.com/menus-restaurant-chateaubourg,menu-de-saison,4591> (дата обращения – 14 сентября 2020)
5. «Côté Mer» – сайт ресторана – <http://www.restaurant-cotemer.fr/> (дата обращения – 10 сентября 2020).
6. «Le Galopin» – сайт ресторана –

- <https://guide.michelin.com/fr/fr/bretagne/rennes/restaurant/le-galopin28443> (дата обращения – 11 сентября 2020).
7. «L'Hortensia» сайты ресторана – <https://guide.michelin.com/fr/fr/bretagne/noyalo/restaurant/l-hortensia>, и <https://www.eat-list.fr/noyalo-56450/hotel-restaurant-41/l-hortensia-79668> (дата обращения – 14 сентября 2020).
 8. Jigourel Th. Le donheur est en Bretagne. Ed. Communication-Presses-Edition, 2007.
 9. «La Maison de Kerdies» – сайт ресторана <https://guide.michelin.com/fr/fr/bretagne/plougasnou/restaurant/la-maison-de-kerdies>; <https://www.maisonkerdies.com> (дата обращения – 15 сентября 2020).
 10. Markale J. Traditions de Bretagne. P., Hachette. 1976.
 11. Tourisme en Bretagne – https://fr.wikipedia.org/wiki/Tourisme_en_Bretagne/

მარგარიტა ლიუბარტი

ისტორიის მეცნიერებათა კანდიდატი, დოცენტი, რუსეთის მეცნიერებათა აკადემიის ეთნოლოგიისა და ანთროპოლოგიის ინსტიტუტის ევროპული კვლევების ცენტრი, რუსეთი

კულინარიული რეპრეზენტაცია როგორც ბრეტანის (საფრანგეთი) ტურიზმის შემადგენელი ნაწილი რეზიუმე

გასტრონომიული შემადგენელი მნიშვნელოვან როლს თამაშობს ბრეტანის ტურიზმში. მსოფლიო „კულინარიული გლობალიზაციის“ პირობებში, ცნობილი ფრანგული სამზარეულოს მეზობლობაშიც, ბრეტანი ინარჩუნებს თავის კულტურულ და კულინარიულ თვითმყოფადობას. საკუთარი დაკვირვებების საფუძველზე, ავტორი ახალი რეგიონის გასტრონომიულ პრაქტიკას, ტრადიციისა და კულინარი-

ული შემოქმედების როლს რესტორნების მიერ ბრეტანული სამზარეულოს თანამედროვე იერის შექმნაში.

Margarita Lubart

Candidate of Science History, Associate Professor, Center for European Studies, Institute of Ethnology and Anthropology, Russian Academy of Sciences, Russia

**Culinary representation as Brittany (France)
An integral part of tourism
Summary**

The gastronomic component plays an important role in Great Britain tourism. In the conditions of world "culinary globalization", even in the neighborhood of the famous French cuisine, Great Britain maintains its cultural and culinary identity. Based on his own observations, the author analyzes the gastronomic practices of the region, the role of tradition and culinary creativity in the creation of a modern look of British cuisine by restaurants.

Анна Громова

Институт изучения Азии и Африки, МГУ, Россия

**АДАПТАЦИЯ НОВЫХ ЗАИМСТВОВАНИЙ В
СОВРЕМЕННОМ ПЕРСИДСКОМ ЯЗЫКЕ
(на примере кулинаронимов-итальянизмов)**

«В каждом переулке у нас есть хорошая пиццерия (pitzāforuši)...», утверждает в одном репортаже от 12 февраля 2021 г., посвященном Дню пиццы и способам ее приготовления. «Пицца, которую подают в Италии, и пицца, которая готовится в Иране, сильно отличаются друг от друга. В Италии и тесто тоньше, и ингредиенты проще... А у нас в Иране, к счастью, она питательнее и насыщеннее». «Пицца чрезвычайно разнообразна, – отмечает ведущий одного популярного кулинарного шоу, – это не просто пицца, а настоящее развлекательное гастрономическое событие, которое никогда не повторяется, поэтому она так популярна во всех странах. Интересно, что у нас, иранцев, есть своя собственная пицца. Пицца, что вы можете видеть и попробовать в городе – это продукт творчества рестораторов, в Италии вы такого не найдете. Достаточно редко вы можете найти у нас пиццу Маргарита, как ее делают в Италии, чаще у нас всего предлагаются авторские креативные версии. И европейцы, когда приезжают в Иран и пробуют нашу местную, иранскую пиццу, говорят, что она очень вкусная».

При обсуждении ключевых проблем развития национального ресторанного сектора, согласно еще одном репортажу на портале главного Информационного агентства Исламской Республики IRNA, эксперты подчеркивают, что число точек продажи пиццы в одном Тегеране превосходит число пиццерий во всей Италии. «Пиццу Вы любите на толстом или на тонком тесте?» Если вы являетесь профессиональным поедателем пиццы (pitzāxor), наверняка, слышали этот вопрос много раз, – говорится в другом обзоре. – Есть любители пиццы американской, на пышном тесте, и есть те, кто всегда выбирает итальянскую пиццу на тонком тесте. Однако разница между этими двумя пиццами не сводится только к толщине теста».

«Держатели ресторанов или пиццерий очень заинтересованы в том, чтобы познакомиться с новыми вкусами и идеями из разных стран мира. Предлагаемую в этой программе пиццу с мясом и грецкими орехами придумал один молодой неаполитанец, она сразу получила большое распространение и стала хорошо продаваться. Этот рецепт может быть интересен всем, кто готовит пиццу дома, и всем владельцам пиццерий, которые стремятся обновить меню».

«Все любят пиццу, поэтому мы должны стараться превратить ее в здоровую еду. Многие признаются, что любят это блюдо, но оно вредит здоровью, так как там куча сыра, колбасы, сосисок и соли. Но мы можем приготовить пиццу, которая будет и вкусной, и здоровой, дающей заряд энергии и витаминов. Пицца – это не только сосиски, колбаса и много теста. Есть два вида пиццы, на толстом и на тонком тесте. Количество сыра должно быть соразмерно всему остальному. И белковая составляющая тоже может быть и в нужном количестве, и здоровая по составу», – утверждает еще в одной кулинарной передаче.

Эти несколько цитат позволяют в какой-то степени воссоздать общую картину современного гастрономического пространства страны, которая все больше интересуется кулинарными традициями других народов и континентов. Этот климат готовности к экспериментам и открытости к культурному диалогу во многом обуславливают все большую вовлеченность персидского в языковые контакты. О популярности пиццы говорят и стремление готовить ее дома и экспериментировать с рецептами, желание развеять стереотипы о пресловутой вредности пиццы, а также обращение к такому слою публики как рестораторы, которые должны всегда быть готовы предложить что-то новое, чтобы не утратить публику. О широком распространении итальянских ресторанов в Тегеране и других крупных иранских городах свидетельствует одна из статей в журнале «Деловое администрирование и управление» (Dehdašti Šāhroх, Nāji Nowruzī, 2016), где объектом исследования различных составляющих перцептивного восприятия клиентов и влияние этих факторов на успех в конкурентной борьбе стали 105 итальянских столичных ресторанов, заре-

гистрированных на авторитетных сайтах: 57 из которых расположены на севере Тегерана, 23 – на западе, 18 – в центре города и 7 – на востоке. Статистическая выборка опрошенных была сформирована из 384 клиентов, которые за предшествующий опросу месяц ходили в итальянский ресторан один или более раз.

Однако, конечно, итальянская кухня, как ее знают в Иране, не сводится только к пище. На одном из сайтов в разделе «Куда пойти в Тегеране?» обзор лучших ресторанов (Belā munikā, Senso, Lanote, Jenāro, P(e)rānzo и другие) начинается словами: «Кухня, вкус и колорит Италии очень быстро занял особое место на иранском столе. Сходство гастрономических предпочтений иранцев и итальянцев, а также превосходный вкус итальянских блюд стали причиной того, что по всей стране день ото дня растет число итальянских ресторанов, которые предлагают всю гамму разнообразных аппетитных блюд. Самыми популярными заказами являются пицца, паста, разные виды супов и нежных стейков, которые выбираются посетителями итальянских ресторанов чаще всего».

«Многие дети очень любят разные виды пасты, спагетти и всякого вида макаронны», – утверждает в одном из самых популярных иранских кулинарных телешоу. Именно паста была выбрана как сюжет пилотного эпизода программы Ī meyl dārin? ‘Чего изволите?’, поскольку, по утверждению ее создателей, «самая популярная в Иране европейская кухня – итальянская, так как она очень близка нашим вкусовым предпочтениям». Сюжетом первого выпуска познавательной программы Dāstān-e qazāhā ‘История еды’ о традиционных блюдах разных народов, которые стали известны на международном уровне, стала история спагетти, вторая программа была посвящена лазанье, седьмая – пище.

О популярности пиццы, пасты и средиземноморской диеты свидетельствует не только широкое распространение итальянских ресторанов в крупных городах Ирана, но и множество гастрономических фестивалей, как например, прошедшая в ноябре 2019 г. Неделя итальянской кухни в Тегеране, которая получила широкое освещение в национальных СМИ и была охарактеризована как путешествие в мир цвета

и вкуса. Однако для иранцев итальянские блюда – это не только часть элитной, ресторанной пищевой культуры. Об особом их месте в повседневном рационе говорят не только приведенные выше цитаты о пище, но и многочисленные публикации на сайтах и в социальных сетях.

На сайте Информационного агентства IRNA <https://life.irna.ir/> среди рецептов можно найти следующие интересные заметки:

«Тесто – это самая важная часть пиццы. Конечно, готовое тесто можно купить во всех супермаркетах, но часто можно слышать критические отзывы о нем из-за того, что готовое тесто несколько суховато и недостаточно тонко и мягко» (Рецепт приготовления теста для пиццы),

«Ризотто – это вид итальянского риса, который легко готовится и получает яркий вкус благодаря различным ингредиентам и способам приготовления. Зернышки этого риса толще, чем обычный иранский рис, но в отличие от последнего готовится быстрее» (Рецепт приготовления ризотто: аппетитное и неповторимое блюдо);

«Соус песто – один из аппетитных соусов с великолепным вкусом, который можно комбинировать с фаст-фудом или с пастой» (Способ приготовления песто: бесподобный соус);

«Виды пасты настолько разнообразны, что никогда не повторяются. Одним из самых аппетитных вариантов пасты является паста с базиликом, аромат и вкус этого блюда бесподобен» (Рецепт приготовления пасты с базиликом: аромат и вкус, которые вас поразят).

В этих заметках сразу выделяются итальянизмы: *pesto*, *pārmēzān*, *rizoto* и, конечно, *pāstā* в разных грамматических формах и комбинациях: *sos-e pāstā* ‘соус для пасты’, *pāstā-ye reyhān* ‘паста с базиликом’, *pāstā-etān* ‘ваша паста’, *pāstā-rā* ‘пасту’, *pāstāhā* ‘разные виды пасты’.

Число материалов, в которых представлены итальянизмы, резко возрастает при обращении к специализированным сайтам. На туристических порталах (<http://www.khatoongasht.com/>, <https://hamgardi.com/>, <https://www.alibaba.ir/>, <https://www.chamedanmag.com/>, <https://www.eligasht.com>, <https://www.kojaro.com/>), <https://www.salameno.ir/>), на сайтах-

рецептариях (<https://irancook.ir/>, <https://cookpad.com/ir/>), среди подписок Telegram (Šabake-ye āšpazi ‘Кулинарный канал’, Āšpazi-ye herfe’i-ye kadbānu ‘Профессиональная готовка хозяйюшки’, Kānāl-e āšpazi-ye kadbānuhā ‘Кулинарный канал хозяйюшка’, Āšpazi-ye irāni ‘Иранская кухня’, Āmuzeš-e āšpazi ‘Учимся готовить’) запросы pitzā, pāstā, mākāruni выдают десятки и сотни результатов.

Этот массив нового, еще не нормированного и перспективного для изучения материала послужил основой для данного исследования, целью которого является 1) кратко описать новые источники языковой информации, каналы проникновения заимствований и контактные группы, 2) выявить основные семантические домены заимствуемых итальянизмов-неологизмов, 3) проанализировать процессы адаптации заимствований на разных языковых уровнях на предмет соответствия этих тенденций механизмам интеграции более ранних заимствований-европеизмов из других групп лексико-семантических групп (Пейсигов, 1975: 51-67).

Среди заимствований из европейских языков, попавших в персидский в новое и новейшее время, прежде всего изучались галлицизмы (Deyhime, 2012), наиболее широко представленные в лексическом фонде персидского после арабизмов (Perry, 2011; Sādeqi, 2011) и тюркизмов (Knüppel, 2010). На современном этапе основное внимание уделяется англицизмам (Mahootian, 2019: 347-360), также в иранской лингвистике изучаются контакты с русским языком (Sādeqi, 2005; Mohammadi, Golestān, 2006; Kāmbuziyā, Hāšemi, 2011; Mohammadi, Abdaltājedini, 2012; Nikubaxt, Irvāni, 2012).

Базой иранской итальянистики можно считать Тегеранский университет, где итальянский преподается с 1960 г., то есть со времени подписания соглашения о сотрудничестве в области культуры, и открытая в 1976 г. специализация «Итальянский язык и литература» сейчас существует и на уровне магистратуры. В последние годы изучаются отдельные лингвистические вопросы, например, фонетика (Esmā’ili-fard, 2004), и проблемы глоттодидактики, включая критический анализ учебников по итальянскому языку (Šeyxholeslāmi 2018). Затрагиваются отдельные аспекты взаимодействия в области

культуры на примере роли итальянских специалистов в становлении техники и искусства фотографии в Иране (Tahmāsbpur, 2004), а также лексикология и фразеология, в том числе проблемы перевода имен собственных (Esmā'ili-fard, 2001), сравнительный анализ паремий (Qāzixāni, Akbari, Qanizāde, 2018), заимствования из персидского в итальянский (Ramazānkiyāyi, Basiri, 2012). Однако специальных исследований по итало-персидским языковым контактам, в которых итальянский рассматривался бы как язык-донор, насколько нам известно, еще не проводилось. Аналогичные исследования проводились на материале азербайджанского (Alakbarli, 2005) и египетского диалекта арабского языка (Cifoletti, 1986; Moustafa, 2020).

Интенсификация международных связей и интернационализация иранской гастрономической культуры создает почву для проникновения новых итальянизмов в персидский язык. Ускоряет этот процесс бурное развитие технологий в стране: быстрая информатизация охватывает все больше аспектов жизни современного иранского общества, постоянное совершенствование информационно-коммуникационные технологии постоянно совершенствуются. Согласно официальным данным, в 2020 г. индекс распространения в стране мобильного широкополосного интернета в сотовых сетях достиг 91 %, то есть 91 иранец из 100 пользовался беспроводным выходом в интернет.

Ускорению языковых контактов способствует прежде всего стремительно развивающийся виртуальный туризм. «Такой новой сфере туристической индустрии, как электронный туризм, который предоставляем нам возможность посетить реальные объекты в ходе виртуального путешествия, не более 20 лет. Раньше совершить путешествие вокруг Земного шара было мечтой. Теперь это реальность, существование которой невозможно отрицать». Так начинается статья одного из самых популярных туристических онлайн-журналов «Виртуальный туризм: вокруг света одним кликом». Все чаще публикуются аналитические и научно-популярные статьи о различных форматах путешествий, например, «Вокруг света одним кликом: за и против онлайн туризма», о факторах развития и

инновационных возможностях этого направления. «В последние дни в связи с распространением коронавируса и закрытием всех туристических объектов в Иране виртуальный туризм обретает все большую популярность», читаем в аннотации к заметке «Виртуальный туризм – путь к успеху в туриндустрии». Определяемый как «новое понятие для иранского общества» и «спасение в трудную для туризма пору» электронный или медиа туризм стал также одним из решающих факторов проникновения множества новых европеизмов в персидский. Путешествия и их описания всегда приводили к обогащению лексического фонда персидского языка, поскольку необходимость описать новые, ранее не виданные реалии становилась фактором проникновения прежде всего культурных заимствований. Если раньше путешествие было роскошью, доступной лишь избранным, сейчас возможность познакомиться с самыми известными памятниками мировой культуры или взглянуть на самые экзотические места планеты есть у всех тех, кто может выйти в интернет.

В структуре и в контенте сайтов, предлагающих различные путешествия гастрономический аспект является одним из самых главных. Так, на самом крупном сайте по развитию и продвижению национального и международного туризма <https://hamgardi.com/>, который восемь лет назад стал первым в стране официально зарегистрированным туристическим интернет-ресурсом и получил ряд профессиональных премий и наград на различных конкурсах и фестивалях в сфере туриндустрии и электронных СМИ, материалы систематизированы по длительности и направлению поездок, по характеру и виду туризма (историко-культурный, событийный, экологический, походный, паломнический). В отдельный раздел в рубрикаторе вынесен ресторанный туризм с гастрономическими и организационными рекомендациями по странам, где можно найти описание 108 ресторанов Италии, а также 10 лучших итальянских ресторанов в Тегеране.

Еще на одном важном туристическом портале <https://www.kojaro.com/> страница, посвященная Италии, включает рубрики: «Что посмотреть?», «Где остановиться?», «Что поесть?», в которых, в частности, представлены обзоры

ресторанов известных туристических центров («Познакомьтесь с лучшими ресторанами Флоренции», «Познакомьтесь с лучшими ресторанами Пизы», «Познакомьтесь с лучшими пиццериями Венеции»), рецепты («Способ приготовления пасты татъятелле с ragu: исконно итальянские макароны (Pāstā tālyātel bā sos-e rāgu: mākāroni be raveš-e itālyāyi)»), а также любопытные факты, свидетельствующие о международной популярности отдельных блюд итальянской кухни («Это нужно посмотреть: приготовление кальцоне с нутеллой (kālzun-e nutelā) на улицах Лондона»).

«15 важных вещей, которые вы должны знать до поездки в Италию», наряду с советами касательно экскурсионной программы («Отведите много времени на осмотр Помпеи», «Соблюдайте правила осмотра таких памятников, как (Колизей, Римский форум, Ватикан и Уффици)») находим также «Не забудьте, как надо пить эспрессо», «Как правильно есть пасту и пиццу». Уже в заголовках разделов представлена серия итальянизмов: *espresso*, *pitzā*, *pāstā*, *pome'i*, *kelose'um*, *forum-e rom*, *vātikān*, *ufutzi*. Наряду с топонимами и антропонимами кулинаронимы оказываются одной из самых быстро пополняемых семантических групп заимствуемой лексики.

Гастрономическая тематика и, в частности, продвижение так называемых интернациональных блюд, получает широкое освещение в СМИ и находит живой отклик у аудитории, о чем говорит статистика просмотров – по состоянию на 07.06.2021 – таких популярных кулинарных шоу, как *Xāne-ye mehr* ‘Дом доброты’ (2489702), *Bahune* ‘Каприз’ (2072232), *Āšpazi* ‘Готовка’ (1084125), *Āšpazxāne-ye šomāre-ye 3* ‘Кухня номер 3’ (548735), *Sofre-ye irāni* ‘Иранское застолье’ (382025), *Vaqt-e āšpazi* ‘Время готовить’ (377 290), *Roxt-o pand* ‘Стряпня и советы’ (342245).

Еще одним каналом для расширения и все большего освоения лексики в данной предметной области являются многочисленные сайты, где можно заказать пиццу онлайн: <https://pianofoodland.com/>, <https://telepizza.co.ir/>, <http://pizzapi-shkhan.com/>, <http://pizza.ir/> и многие другие. В разделе итальянской пиццы можно выбрать *pitzā mārgāritā*, *pitzā formājio*, *pitzā fileto*, *pitzā peperoni*, *pitzā sisili itālyāyi* с легко

опознаваемыми итальянизмами ‘Маргарита’, ‘сыр’, ‘филе’, ‘перец’, ‘сицилийский’ соответственно. Бросаются в глаза вызывающие улыбку креативные решения отнести к итальянской пище *pitzā mekzikāno*, *pitzā hāwāyi*, *pitzā āfrikānā*. Однако, как говорилось выше, противопоставление итальянская – американская пицца заключается прежде всего в толщине текста.

Таким образом, в культурные обмены и языковые контакты вовлекаются различные группы иранского общества: молодежь, домохозяйки., потенциальные туристы. Именно эти новые контактные группы способствуют распространению и адаптации неологизмов в современном персидском языке. Раньше многие итальянизмы находились в сфере высокой элитной культуры, например, традиционно высоко было число итальянизмов в таких семантических доменах, как музыка и изобразительные искусства, меломанам несомненно известны термины *ālegro grāsyozo*, *largo*, *gerāve*, *ācelerāndo*, *ritārdāndo*, многие из которых получили фиксацию в толковых словарях персидского языка, собранных на платформе <https://www.-vajehyab.com/>.

Сейчас же из-за вовлеченности в языковые контакты все более широких слоев общества, освоение новых итальянизмов происходит значительно быстрее. Именно пласт гастрономической лексики оказывается одним из самых перспективных для изучения языковых контактов итальянского. По данным корпуса <http://difit.italianismi.org/>, среди итальянизмов, обнаруженных во французском, английском и немецком гастрономическая лексика оказывается одним из семантических полей с высоким числом итальянизмов: 596 заимствований против, например, 254 в области моды, одежды и ткани (Pizzoli, 2018:154). В связи с мировой популярностью итальянской кухни именно гастрономия и ресторанное дело, как ведущие элементы в продвижении системы *Made in Italy*, оказываются проводником итальянизмов в языковой панораме крупных городах мира, как в плане названий ресторанов, где появляются термины, обозначающие тип ресторана или помещения, топонимы, имена, а также итальянизмы, которые уже приобрели статус интернационализмов (*Cappuccino*, *Espresso*, *Gelato*, *Pasta*,

Pesto, Pizza), прочно связанных с концептом «итальянское» вообще (Casini, 2015: 89-102). Сходную ситуацию мы можем наблюдать и в современном персидском.

В гастрономической сфере присутствуют многие старые заимствования, которые попали в персидский при посредстве русского и французского, иногда немецкого (см. подробнее Sādeqi, 2005): biskuvit ← бисквит ← biscuit ← biscotto; šokolāt ← шоколад ← Schokolade ← cioccolata; vermišel ← вермишель ← vermicelles ← vermicelli; mākāroni ← макаронны ← macaroni ← maccheroni. Так, для последнего термина в толковых словарях приводится различная этимология: из итальянского, из французского. Через mākāroni поясняется, что такое ešpāgeti: просто через знак равенства – что является типичной для персидских толковых словарей стратегией объяснения через синоним или гипероним – или с более развернутым объяснением: «блюдо, подобное макаронам, итальянского происхождения, по форме это лапша небольшого диаметра, чуть шире, чем вермишель, плотной консистенции и без типичного для макарон отверстия внутри».

Среди неологизмов наиболее освоенной лексемой – как это отмечено и для англосаксонского ареала (Casini, 2015: 97) – оказывается pitzā. Определение пиццы найдено только в одном из трех представленных в электронной форме основных толковых персидских словарей: «Итальянское блюдо, которое делается из теста и специального сыра и вместе с различными используемыми растительными или мясными ингредиентами печется в духовке». То же определение дано и в новейшем «Большом словаре Сохан» с пометой «из французского-/английского, исконно итальянское». Также приведены производные: pitzāzan ‘тот, кто готовит пиццу’ (пиццайоло), pitzāforuš ‘тот, кто продает пиццу, продавец пиццы’, pitzāforuši ‘работа продавцом пиццы; место, где продают пиццу’. К этому можно добавить собранные в статьях различных агентств pitzāxor ‘любитель пиццы’ (букв. поедатель пиццы), pitzāyi ‘для пиццы’ (относительное прилагательное), pitzāšenāsi ‘все, что нужно знать о пицце’ (букв. пиццеведение), panirpitzā ‘сыр для пиццы’ (используется для обозначения моццареллы).

Другие новые итальянизмы, например, *pāstā*, еще не получили фиксацию в толковых словарях (по запросу *pāstā* можно найти только имя «Джудитта Паста», сопрано и контральто, для которой писали Беллини и Доницетти). Лексема *pāstā* не внесена и в новейший «Большой словарь Сохан». Однако, еще не пройдя еще стадию нормализации само слово *pāstā* широко используется, например, на в персидской «Википедии» можно найти статью с перечислением 172 ее видов. О функционировании этой лексемы в медиапространстве и ее производных речь пойдет далее.

Среди новых итальянизмов-кулинаронимов можно выделить следующие семантические группы:

- 1) пицца (*pitzā-ye čābātā*; *pitzā mārgāritā*; *pitzā torino*),
- 2) виды пасты (*pāstā (mākāroni-ye) formi*, *pāstā pe(a)ne*, *espāgeti*, *fotočini*, *pikuli*),
- 3) способ приготовления пасты (*pāstā āl dante (dandāngir)*)
- 4) соусы (*pāstā pesto*, *pāstā-ye goje ārābiyātā*, *pāstā bā sos-e ālfredo*, *pāstā bā sos-e sabzijāt*),
- 5) ингредиенты (*pārmesān*, *panir-e pitzā (mozārelā)*),
- 6) десерты (*pānācotā*, *tirāmisu*),
- 7) способы приготовления кофе (*espresso*, *čāpučino*).

Для анализа интеграции итальянизмов в современном персидском на разных языковых уровнях мы ограничились двумя наиболее частотными терминами *pitzā* и *pāstā*, в частности потому, что они представляют собой базовый термин, требующий дальнейшей спецификации и уточнения с учетом всегo имеющегося разнообразия предлагаемых гастрономических решений. Таким образом, они нередко тянут за собой другие термины-итальянизмы (определение по месту происхождения блюда, название соуса и т.д.).

Главным механизмом освоения итальянизмов, подобно новым заимствованиям из других языков можно назвать включение неологизма в состав изафетной цепи, то есть конструкции, которая является основой именной морфологии и базовой моделью формирования именной группы в персидском языке, в которой к определяемому добавляется показатель сопряженного состояния *-e*, а далее добавляются определения: по качеству, по материалу, по принадлежности, по отношениям

часть-целое, род-вид т.д. Путем анализа комбинаторики и сочетаемости базового термина и его определений можно попытаться установить, как изменяется при семантической адаптации заимствованный термин.

Для изучения фонетико-графической и морфологической адаптации наиболее подходящим представляется мультимедийный материал. Поэтому для отбора самых известных в Иране итальянских блюд и анализа найденных терминов-итальянизмов был использован Портал прямого эфира и архива фильмов, сериалов и прочих телевизионных программ основных эфирных каналов страны (<https://www.telewebion.com/>), в поисковике которого был введен запрос ключевого слова *pāstā*. Неожиданно среди 160 результатов можно найти многочисленные эпизоды южнокорейского сериала «Паста», вышедшего в 2010 г. и посвященного трудной судьбе девушки, которая работает в итальянском ресторане и становится помощником шеф-повара, стажировавшегося в Италии специалиста по приготовлению разных видов пасты. О популярности этой романтической комедии можно судить о том, что только на одном этом сайте (<https://www.telewebion.com/program/56639>) зафиксировано более 1 млн просмотров.

Среди кулинарных шоу можно выделить несколько передач, посвященных изготовлению собственно пасты: от разных форм для ее производства (*qāleb-e pāstā*) до домашней яичной лапши (*pāstā-ye toxm-e moḡq-e xānegi*), от детской программы «Формула один» о приготовлении макарон (*tarz-e tahiyye-ye pāstā (formul-e yek)*) до соревнований и кулинарных шоу, в которых эксперты оценивают степень проваренности пасты, например, сюжет «Какую удивительную пасту приготовили! (*‘ajab pāstā-yi dorost kardand*).

Ведущим принципом номинации блюд из пасты является определение по главному продукту, основному для вкуса блюда. Сюда можно отнести рецепт приготовления пасты с сыром фета (*pāstā bā panir-e fetā*), паста и грибов (*pāstā bā qārç*), многочисленные версии пасты с овощным соусом (*pāstā sabzijāt; pāstā bā sos-e sabzijāt; tahiyye-ye pāstā-ye sabzijāt*), паста с тыквой (*pāstā-ye kaduhalāyi*), помидорами (*pāstā bā sos-e go[w]jefarangi*), с брокколи (*pāstā b(o)rok(ko)li; pāstā-ye kalam brokli*), с

вишневым (pāstā bā sos-e ālbālu) или грибным соусом (pāstā bā sos-e qārč), с гранатом (pāstā anār) или базиликом (pāstā bā sos-e reyhān).

Доминирующий в блюде ингредиент может быть представлен в названии один: паста с фасолью пинто (pāstā-ye pinto), паста с тунцом (pāstā bā tonmāhi). Чаше же их комбинируется несколько: паста с морепродуктами в карри (pāstā bā sos-e kāri-ye daryāyi), паста с грибами и помидорами (pāstā-ye qārč-o go[w]je), паста с курицей и шпинатным соусом (pāstā moḡq bā sos-e esfēnāj). О стремлении достичь интересного смешения вкусов и сочетать иногда, казалось бы, несочетаемое, можно судить по тому, что в программе, названной просто «Паста» (pāstā) предлагается сочетание пасты с курицей, грибами и брокколи.

Среди многочисленных ингредиентов большинство продуктов перечисляется по-персидски, исключение в названии или в содержании программы составляет упоминание соусов, которые являются адаптированными итальянизмами: паста с песто (pāstā pesto), паста penne в соусе карбонара (pāstā pane bā sos-e kārbonārā), паста с кабачком в соусе песто (pesto pāstā kadu), паста с острым томатным соусом (ārābyātā ← all'arrabbiata) (pāstā-ye gojefarangi-ye tond ārābyātā), паста с соусом Альфредо (āmuzeš-e roxt-e pāstā bā sos-e ālfrēdo).

Еще одним принципом номинации кулинаронима, наряду с типом пасты, может быть географическая привязка к ареалу, области или городу, с которым ассоциируется то или иное блюдо. Тогда в структуру термина включается топоним или производное от него прилагательное, например, паста по-флорентийски (pāstā florānsi), средиземноморская паста (pāstā mediterāne'i), паста по-испански (pāstā espānyāyi). Сюда же можно добавить примеры, собранные на сайтах-рецептариях: sos-e bolonez ma'ruftarīn sos barā-ye pāstāhā maxsusān espāgeti mibāšad 'Соус bolognese – самый известный соус для разных видов пасты, особенно для спагетти', sālād-e kāpris 'салат caprese'.

В отдельную группу можно объединить программы, в названии которых фигурируют рецепты определенных видов пасты: piccoli с креветками (pāstā pikuli bā meygu), ракушки

jumbo shells (pāstā jāmbu šelz), лапша fettucine с грибами в бальзамическом соусе (pāstā fotočini bā qārč-e bālzāmiki), перья penne с соусом из рыбы и овощей (pāstā pane bā sos-e māhi-vo sabzijāt), макаронные гнезда tagliatelle (pāstā āšyāne'i), в том числе, с курицей (čiken pāstā āšyāne'i).

Среди итальянизмов-неологизмов представлены как материальные заимствования, например, уже упомянутые pāstā pe(a)ne, espāgeti, fotočini, pikuli, так и кальки: conchiglie → gušmāhi 'ракушки'; farfalle → (pāstā-ye) parvāne'i или pāriyoni относительное прилагательное от parvāne 'бабочка' (как насекомое) или от pāriyon 'бабочка' (как элемент одежды). Помимо описанных выше итальянизмов, опосредованных через французский или русский (Sādeqi 2005: 30-42), с точки зрения этимологии можно выделить группу терминов, опосредованных через английский (šelz ← shells для conchiglie).

Те же типы заимствований и аналогичную семантическую структуру кулинаронима можно проследить и на примере пиццы. Материал, отобранный в телевизионных кулинарных программах по поиску pitzā, можно классифицировать:

- 1) по типу основы пиццы: из чабатты (pitzā čābātā), сделанная в сковороде пицца (pitzā tābe'i), домашняя пицца (pitzā-ye xānegi), пицца из пасты (pitzā pāstā), из пюре (pitzā-ye pure);
- 2) по форме: мини-пиццы (minikeyk-e pitzā), мини-пицца, букв. пицца ломтиками (pitzā loqme'i), роллы из пиццы (rol pitzā), пицца-маффин (māfin pitzā);
- 3) по месту происхождения: палермитанская пицца (pitzā pālermo), туринская пицца (pitzā torino), стамбульская пицца (estāmbol pitzā), индийская пицца (pitzā-ye hendi), ливанская пицца (pitzā-ye lobnāni), луковая пицца по-французски (pitzā-ye piyāz-e farānsavi), греческая пицца с креветками (pitzā-ye meyu yunāni);
- 4) по основному ингредиенту или по нескольким доминирующим компонентам: пицца с брюссельской капустой (pitzā-ye boruksel), пицца с тунцом (pitzā tonmāhi), шоколадная пицца (pitzā šokolāti), пицца с курицей и шпинатом (pitzā-ye morq-o esfenāj), пицца с оливками и картофелем (pitzā-ye zeytun bā sibzamini),

пицца с баклажанами и кунжутом (pitzā-ye bādemjun-o konjed);

- 5) по типу соуса: пицца альфредо с шафраном (pitzā ālfredo za'ferān), пицца с красным и зеленым соусом песто (pitzā bā sos-e pesto qermez-o sabz), пицца с цыпленком по-строгановски (pitzā-ye čiken estrugānof), пицца с соусом Альфредо (pitzā bā sos-e alfredo).

Как видно по приведенным примерам, в номинации различных блюд – как в персидской, так и в итальянской кулинарной терминологии – одним из ведущих принципов является указание на географическую принадлежность того или иного кушанья (наряду со способом приготовления, базовым или специфическим ингредиентом, или же их комбинацией). Наиболее открытые каналы для проникновения заимствований – это топонимы в составе кулинаронимов, другие имена собственные, а также названия соусов.

Включенные в состав новых кулинаронимов топонимы и их дериваты характеризуются массовым характером, ненормированностью и значительной вариативностью: *bistecca alla fiorentina* → *bistekā ālā fyorentinā/esteyk-e fiyorentinā/esteyk-e florānsi* ‘отбивная по-флорентийски’; *cotoletta alla milanese* → *vil-e milāniz/gušt-e gusāle-ye milān/kotlet-e milān/(kut(o)letā)/eskālop milānze* ‘отбивная по-милански’.

В гастрономических неологизмах часто можно наблюдать сочетание прямых и опосредованных через английский заимствований: *insalata caprese* → *sālād-e kāpriz/sālād-e kāprese* ‘салат капрезе’; *pasta (bucatini) all'amatriciana* → *pāstā āmātrisyāna/bukātini āl āmātričānā* ‘паста или макароны в соусе аматричана’.

Использование разных путей передачи: непосредственное заимствование и опосредованное через другие европейские языки характерно и для топонимов, включенных в состав составного кулинаронима. Анализ употребления разных названий таких блюд, как *cotoletta alla milanese*, *risotto alla milanese*, *pasta [al ragù] alla bolognese*, *bistecca fiorentina*, *spaghetti all'Amatriciana*, *cannoli siciliani*, *pizza napoletana*, *insalata caprese* и других, показывает, что вместо достаточно давно освоенных галлицизмов-топонимов (*florāns*, *milān*, *rom*, *veniz*) и их

производных нередко можно встретить исконные итальянизмы, прошедшие регулярную фонетическую адаптацию аналогично другим неологизмам-европеизмом, в том числе изменение акцентуальных характеристик слова и перенос ударения на финальный слог, протезирование или эпентезирование для разбавления инициального кластера согласных, субституция некоторых отсутствующих в персидской консонантизме согласных.

Те же процессы акцентологической и фонетической адаптации, наблюдаемые при интеграции европеизмов из других семантических полей можно проследить и в итальянизмах, обозначающих названия пасты: дегеминация или сокращение длительности удвоенных согласных (*pane, fotočini*), постанровка протеза перед инициальным согласным кластером (*espāgeti*), адаптация согласных, не характерных для персидского консонантизма (*tāliyātele*). При адаптации итальянизмов, попавших в персидский через французское посредство, наблюдается элиминация назализации (*pārmezān*).

В плане словоизменения и адаптации на морфологическом и синтаксическом уровнях итальянизмы-неологизмы ведут себя также, как и другие заимствования и получают оформление выделительным артиклем, послелогом определенного прямого дополнения, изафетным показателем, соединяющим определяемое с определением. При морфологической адаптации интересно отметить дублирование показателя множественного числа (*lingu'inihā, espāgetihā*), хотя известно, что *spaghetti* – это форма множественного числа от *spaghetto*. В какой-то степени это может быть объяснено игнорированием носителями персидского флексий единственного и множественного числа женского и мужского рода итальянских существительных, поскольку в персидском категория рода морфологически не выражается. В результате итальянизмы в большинстве своем по аналогии выравниваются по форме множественного рода мужского рода (на финальный *-i*). Кроме того, действует принцип объяснения через уже освоенные ранее итальянизмы: *mākāroni, espāgeti*, которые оказываются гиперонимами по отношению к неологизмам. Например, на сайтах крупных компаний по производству макаронных изделий *linguine*

объясняются как «разновидность спагетти»: *Lingu'ini no'-i espāgeti bā maqta'-e mostatilšekl-ast*. 'Лингвине – это вид спагетти со срезом прямоугольной формы'; *pāstā lingu'ini dar daste-te espāgetihā qarār dārad...* 'паста лингвине входит в группу спагетти'.

На уровне лексико-семантической адаптации, как показывают примеры ниже, *pāstā* может передавать идею собирательного понятия макаронных изделий в целом, а также может соответствовать либо конкретному типу пасты, либо способу приготовления.

- 1) *Dar menu-ye pāstā-ye in resturān pāstā bā morq, pāstā ba gušt-e file, fotočini-ye kārbonārā, lāzānyā va pāstā bā meygu vojūd dārad* 'В части пасты в меню этого ресторана есть паста с курицей, паста с филе, феттучине карбонара, лазанья и паста с креветками';
- 2) *Pāstā-ye pane bā ta'm-e monhaser be fard-o sos-e xāme-ye maxsus-aš foq'ol'āde-ast* 'Паста пенне с ее уникальным вкусом и специальным сливочным соусом просто замечательна';
- 3) *Pāstāhā-ye in resturān binazir-ast* 'Виды пасты, предлагаемые в этом ресторане бесподобны';
- 4) *Dar menu pāstāhā ba šomāre mošaxxas šode* 'В меню блюда из пасты обозначены номерами'.

Семантика собирательного понятия открывает дорогу активному включению в деривационные процессы: *qazā-ye pāstāyi* 'блюдо из пасты', *pāstāsāz* или *mākāronisāz* '(аппарат) для изготовления макарон', *pāstāforuši* 'ресторан или магазин, где продают пасту' (по аналогии с *pitzāforuši* 'место, где продают пиццу'), *pāstāxohi* 'поедание пасты' по аналогии *pitzāxoh* 'любитель, букв. поедатель пиццы'; *mākāronixoh* 'любитель макарон' *espāgetixoh* 'любитель спагетти'. Словообразовательная креативность в целом характерна для модельного словообразования персидского языка, легко интегрирующего лексические инновации с помощью аффиксации и полуаффиксации.

Отдельно следует выделить гастрономические производные, назовем так иранские вариации на тему итальянских блюд из пасты: паста карбонара с курицей (*pāstā*

kārbonārā bā morq), паста с мясными тефтелями (pāstā mitbāl), жареные пирожки из пасты с сыром (loqmepāstā-ye paniri-ye sorxšode), роллы из рыбы и пасты (rol-e māhi va pāstā), салат из пасты (pāstā sālād), салат из пасты и шпината (sālād pāstā va esfenāj), яичница с пастой (kuku-ye pāstā), пицца из пасты (pitzā pāstā), запеканка (гратен) из пасты и курицы (gerāten pāstā va morq), паста в стиле фахитас с курицей (pāstā-ye fāhitā-ye morq), жаренные роллы из лазаньи с мясным соусом в панировке (lāzānyāsoxāri), жаренные шарики в панировке из смеси картошки, моццареллы и макарон-ракушек (pitzāpīgāški), рулеты из лазаньи (lāzānyā roleti). Число этих примеров можно умножить, все они свидетельствуют о расширении значения некоторых итальянизмов: соус карбонара должен быть сливочным, ключевая идея пиццы заключается в сочетании ингредиентов, в числе которых обязательно должен присутствовать сыр, главное для лазаньи – это расположение ингредиентов слоями и приготовление в духовке. А что нужен бекон, тонкое тесто или листы теста – как представляется на первый взгляд – может быть опущено.

В гастрономическом плане основным отличием пасты от старых добрых макарон может считаться озвученный в одном из иранских кулинарных шоу принцип: «Последние две минуты паста доходит до нужного состояния в соусе. Если ее варить столько минут, сколько указано на упаковке, потом в соусе она развалится, потеряет форму, умрет! Никогда, никогда, никогда нельзя переваривать пасту!»

Однако и на это можно прикрыть глаза. Главная цель – создать радующее глаз, аппетитное блюдо с насыщенным и ярким вкусом. А если оно благозвучно называется по-итальянски, то это только лучше. Именно поэтому можно смело предположить, что в текущих условиях число новых итальянизмов, которые смогут закрепиться в персидском языке, будет продолжать расти и в ближайшие годы этот аспект контактной лингвистики будет сохранять свою актуальность.

Литература:

1. Alakbarli F. Italian Loan Words in Azeri. 2005. URL:

- https://www.researchgate.net/profile/Farid-Alakbarli/publication/281150312_Italian_Loan_Words_in_Azeri/links/55d8dbc408aeb38e8a87b888/Italian-Loan-Words-in-Azeri.pdf (дата обращения: 07.06.2021).
2. Casini S. Italianismi e pseudoitalianismi nel mondo globale: il ruolo dell'enogastronomia // *Italiani nel mondo. Una Expo permanente della lingua e della cucina italiana/ a cura di Bombi R. e Orioles V.* Udine: Forum, 2015, 89-102.
 3. Cifoletti G. *Prestiti italiani nel dialetto del Cairo.* Milano: Unicopli, 1986. 169 p.
 4. Dehdašti Šāhrox Z., Hāji nowruzi A. Asar-e keyfiyyat-e edrāk šode, delzadegi va rezāyat bar qasd-e taqyir-e b(e)rend // *Modiriyyat-e bāzargāni (Dāneš-e modiriyyat).* 1395 (2016). 8 (3). 549-568. URL: https://journals.ut.ac.ir/article_60627.html (дата обращения: 07.06.2021)
 5. Deyhime G. France XVI. Loanwords in Persian, *Encyclopædia Iranica*, Online edition, 2012, available at <http://www.iranicaonline.org/articles/france-xvi-loan-words-in-persian-> (дата обращения: 07.06.2021).
 6. Esmā'ili-fard Z. Asāmi-ye xāss-e itālyāyi-rā čegune dar tarjome montaql mikonim // *Pažuheš-e zabānhā-ye xāreji.* 1380 (2001). 10. 56-60. URL: <http://ensani.ir/fa/article/download/209048> (дата обращения: 07.06.2021).
 7. Esmā'ili-fard Z. Barresi-ye hejā dar zabān-e itālyāyi // *Pažuheš-e zabānhā-ye xāreji.* 1383 (2004). 16. 111-124. URL: https://journals.ut.ac.ir/article_12238.html (дата обращения: 07.06.2021).
 8. *Farhang-e bozorg-e soxan // Be sarparasti-ye H. Anvari.* Tehrān: Soxan, 1381 (2002).
 9. Kāmbuziyā A.K.Z., Hāšemi E.S. Russian Loanword Adaptation in Persian: Optimal Approach // *Iranian Journal of Applied Language Studies.* 2011. № 3 (1). P. 77-96. URL: https://ijals.usb.ac.ir/article_79_26.html (дата обращения: 07.06.2021).
 10. Knüppel M. Turkic loanwords in Persian, *Encyclopædia Iranica*, Online edition, 2010, available at <http://www.iranicaonline.org/articles/turkic-loanwords> (дата обращения: 07.06.2021).

11. Mahootian S. Language contact and multilingualism in Iran // *The Oxford Handbook of Persian Linguistics*. A.A. Sedighi, P. Shabani-Jadidi (Eds.). Oxford: Oxford University Press, 2018. P. 347-360.
12. Mohammadi M.-R., Abdaltājedini N. Vāmvāžehā-ye rusi dar zabān-e fārsi va farhang-e bozorg-e Soxan // *Jostārḥ ā-ye zabāni*. 1392 (2012). № 4 (3) S. 155-178. <http://lrr.modares.ac.ir/article-14-7821-fa.html> (дата обращения: 07.06.2021).
13. Mohammadi M.-R., Golestān P. Vāžegān rusi dar zabān-e fārsi: taqyir-e vižegi-ye ma'nāii-ye ānhā (bā estenād bar farhang-e fārsi-ye 'amid // *Majalle-ye IRAS (Fasl-nāme-ye motāle'āt-e Rusiye, Āsiyā-ye markazi va Qafqāz)*. 1385 (2006). №2. S. 90-113. URL: <https://www.magiran.com/paper/753816/> (дата обращения: 07.06.2021)
14. Moustafa A. N. A. Gli italianismi nel dialetto del Cairo: una lunga storia di contatti. 2020. [Magistrali biennali]. URL: http://tesi.cab.unipd.it/64850/1/Ahmed_Nour_Ahmed_Moustafa_2020.pdf (дата обращения: 07.06.2021)
15. Nikubaxt N., Irvāni M.R. Barrasi-ye 'elal-o 'avāmel-e tārixi siyāsi-ye vorud-e vāžegān-e bigāne-ye nezāmi be zabān-e fārsi dar dowre-ye qājāriye tā sāl-e 1300 hejri-ye šamsi // *Majalle-ye tāriḫ-e adabiyāt*. 1390 (2012). 69. S. 165-186. <https://www.noormags.ir/view/fa/articlepage/1008573/> (дата обращения: 07.06.2021).
16. Perry J. Arabic elements in Persian, *Encyclopædia Iranica*, Online edition, 2011, available at <http://www.iranicaonline.org/articles/arabic-v> (дата обращения: 07.06.2021).
17. Pizzoli L. Italiano e italianismi nel mondo: osservazioni sulla ricerca dei neologismi // *Italiano nel mondo: per una nuova visione / a cura di R. Bombi*. Udine: Forum, 2018. 151-158.
18. Qāzixāni B., Akbari O., Qanizāde A. Moqāyese-ye jāygāh-e zan dar farhang-e irān-o itālyā az tariq-e barresi-ye moqābele'i-ye zarb-ol-masalhā-ye fārsi va itālyāei // *Pažuheš-e adabiyāt-e mo'āser-e jahān (pažuheš-e zabānhā-ye xāreji)*. 1396 (2018). 22 (02). 525-550. URL: https://jor.ut.ac.ir/article_64623.html?lang=fa

- (дата обращения: 07.06.2021).
19. Ramazānkiyāyi M.-H., Basiri I.-M. Kohantarīn vāžegān-e dāxil-e pārsi dar farhang-e adabiyāt-e itālyāyi // Pažuhešhā-ye zabānšenāxti dar zabānhā-ye xāreji. 1391 (2012). 2 (1). 77-95. URL: https://jflr.ut.ac.ir/article_30584.html (дата обращения: 07.06.2021).
 20. Sādeqi A.-A. Arabic language. Arabic elements in Persian / Encyclopædia Iranica Online edition, 2011, available at <http://www.iranicaonline.org/articles/arabic-i> (дата обращения: 07.06.2021).
 21. Sādeqi A.-A. Kalamāt-e rusi dar zabān-e fārsi va tārixçe-ye ānhā // Majale-ye zabānšenāsi. 1384 (2005). 2 (2). S. 3-46. <https://www.noormags.ir/view/fa/articlepage/1356183/> (дата обращения: 07.06.2021).
 22. Šeyxoleslāmi M. Naqd-e ketāb-e dastur-e kārbordi-ye novīn-e zabān-e itālyāyi (Nuova Grammatica Pratica Della Lingua Italiana) // (Critical Studies in Texts & Programs of Human Sciences). 1397 (2018). 18 (8). 187-201. URL: http://criticalstudy.ihs.ac.ir/article_3474.html?lang=fa (дата обращения: 07.06.2021)
 23. Tahmāsbpur M. Itālyāyihā dar sar'āqāz-e 'akkāsi-ye irān (1853-1862-e milādi 1270-1279-e qamari) // Honarhā-ye zibā. 2004. 89-98. URL: https://journals.ut.ac.ir/article_10706.html (дата обращения: 07.06.2021)
 24. Пейсиков Л.С. Лексикология персидского языка. М.: Издательство Московского университета, 1975. 207 с.

Использованные источники языкового материала

1. Āmuzeš-e āšpazi 'Учимся готовить'. URL: <https://t.me/ashpazim7> (дата обращения 09.06.2021).
2. Āmuzeš-e āšpazi: āšpazi-ye irāni va kānāl-e āšpazi-ye irānkuk 'Учимся готовить: иранская кухня и кулинарный канал Irancook'. URL: <https://irancook.ir/> (дата обращения 09.06.2021).
3. Āšpazi-ye herfe'i-ye kadbānu 'Профессиональная готовка хозяйки'. URL: <https://t.me/kadbaanoo> (дата обращения 09.06.2021).

4. Āšpazi-ye irāni ‘Иранская кухня’. URL: <https://t.me/chef20> (дата обращения 09.06.2021).
5. Axbār-e irān-o jahān: xabargozāri-ye tasnim ‘Новости Ирана и мира: информационное агентство Tasnim’. URL: <https://www.tasnimnews.com/> (дата обращения 09.06.2021).
6. Āžāns-e havāpeymāyi-ye eligašt ‘Агентство авиабилетов Eligasht’. URL: <https://www.eligasht.com> (дата обращения 09.06.2021).
7. Beytute: portal-e jāme’-e šāmel-e xabar, sargarmi, ravānšenāsi, zanāšuyi, mod, dekorāsyon, āšpazi, pezeški ‘Комплексный портал Beytoote: новости, развлечения, психология, отношения в семье, мода, интерьер, готовка, медицина’. URL: <https://www.beytoote.com/> (дата обращения 09.06.2021).
8. Hamgardi: sāyt-e jāme’-e gardešgari-vo turism, irāngardi va jahāngardi ‘Hamgardi: комплексный сайт о путешествиях и туризме по Ирану и другим странам мира’. URL: <https://hamgardi.com/> (дата обращения 09.06.2021).
9. Kānāl-e āšpazi-ye kadbānuhā ‘Кулинарный канал хозяйюшка’. URL: <https://t.me/Canalkadbanohaaa> (дата обращения 09.06.2021).
10. Kukpad: āšpazi-ye ruzāne-rā be sargarmi tabdil konid ‘Cookpad: превратите ежедневную готовку в свое хобби’. URL: <https://cookpad.com/ir> (дата обращения 09.06.2021).
11. Majalle-ye internet-ye bartarinhā: portāl-e xabari-vo sabk-e zendegi ‘Интернет-журнал Bartarinha: портал о новостях и образе жизни’. URL: <https://www.bartarinha.ir/> (дата обращения 09.06.2021).
12. Majalle-ye safar-o gardešgari Журнал «Путешествия и туризм». URL: <https://www.alibaba.ir/> (дата обращения 09.06.2021).
13. Namnāk ‘Namnāk’ (сайт об здоровом образе жизни). URL: <https://namnak.com/> (дата обращения 09.06.2021).
14. Pitzā dāt āy ār (Pizza.ir: интернет-ресурс заказа пиццы из нескольких пиццерий Тегерана и других городов). URL: <http://pizza.ir/> (дата обращения 09.06.2021).
15. Pitzā piyāno: sefāreš-e ānlāyn-e qazā az fastfud-e piyāno ‘Pitzā piyāno: онлайн-заказ из ресторана быстрого питания

- Piyāno'. URL: <https://pianofoodland.com/> (дата обращения 09.06.2021).
16. Pitzāpišxān: sefāreš-e ānlāyn-e pitzā 'Pitzāpišxān: онлайн-заказ пиццы'. URL: <http://pizzapishkhan.com/> (дата обращения 09.06.2021).
 17. Šabake-ye āšpazi 'Кулинарный канал'. URL: <https://t.me/shabakeashpazi> (дата обращения 09.06.2021).
 18. Salām-e no[w]: āxarin axbār-e irān-o jahān 'Salām-e no[w]: последние новости Ирана и других стран мира'. URL: <https://www.salameno.ir/> (дата обращения 09.06.2021).
 19. Sar'āšpaz pāriyon 'Шеф-повар Papillon'. URL: <https://sarashpazpapion.com/> (дата обращения 09.06.2021).
 20. Sāyt-e cāmedān: axbār-e safar, gardešgari va mirās-e farhangi 'Сайт Чемодан: новости о путешествиях, туризме и культурном наследии'. URL: <https://www.chamedanmag.com/> (дата обращения 09.06.2021).
 21. Tarafdāri: rasāne-ye mostaqell-o bozorgtarin šabake-ye ejtemā'i-ye varzeši 'Tarafdari: независимое СМИ И крупнейшая спортивная соцсеть'. URL: <https://www.tarafdari.com/> (дата обращения 09.06.2021).
 22. Telepitzā: sefāreš-e ānlāyn-e pitzā dar tehrān 'Telepizza: онлайн-заказ пиццы в Тегеране'. URL: <https://telepizza.co.ir/> (дата обращения 09.06.2021).
 23. Telewebion: marja'-ye raxš-e zende va dānlod-e film, seriyāl-o barnāmechā-ye televizyon 'Telewebion: интернет-ресурс трансляции прямого эфира и скачивания фильмов, сериалов и телевизионных программ'. URL: <https://www.telewebion.com/> (дата обращения 09.06.2021).
 24. Vājeyāb: loqatnāme-ye dexhodā, dikšineri-ye eng(e)lisi va 'arabi 'Vajehyab: словарь Деххода, английский и арабский словари'. URL: <https://www.vajehyab.com/> (дата обращения 09.06.2021).
 25. Vebisāyt-e rasmi-ye sanāye'-e qazāyi-ye mānā 'Официальный интернет-сайт производителя продуктов питания Mana'. URL: <https://www.manamacaron.com/> (дата обращения 09.06.2021).

26. Wikidepyā: dānešnāme-ye āzād ‘Википедия: свободная энциклопедия’. URL: <https://fa.wikipedia.org/wiki/> (дата обращения 09.06.2021).
27. Habargozāri-ye bornā ‘Информационное агентство Borna’. URL: <https://www.borna.news/> (дата обращения 09.06.2021).
28. Habargozāri-ye jomhuri-ye eslāmi (Информационное агентство Исламской Республики). URL: www.irma.ir/ (дата обращения 09.06.2021).
29. Habargozāri-ye mizān ‘Информационное агентство Mizan’. URL: <https://www.mizan.news/> (дата обращения 09.06.2021).
30. Harid-e bilit-e havāpeymā, tur, hotel, jāzebehā-ye gardešgari va hamečiz darbāre-ye safar – kojāro[w] ‘Kojāro: покупка билетов на самолет, отели, туристические достопримечательности и все о путешествиях’. URL: <https://www.kojaro.com/> (дата обращения 09.06.2021).
31. Xātungašt ‘Xātungašt’ (сайт туристической фирмы). URL: <http://www.khatoongasht.com/> (дата обращения 09.06.2021).

ანა გრომოვა

*აზიისა და აფრიკის შესწავლის ინსტიტუტი,
მოსკოვის სახელმწიფო უნივერსიტეტი, რუსეთი*

ახალი ნასესხები სიტყვების ადაპტაცია

**თანამედროვე სპარსულ ენაში (იტალიური კულინარიული
ტერმინების მაგალითზე)
რეზიუმე**

თანამედროვე ირანული საზოგადოების ცხოვრების ყველა მხარის სწრაფმა ინფორმატიზაციამ, ინფორმაციულ-კომუნიკაციური ტექნოლოგიების მუდმივმა სრულყოფამ, ელექტრონული (სხვა სიტყვებით – ვირტუალური, მედია) ტურიზმის აღმოცენებამ და პოპულარობამ გამოიწვია: 1) იმ საკონტაქტო ჯგუფების მკვეთრი გაფართოება და დემოკრატიზაცია, რომლებიც სესხების დროს შუამავლები არიან; 2) სპარსული ენის მზარდი ჩართულობა ენობრივ ურთიერთო-

ბებში; 3) ნეოლოგიზმების მასობრივი სესხება და 4) სპარსული ენის ლექსიკაში მათი სწრაფი ინტეგრაცია.

ნაშრომში შესწავლილია ახალი იტალიური კულინარიული ტერმინები, რომლებმაც ასახვა პოვეს პოპულარული ტურისტული და გასტრონომიული სპარსულენოვანი პორტალების პუბლიკაციებში (<https://hamgardi.com/>, <https://www.eligasht.com/>, <https://www.kojaro.com/>; <https://sarashpazpapion.com/>, <https://irancook.ir/>), ასევე ირანის მთავარი სატელევიზიო არხების კულინარიულ გადაცემებში (<https://www.telewebion.com/>).

შეგროვებული ლინგვისტური მასალის ანალიზი გვიჩვენებს, რომ იტალიური გეოგრაფიული ნომენკლატურის გადმოცემისას სპარსულ ენაში შეიძლება გამოიყოს ორი მთავარი ტენდენცია: 1) ხშირად გამოიყენება ინგლისური ენა როგორც შუამავალი ენა; 2) იტალიური ტოპონიმიკონის ერთეულების ადაპტაცია ხდება იტალიანიზმების ათვისების კანონზომიერების შესაბამისად.

Anna Gromova

*The Institute of Asian and African studies, Lomonosov
Moscow State University, Russia*

**Integration of new loanwords in contemporary Persian:
a case study of Italian culinary terms**

Summary

The increasing informatization in all areas of life and a constant improvement of the communication technologies in today's Iran, in line with a drastic development of the virtual tourism that is growing in popularity day by day, cause 1) a significant enlargement and democratization of the contact groups that facilitate borrowing, 2) an ever-growing involvement of Persian in language contacts, 3) a mass character of new loanwords, and 4) a blinding speed of their integration into the dynamic lexicon of the contemporary Persian.

The present article is focused on the new Italian gastronomic loanwords put out in popular Persian touristic and culinary websites (<https://hamgardi.com/>, <https://www.eligasht.com/>, <https://www.kojaro.com/>; <https://sarashpazpapiion.com/>, <https://irancook.ir/>) and major Iranian cooking shows (<https://www.telewebion.com/>).

Our analyses shows that two main strategies are used to convey Italian culinary in Persian: 1) a frequent use of English as a mediator language, 2) a general compliance between the adaptation process of toponyms and that one of the Italian loanwords of other semantic domains (it concerns the traditional spheres such as classic music and fine art terms, and the most recent ones, such as culinary terms).

Александр Новик

кандидат исторических наук, Музей антропологии и этнографии
им. Петра Великого Российской академии наук,
Санкт-Петербургский государственный университет, Россия

РЫБА И РЫБНЫЕ РЕСТОРАНЫ В АЛБАНИИ: ТРАДИЦИИ И КОНСТРУИРОВАНИЕ ЕВРОПЕЙСКОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ

В исследовании в парадигме антропологии анализируются процессы распространения рыбной кухни в Албании в конце XX – начале XXI в. В традиционной системе питания албанцев рыба и морепродукты занимали скромное место. С демократическими преобразованиями в стране и с развитием международного туризма роль данных продуктов в алиментарной структуре и системе общественного питания чрезвычайно выросла в виду распространения глобальных трендов здорового питания и престижного потребления.

К началу 1990-х годов Народная Социалистическая Республика Албания, строившая социализм с опорой на собственные силы, оставалась единственным сохраняющимся в Европе государством с правящим режимом монизма (от 'власть одного'), не справляющимся уже с экономическими, политическими и общественными трудностями, приведшими в итоге к коллапсу существующего порядка. Под влиянием народных выступлений, сопровождавшихся беспрецедентным бегством сотен тысяч жителей страны за рубеж (в первую очередь в Италию и Грецию) правящая элита приступила к демократическим преобразованиям, которые в скором времени привели к кардинальным трансформациям в жизни общества (Смирнова, 2003: 378-385).

В начале 1990-х годов Албания занимала «лидирующее» место среди самых бедных стран Европы: крах экономики, заброшенность сельского хозяйства, отсутствие социальных институтов поддержки населения и т. п. характеризовали уровень развития государства и общества. Большое количество албанских мигрантов, которые нередко занимались противоправной деятельностью, в Греции, Италии, Германии, Швей-

царии, Франции, Швеции и других странах также вызвали негативное отношение к Албании и складывание устойчивых отрицательных стереотипов о ее жителях. Ситуация, впрочем, стала быстро меняться. Переехавшие в поисках лучшей доли мигранты, часто имеющие высокий уровень образования (система которого сложилась по советскому образцу и при содействии специалистов из бывшего СССР), способности к изучению иностранных языков (отмечаемые жителями большинства европейских стран), высокая степень адаптивности и приспособляемости к новым условиям и – главное – сильное желание интегрироваться в новое принимающее общество гарантировали успех и признание для большого числа выходцев из Албании. Многие из них сумели сделать неплохую карьеру или организовать успешный бизнес в странах, в которые они приехали. Албанцы перестали быть «изгоями Европы», и уже к середине 1990-х годов горная балканская страна перестала быть самой бедной на континенте. В этой беспристрастной статистике отразился факт большой поддержки и финансовой помощи, которую оказали мигранты своей родине.

На экономику Албании повлияло то, что трудовые мигранты, устроившись на новом месте, регулярно отправляли денежные переводы своим семьям, которые в свою очередь не «проедали» их, а инвестировали в различные небольшие бизнесы: кафе, рестораны, миниотели и т. п. Такая позитивная история помогла таким семьям выжить в новых экономических условиях, когда уже нельзя было «рассчитывать на государство», позволяла приумножить капитал (учитывая факт постоянного роста цен на землю и другую недвижимость), а заодно – и это главное – давала возможность стране «перезапустить» экономику.

Среди «двигателей» албанской «перестройки» было открытие многочисленных заведений общественного питания: в первую очередь небольших кафе и баров, доступных по цене многим таверн с традиционной едой (предлагающих блюда из баранины, говядины, свинины, домашней птицы, овощей, бобовых и проч.), а также эксклюзивных ресторанов (больших и малых), специализирующихся на приготовлении отдельных видов кулинарных «артефактов». Среди последних были рыбные рестораны. Их появление можно оценить как важную

инновацию в алиментарной культуре Албании. Все дело в том, что для традиционной системы питания рыба и морепродукты были «редкими гостями» (Новик, 2020: 357-358). Несмотря на то, что страна омывается двумя морями на западе, а на севере, востоке и юге обладает уникальными водными богатствами больших по площади Шкодранского, Охридского, Большого Преспанского и Малого Преспанского озер, их биоресурсы практически не использовались или использовались в исключительно ограниченном виде местными жителями на протяжении многих столетий. Эта ситуация, как ни странно, даже влияла на этногенетические теории ученых касательно происхождения албанцев: некоторые из них делали выводы, что албанцы не являются потомками иллирийцев (т. е. автохтонами в данной местности), а продолжают фракийское население, пришедшее сюда с востока Балканского полуострова во второй половине первого тысячелетия нашей эры. Иначе, как считают эти авторы, албанцы освоили бы морские просторы и добычу их обитателей, как это сделали греки, живущие на юге, еще за много веков до наступления летоисчисления от Рождества Христова. В задачи данного исследования эти вопросы происхождения албанского этноса не входят, но замечательным образом иллюстрируют степень важности включения даров моря в систему жизнеобеспечения местного населения.

Интерес к рыбе и морепродуктам в национальном масштабе¹ был инициирован «извне» в первые десятилетия XX

¹ Здесь важно указать на то, что в отдельных районах страны рыба входила в рацион питания людей на протяжении достаточно долгого времени. Так, к примеру, дары моря часто были на столе в качестве разных блюд у жителей Химары (Ионическое побережье) со смешанным греческим и албанским населением. Здесь влияли доступность данных биоресурсов и трудовые традиции населения, связанные с рыболовством и добычей морепродуктов. Также жители Шкодры на протяжении многих веков ловили карпа и другие виды рыбы в своем озере, носящем одинаковое название с городом, а также население города Поградец и сел, находящихся на берегу Охридского озера (которое в Албании называется либо Охридским, либо Поградецким) добывали различные виды рыбы, включая знаменитого *корана* – разновидность форели, обладающей плотью апельсиново-оранжевого цвета.

в., когда в страну стали возвращаться трудовые мигранты и первые студенты, получавшие образование во Франции, Италии и других европейских странах. Изведав за рубежом морской кухни, «возвращенцы» захотели вернуться к пищевым привычкам, приобретенным за годы жизни за границей. Для этого в Албании были все условия: рыбу и морепродукты можно было добывать практически круглый год в морях, озерах, реках и иных водоемах страны. Тогда же были открыты и первые рестораны, удовлетворявшие спрос на рыбу и морепродукты среди – подчеркнем это – еще довольно ограниченного круга потребителей.

Настоящий перелом в завоевании моря человеком и дарами моря стола потребителя произошел в 1950-е годы благодаря помощи Советского Союза. Получившие образование в СССР специалисты, вернувшись в Албанию, смогли организовать промышленный лов рыбы. Для его осуществления опять-таки с помощью СССР была создан рыболовецкий флот, суда которого базировались в портовых городах Дуррес и Влёра. Вылов рыбы позволил более-менее стабильно снабжать население страны продукцией на протяжении круглого года. Не всегда присутствовавшая на прилавках городских, а уж тем более сельских магазинов рыба стала формировать вкусовые пристрастия значительной части страны. Рыба и морепродукты вошла в меню заведений общепита. Однако общий фон плановой экономики, так и не сумевшей справиться с постоянно возникавшим дефицитом продуктов питания и товаров потребления, не способствовал сложению устойчивого спроса и достаточного уровня потребления рыбы. Особенно сложным стал период последних лет строительства социализма, когда власти оказались совершенно неспособными снабжать население продуктами питания – факт, в значительной мере способствовавший крушению общественно-политической формации, базировавшейся на теориях Маркса, Ленина, Сталина и Энвера Ходжи.

Крутой перелом в потреблении продуктов питания, включая рыбу и морепродукты, произошел в начале 1990-х годов, с началом демократических преобразований в стране. Государство, полностью отказавшись или, вернее, не сумев

больше удержать в своих руках производство продуктов питания и добычу биоресурсов, переложило эту сферу на частных, которые, следует признать, очень быстро сориентировались и смогли обеспечить население, пусть и путем шоковой рыночной экономики и «затягивания поясов» большей частью жителей страны на определенное время.

В стране после недолгого периода нестабильности снова открылись рестораны и точки общепита, в которых можно было заказать, среди прочего, рыбу и морепродукты. Более того, некоторые мигранты, сумевшие накопить необходимый капитал, вернувшись на родину, открыли специализированные рыбные рестораны. Среди них в основном были те, кто во время миграции работал в системе общепита и научился данному делу, как было принято «там». В Дурресе, Тиране, Влёре и других крупных городах такой бизнес стал прибыльным. Увидев, что предложение на рынке рыбных блюд востребовано, в рыбный ресторанный бизнес стали входить и предприниматели, не работавшие за границей. Но для работы у себя они стали приглашать тех, кто имел трудовой стаж за границей в рыбных ресторанах – это поднимало престиж заведения.

Названия рыбных ресторанов “*Porto del Mare*”, “*Piazza*”, “*Venezia*” и подобные почти обязательно были итальянскими, чтобы вызвать у клиентуры нужные положительные эмоции, делая акцент на связь с престижной культурой Италии и ее достижениями в кулинарной сфере. В действительности многие рестораторы имели опыт работы в итальянской или греческой, французской или немецкой индустрии питания. Но даже те, кто его не имел, старались его придумать. Нередко люди, проработавшие все годы трудовой миграции на вспомогательных должностях на кухне, выдавали себя за бывших шеф-поваров известных зарубежных ресторанов. Хотя многие и вправду сумели сделать отличную поварскую карьеру за границей. В любом случае «иностранная вывеска» – касательно названия, умения приготовления блюд и персонала – служила действенной гарантией для привлечения клиентуры.

Потребление рыбы и морепродуктов становилось маркером престижного потребления. Именно фактор престижа способствовал революции в алиментарной сфере. Рыбные

рестораны начали посещать те, кто прежде никогда не «увлекался» рыбой. А вкус морепродуктов оценили те, кто раньше их даже никогда не пробовал. При этом цены на морскую продукцию ввиду ее доступности в местных водоемах оставались весьма демократичными – по сравнению с другими странами. Это был немаловажный стимул для приобщения к новой кухне (ср.: Nasko, 2013: 211-222).

Параллельно с ростом спроса на рыбу и морепродукты в столице и приморских городах интерес к рыбной «теме» пробудился и в провинции – в первую очередь в тех местах, где существовали природные «предпосылки»: это селения на берегах озер, больших искусственных водоемов и т. п. Так, важным районом приобщения к рыбной кулинарии стали город Поградец, села Лин и проч. на Охридском озере. Многие албанцы на протяжении всего XX в. предпочитали проводить летний отпуск не на жарких побережьях Адриатического и Ионического морей, а на берегу озера, гарантировавшего комфортную прохладу. К слову, бывший коммунистический лидер страны Энвер Ходжа в течение многих лет также находил спасение от летнего зноя в своей резиденции у Охридского озера в парке Дрилён. По этой причине вся эта зона контролировалась спецслужбами, а отдых у озера считался особо престижным.

С началом демократических преобразований в стране и развитием частной инициативы и предпринимательства вдоль озера открылось большое число рыбных ресторанов и таверн, в которых посетители могли отведать свежий улов рыбаков, удящих и ставящих сети прямо на их глазах. В этом районе вовсе не требовались итальянские, французские или иные навыки и опыт в организации ресторанного бизнеса: чем ближе к глади озера, проще в организации и антураже и оформлении были заведения общепита и чем более свежей была предлагавшаяся в них рыба, тем более успешнее они работали. Жители столицы и других городов страны стали все чаще отправляться на Охридское озеро не для длительного отдыха и релаксации, а просто, чтобы «вкусно поесть с чудесным видом». Такие поездки стали предпринимать не только в летний сезон, но и осенью, зимой и весной, выезжали в выходные дни, а также

среди недели. Пикантности трапезам на Охриде придавал тот факт, что в соседней Македонии, которая делит озеро с Албанией почти поровну, в 1990-е годы были приняты ограничения, а потом и закон, запрещающий вылов форели вида *коран* в целях его сохранения. В Албании же такие предписания не были введены в силу, что позволяет рыбакам ловить данный вид рыбы почти открыто. Такое «нарушение правил и закона для кого-то» делает запретный плод особо лакомым, и большинство приезжающих на озеро стремится отведать именно *корана*.

Внутренний гастрономический туризм разогревает ресторанную отрасль. Не секрет, что албанцы в своем большинстве часто путешествуют с первоочередной целью «вкусно поесть». Это открыто позиционируют опрошенные в течение 1990-2019 годов информанты. Нередко даже паломничества к святым местам (в стране сохраняется немалое число и мест смешанного паломничества, которые посещают и христиане православные и католики, и мусульмане сунниты и бекташи¹) совершаются, помимо религиозных целей и стремления получить исцеление от недугов для себя и своих близких, также с желанием отведать экзотических блюд местной кухни. В местах, в которые прибывают туристы или паломники, очень быстро появляются рестораны, предлагающие различную кухню – на разнообразный вкус и кошелек (АМАЭ, 2019).

Так, в городе Шкодра на берегу одноименного озера почти все заведения общепита, позиционирующие себя как рестораны традиционной кухни, предлагают посетителям запеченного в керамической форме карпа с овощами по местной рецептуре. Почти все, приезжающие в город, не избегают ловушки, устроенной рестораторами. Более того, многие албанцы, отправляясь в Шкодру, говорят теперь, что едут не столько по делам или долгу службы, сколько с целью отведать местной рыбы (которая действительно самая «знатная» в стране).

¹ К примеру, Сатривач в селе Хочишт, краина Девоп, или город Круя, где сохраняются два объекта, связанных с полулегендарным Сари Салтыком.

На Большом Преспанском озере в прибрежных селах в начале 2000-х годов также быстро возникли небольшие отели и рестораны, ориентированные на туристов-соотечественников. Одним из главных «козырей» пребывания в регионе позиционируется возможность отведать местной рыбы, которая «свежая, экологически чистая и которую вы больше нигде не попробуете». Во время полевых исследований в 2008 г. автор наблюдал, как многие семьи, прибывающие на уикенд из столицы, ограничивали свое знакомство с озерным краем именно гастрономической составляющей. Они не посещали достопримечательности на острове Мали-Град или пещерные храмы на берегах озера, не совершали водных или пеших прогулок (а именно в этих местах находилась столица прославленного болгарского царя Самуила), зато с воодушевлением заказывали на обед и ужин различные рыбные блюда, т. е. главной целью поездки для них была именно гастрономическая.

Одним из основных источников поступлений в бюджет Албании являются доходы от туризма (INSTAT 2020). Для его развития страна имеет все необходимые условия: около 400 км береговой линии (Адриатическое и Ионическое побережья), высокие горы, прекрасный климат, живописную природу и проч. Как правило, большинство туристов приезжают из соседних стран – это албанцы Косово, Северной Македонии и, в меньшей степени, Черногории. Из 6 млн иностранных туристов, посетивших Албанию в 2018 г., большинство были «соседями» по Балканскому полуострову. Однако местные бизнесмены, пристально наблюдая за опытом коллег из Греции, Черногории и Хорватии, имеющих более чем полувековой опыт по приему иностранных туристов, хотят развивать у себя отдых гостей «из далекого зарубежья» – немцев, итальянцев, поляков, русских, чехов.

Вон в Черногории сколько русских отдыхает! Там все отели с русскими туристами, во всех ресторанах одни русские. А сколько русских там купило недвижимость! И нам так надо! Поедут русские – у нас деньги будут [Информант албанец, 50 лет, родился в г. Шкодра, Албания, владелец туристической компании, интервью записано по-албански в г. Будва, Черногория, в сентябре 2016 г.] (ПМА, 2016).

Чтобы привлечь иностранных туристов, правительство Албании, так же, как и частный бизнес, стремятся улучшить имидж страны. В этом направлении делается очень много по части строительства дорог, обустройства зон отдыха в приморской части страны, возведения отелей и комплексов многоквартирных домов с апартаментами для туристов, открытия новых ресторанов и центров досуга. Албания стремится стать членом Европейского Союза. Для этого работают различные организации, включая отдельное министерство по европейской интеграции, ставящие цель конструирования и открытого позиционирования европейской идентичности всей страны и ее населения. В плане алиментарной культуры потребление рыбы и морепродуктов также видятся как маркеры такой принадлежности к Европе. Поэтому развитию бизнеса по рыбной ловле и созданию сети общепита, предлагающей морепродукты, оказывается поддержка.

Так, с 2018 г. в Албании заработала программа “*100 fshatra*” (100 деревень), призванная возродить и сделать привлекательными как для отечественных, так и зарубежных туристов сельские поселения, обладающие большим культурным и экономическим потенциалом. Среди первоочередных задач развития таких деревень является возрождение региональной кухни, включая блюда из рыбы и морепродуктов. Иногда такой эксперимент приводит к позитивным результатам – например, в селах на Ионическом побережье. А иногда мы видим какие-то негативные последствия внедряемых сверху инноваций.

Так, в природном парке Сюри-и-Кальтер (в переводе с албанского ‘Синий Глаз’) на пути между городами Гирокастра и Саранда, бывшем долгие годы исключительно значимым объектом, охраняемым государством, девственную красоту водной стихии буквально «затмили» многочисленные рестораны и кафе, нависающие над водой и обслуживающие тысячи туристов, прибывающих на огромных автобусах и стремящихся нырнуть в самую глубину источника, бьющего на дне живописного озера.

В любом случае Албания год от года становится все более привлекательной для европейского туриста, и немаловажную роль в этом играет возможность «недорого поесть морских гадов», которыми богата местная природа. В механизме

включения страны в европейскую систему координат рыба и блюда из рыбы играют исключительно большую роль, так как сердце туриста проще всего завоевать через его желудок.

Литература:

1. АМАЭ, 2019 – Новик А. А. Балканская экспедиция – 2019. Этнолингвистические исследования на Балканах. Экспедиционная работа в зоне греческо-албанских контактов (Южная Албания, Химара) у православных греков и албанцев, албанцев-мусульман. 22 -28.09.2019 // Архив МАЭ РАН. К-1, оп. 2. № временно б/н. 98 л.
2. Новик А. А., Морепродукты в алиментарной культуре населения Ионического побережья Албании // Вкус Европы. Антропологическое исследование культуры питания: коллективная монография / Ответственные редакторы М. Ю. Мартынова, О. Д. Фаис-Леутская. М.: Кучково поле Музеон, 2020. С. 350-399. DOI 10.33876/978-5-907174-47-4/1-568/48
3. ПМА, 2016 – Новик А. А. Полевые материалы. Албания, 2016.
4. Смирнова Н. Д., История Албании в XX веке / Н. Д. Смирнова; Институт всеобщей истории. М., Наука, 2003.
5. Hasko B., Vëzhgim mbi ushqimin tradicional të Bregut të Detit // Kultura popullore. 2013. №1-2. F. 211-222.
6. INSTAT 2020 – The National Institute of Statistics of Albania (INSTAT). Census of Population and Housing 2020 in Albania [Электронный ресурс]. <http://www.instat.gov.al/en/about-us/census-of-population-and-housing-2020-in-albania/> (дата обращения: 30.08.2020).

ალექსანდრე ნოვიკი

*რუსეთის მეცნიერებათა აკადემიის პეტრე დიდის
სახელობის ანთროპოლოგიისა და ეთნოგრაფიის მუზეუმი;
სანკტ-პეტერბურგის სახელმწიფო უნივერსიტეტი, რუსეთი*

თევზი და თევზის რესტორნები ალბანეთში: ევროპული იდენტიფიცირების ტრადიცია და კონსტრუირება რეზიუმე

კვლევაში ანთროპოლოგიურ პარადიგმაში გაანალიზირებულია თევზის კერძების გავრცელების პროცესი ალბანეთში XX ს-ის დასასრულსა და XXI ს-ის დასაწყისში. ალბანელების კვების ტრადიციულ სისტემაში თევზსა და ზღვის პროდუქტებს მოკრძალებული ადგილი ეკავათ. ქვეყანაში დემოკრატიული გარდაქმნებისა და საერთაშორისო ტურიზმის განვითარებით აღნიშნული პროდუქტების როლი ალიმენტურ სტრუქტურასა და საზოგადოებრივი კვების სისტემაში საგრძნობლად გაიზარდა.

Novik Alexander

*Museum of Atropology of Peter the Great and Ethnography of the
Russian Academy of Sciences; St. Petersburg State University,
Russia*

Fish and fish restaurants in Albania: traditions and construction of European identity Summary

The study analyzes the spread of fish dishes in Albania at the end of the XX century and the beginning of the XXI century in the anthropological paradigm. Fish and seafood have a modest place in the traditional Albanian food system. With the development of democratic transformation and international tourism in the country, the role of these products in the alimony structure and the public catering system has increased significantly.

Айана Сумачакова

кандидат сельскохозяйственных наук, доцент, Горно-Алтайский государственный университет, Россия

АЛТАЙСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ПРОДУКТ ПИТАНИЯ – ТЁРГЁМ

«Тёргём» является одним из любимых деликатесных блюд в алтайской национальной кухне, отличающимся особой колоритностью и функциональностью. Данный продукт питания готовится по традиционной технологии из субпродуктов мелкого рогатого скота.

«Тёргём» готовят в повседневной жизни, к праздничному столу, при проведении различных торжеств, к встрече гостей. Например, алтайская семья к встрече долгожданного родственника, обычно готовит «мюн, кочо, кан» и обязательно «тёргём», так как вдали от дома прежде всего вспоминаются эти блюда.

На поминальные дни и похороны, это блюдо не готовится.

«Тёргём» относится к блюдам, при приготовлении которых помимо кропотливой работы требуются определенные умения и навыки.

У алтайцев с древних времен считается, что юноша научившийся самостоятельно колоть барана, становится настоящим мужчиной, которому можно жениться. А девушка, освоившая азы по обработке внутренностей (ичеге-карын) и готовке различных блюд, считается готовой на выданье.

При проведении полевых исследований отмечено, что в состав «тёргём» включаются слизистые субпродукты 2 категории в т.ч. рубец с сеткой, тонкая кишка и нутряной жир (Таблица 1).

Таблица 1 – Субпродукты, входящие в состав «тёргём» (с переводом на алтайский язык)

Название субпродуктов 2 категории	Название на русском языке	Название на алтайском языке
Слизистые	преджелудок – рубец	јаан карын
	преджелудок – сетка	косту карын
	тонкая кишка	чичке ичеге

Нутряной жир	сальник брыжейка	бесту жуу
	брюшной сальник	карын жуу

При изучении алтайской традиционной технологии производства «тёргём» отмечены следующие последовательные этапы (Рисунок 1):

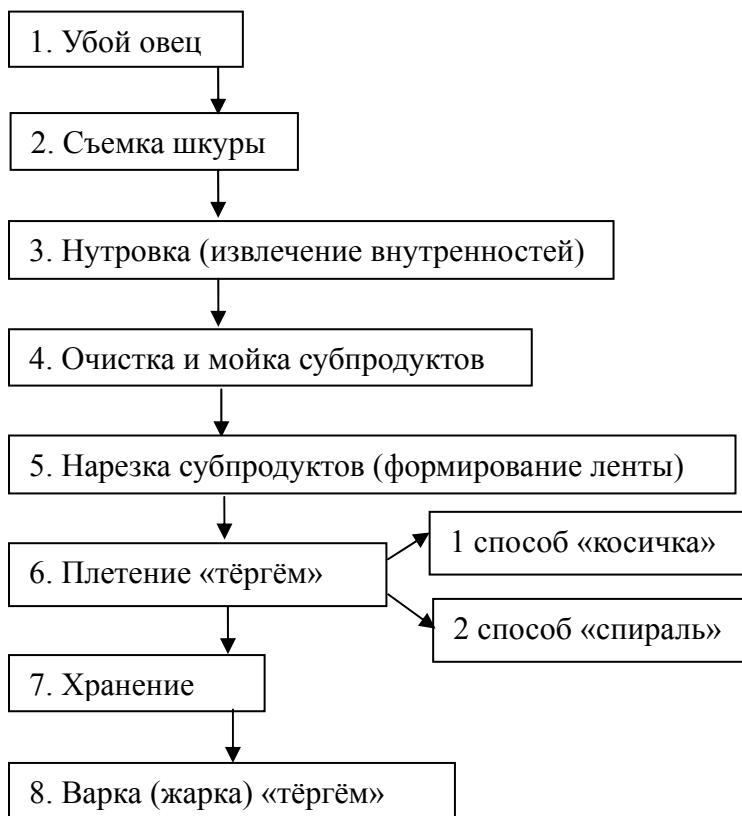


Рисунок 1 – Этапы технологии производства «тёргём» традиционным способом

1 этап Убой овец проводят по древней традиционной технологии – методом разрыва грудной аорты.

2 этап Съемка шкуры осуществляется ручным способом. Туша животного располагается на земле в спинном положении.

3 этап Нутровка заключается в удалении внутренних органов из туши. На данном этапе делают заготовки из внутренностей для приготовления различных блюд. Рубец с сеткой не разделяют, при этом отделяется сычуг «тюмур» и книжка «кыпту карын». Все действия осуществляются по специальной технологии аккуратно с максимальной точностью, чтобы не допустить порезов и повреждений субпродуктов. В особенности это относится к тем слизистым внутренностям, из которых в последующем готовится кровяная колбаса «кан».

4 этап Очистка и мойка слизистых субпродуктов. Слизистые субпродукты освобождаются от внутреннего содержимого, очищаются от загрязнений (сгустков крови, лимфоузлов, волоса и пр.) и тщательно промываются в теплой воде.

Если предпочитается удаление поверхностного слизистого слоя рубца с сеткой, то проводят ошпарку кипятком. После чего, ножом соскабливают слизистую оболочку, избегая прирезей мышечной ткани.

Чаще этот способ очистки используется жителями высокогорий. Это можно объяснить тем, что растения, растущие на солонцах и солончаках, имеют грубую текстуру и большое содержание солей. Поэтому внутренняя поверхность желудка животных, питающихся этими растениями, становится грубой и со временем подвергается ороговению эпителия.

Нутряной жир (брыжейка и большой сальник) также тщательно очищают и промывают.

5 этап Нарезка субпродуктов (формирование ленты). На данном этапе рубец и сетку острым ножом разрезают на ленты шириной 2-4 см. Проведение данной операции требует определенной сноровки.

Тонкую кишку после очистки и промывки оставляют в целом виде, или вспарывают по всей длине лезвием ножа, либо в ручную с помощью большого пальца.

Брыжейку разрывают, формируя ленту шириной 2-3 см. Большой сальник используется в случае нехватки ленты из брыжейки, формируя ленту такой же ширины.

6 этап Плетение «тёргём» предполагает 2 способа – «косичка» и «спираль». Наиболее распространен первый способ плетения, второй способ применяется гораздо реже.

Для плетения «тёргём» придерживают две ленты из рубца и нутряного жира и оплетают их тонкой кишкой первым либо вторым способом. Общая длина «тёргём» составляет от 1,5 до 2 м, масса в среднем 2-3 кг. (зависит от возраста и упитанности животных).

7 этап Хранение «тёргём» осуществляется в том случае, если его не варят сразу. Оптимальный срок хранения полуфабриката в замороженном состоянии составляет 6 месяцев.

8 этап Варка (жарка) «тёргём». Варится «тёргём» обычно вместе с другими субпродуктами (кан, телян, айланчк) в течение 1-2 часов (зависит от возраста животного) в соленом бульоне (мюн) до мягкой консистенции. Иногда его варят в составе алтайского национального супа «кёчэ», у которого появляются особенные оттенки характерного вкуса.

Жарка осуществляется очень редко, при убое ягненка «кураган» в возрасте 5-7 месяцев. В этом случае «тёргём» нанизанный на шампур (тиш) жарят на очаге над горячими, без пламени, углями в течение 20-30 минут, периодически переворачивая, чтобы получилась равномерная прожарка продукта с золотистой корочкой. Блюдо получается нежной и сочной консистенции, с приятным запахом и вкусом, свойственным жаренному «тёргём».

Перед трапезой «тёргём» еще в горячем состоянии нарезается на кусочки длиной 3-5 см. В горячем или теплом состоянии обеспечивается наилучший вкус и аромат блюда.

Между тем, как отмечают исследователи, субпродукты являются ценным сырьем. Они содержат животный белок, витамины и минеральные вещества, необходимые в питании и легко усваиваемые организмом человека. Использование данных продуктов в рационе позволяет увеличить количество функциональной пищи высокого качества, сбалансированной по содержанию незаменимых аминокислот и другим полезным компонентам животного происхождения [2].

Авторы Лисицын А. Б., Небурчилова Н. Ф., Петрунина И. В., Чернова А. С, проанализировав проблему комплексного использования продуктов убоя сельскохозяйственных животных, отмечают, что в процессе убоя и разделки скота КРС и МРС и свиней, предприятия отрасли получают не только основное, но и до 40% побочного сырья и отходов. Представлена классификация о пищевом, кормовом, техническом и медицинском использовании продукции. Исследователи приводят факты о широком использовании субпродуктов в профилактических и медикаментозных целях [4].

Авторы, Антипова Л. В., Пешков А. С., Куцова А. Е., отмечают использование нетрадиционных видов сырья при разработке лечебно-профилактических продуктов. Например, в составе животных нутряных жиров присутствуют незаменимые и полиненасыщенные жирные кислоты, играющие важную роль в обменных процессах: линолевая, линоленовая и арахидоновая. Подобно незаменимым аминокислотам, они в организме не синтезируются или синтезируются ограниченно [1].

Субпродукты широко используются в разных национальных кухнях народов мира. Большое разнообразие различных блюд встречается во Франции, в Италии, Испании, Шотландии, Германии и в других странах. В частности, в Германии большой популярностью пользуются разные

продукты, вырабатываемые из субпродуктов 1 и 2 категорий, включаемые в состав эмульсий при изготовлении различных колбасных изделий [3].

Сотрудники федерального научного центра пищевых систем имени В. М. Горбатого отмечают, что широкое применение субпродукты получили после того, как было проведено большое количество работ, доказывающих их высокую пищевую ценность. Проведена аналитическая работа по пищевой ценности и полезным свойствам пищевых субпродуктов [5].

Таким образом, в алтайской кухне с широким разнообразием блюд из субпродуктов «тёргём» безусловно занимает одну из главных позиций и относится к деликатесным блюдам. Для него характерны высокие вкусовые качества и полезные пищевые свойства.

Литература:

1. Антипова Л. В., Пешков А. С., Куцова А. Е., Использование нетрадиционных видов сырья при разработке лечебно-профилактических продуктов // Хранение и переработка сельхозсырья, 2009, №3, с. 67-69.
2. Герасимов А. В., Изучение химического состава и функционально-технологических свойств субпродуктовых паст // Современные аспекты производства и переработки сельскохозяйственной продукции: сб. ст. по материалам III науч. практ. конф. студентов, аспирантов и молодых ученых, посвящ. 95-летию Кубанского аграрного университета.– Краснодар: КубГАУ, 2017, с. 48-53.
3. Лебедева Л. И., Насонова В.В., Веревкина М.И. Использование субпродуктов в России и за рубежом // Все о мясе, 2016, №5, с. 8-12.

4. Лисицын А. Б., Небурчилова Н. Ф., Петрунина И. В., Чернова А. С., Использование субпродуктов в медицинских целях // Все о мясе, 2015, №2, с. 6-9.
5. Насонова В. В., Перспективные пути использования субпродуктов // Теория и практика переработки мяса, 2018, №3, с. 64-68.

აიანა სუმაჩაკოვა

*სოფლის მეურნეობის მეცნიერებათა კანდიდატი, დოცენტი,
გორნო-ალთაის სახელმწიფო უნივერსიტეტი, რუსეთი*

ალთაის ნაციონალური კვების პროდუქტი – ტიორგიომი რეზიუმე

ნაშრომში საუბარია ალთაის ნაციონალური კვების პროდუქტის – ტიორგიომის წარმოების ტექნოლოგიაზე.

Ayana Sumachakova

Candidate of Sciences in Agriculture, Associate Professor, Gorno-Altai State University, Russia

Altain national food product – tyorgyom Summary

The paper describes the documents of research, during which is studied the production technology of vanishing Altay national food product called – “tyorgyom”.

Марина Мартынова

Доктор исторических наук, профессор
Зав. центром европейских исследований ИЭА РАН.

МИГРАНТЫ В МЕГАПОЛИСЕ И ТРАДИЦИОННАЯ ПИЩА В МУЛЬТИКУЛЬТУРНОМ СООБЩЕСТВЕ. ПРИМЕР РОССИИ

Мысль о том, что еда является не только способом поддержания жизни организма и восполнения его энергетических ресурсов, но и вариантом самовыражения, а также важной составляющей культурной и социальной идентичности, локальной, этнической, религиозной, не нова. Тем не менее, еще раз напомним, что пища – не только компонент природы, но и продукт общества. Наряду с географическими условиями на рацион питания влияет степень развитости производительных сил, масштаб коммуникации, уровень развития экономики, финансовые возможности и т.д.

Более того, постепенно пища человека оказывается все менее зависимой от природных условий и все более обусловленной социальными факторами. Процесс глобализации, миграции населения, с одной стороны, расширяют возможности рынка продуктов потребления, совершенствует индустриализацию процесса приготовления пищи, делает нашу еду все более усредненной, с другой стороны, ведет к тому, что пища становится предметом рефлексии и сентиментальности, показателем социального, этнического, религиозного, идеологического самовыражения.

Питание, вроде бы, стало полем креативности и инноваций, ритуальная и обрядовая составляющие процесса потребления пищи идет по линии упрощения, в то же время еда имеет тенденцию приобретать символический смысл, быть трендом и важным сегментом хранителя прошлого, традиционного, предметом ностальгии по домашним блюдам, знакомым с детства. Пища дает ощущение принадлежности к определенной социальной, в т.ч. возрастной, профессиональной, этнической группе. Она является маркером статуса и по-прежнему проходит

красной нитью через все сферы жизни человека, демонстрируя свои разнообразные общественные функции.

Когда мы говорим о пище, как явлении культуры, подразумеваем не просто сборник рецептов типичных блюд того или иного региона, но широкий пласт явлений, включающих в свой гастрономический контекст образ жизни людей с их родственными, социальными и экономическими особенностями. В этом ключе становится значимой не только сфера повседневной хозяйственной рутины для утоления голода, но также ритуальная составляющая приготовления блюд, протекания самой трапезы, система питания, та часть религиозных, семейных и общественных торжеств, которые повсеместно и неизменно заканчиваются за общим столом. Вместе с тем, и сами по себе кушания могут рассматриваться как культурные феномены, через их призму видны многовековые процессы и социальные изменения.

Я хотела бы обратить ваше внимание на эволюцию традиционной культуры в современном мире в целом и в современной России в частности, сосредоточив внимание на одном аспекте проблемы – феномене людей, живущих своей повседневной жизнью в диалоге между различными культурными традициями в большом городе. Я собираюсь рассказать о влиянии и внедрении новых народных культур и традиций в российское сообщество. Я сосредоточусь на изменениях в пищевых предпочтениях (москвичей). Культура питания является одновременно жизненно важным компонентом человеческой цивилизации и историческим наследием, зависящим от социальных и культурных изменений.

Привычки в еде являются основой хорошего общения и диалога между нациями, странами, культурами и отдельными людьми. В настоящее время, в эпоху стремительного распространения более или менее единой глобальной городской культуры, уникальность народов в материальной и бытовой сферах постепенно стирается. Показательно при этом, что специфика в еде сохраняется дольше, чем в других сферах материальной культуры. Приготовление пищи во время

ритуалов и праздников хранит в себе архаичные элементы, которые подразумевают, что еда (с точки зрения типа и символики) представляет собой наиболее стабильный и последовательный элемент ритуалов. С другой стороны, культура питания – это область постоянных инноваций и способ для одной культуры стать частью другой, почти незаметно и, кроме того, без проблем, связанных с другими типами культурного взаимодействия.

Рассмотрим некоторые культурные инновации, которые влечет за собой приток новых жителей на примере российских регионов. Как известно, Россия сегодня занимает одно из лидирующих мест по количеству принимаемых мигрантов. Учитывая, что миграции по самым разным причинам, в первую очередь в экономически привлекательные регионы, большие города широко распространены во всем мире, данный вопрос может представлять, на наш взгляд, интерес не регионального, а более широкого масштаба. Сконцентрируем внимание на проблеме открытости повседневной культуры к иному в условиях современности, феномену повседневности в диалоге различных культурных традиций.

В настоящее время достаточно распространенной является точка зрения, согласно которой наиболее серьезным барьером во взаимопонимании между представителями мигрантских групп и принимающим сообществом является фактор разницы их норм и правил поведения. Подчеркивается, что традиции, принятые в принимающей главным образом урбанизированной среде с развитыми социальными коммуникациями, высокой социальной мобильностью, выраженным индивидуализмом отличаются от патриархального, кланового образа жизни, присущего новоприбывающим мигрантам. Тезис о многонациональности России, ее этнокультурном многообразии, о значимости этнических отличий давно стал общим местом, используется в популистских речах политиков, публикациях журналистов, в выступлениях представителей национально-культурных объединений.

Насколько существенны трансформации в бытовой культуре, связанные миграционными процессами? Каков путь для приехавшего человека к ощущению, что он у *себя дома, каким*

образом можно обрести это ощущение? И как сделать, чтобы окружающее население воспринимало его как своего?

Как жительница Москвы, приведу несколько конкретных примеров культурных инноваций из сферы питания в мегаполисе, связанных с этнической сферой. Одним из показателей происходящих на территории СНГ этнокультурных процессов является появление в столице нетипичных для этого региона продуктов и форм организации общественного питания. Возникновение многочисленных и устойчивых диаспор вызвало у ее представителей потребность создания привычных условий обитания, в том числе и в сфере питания. Например, поскольку значительная часть мигрантов работает в сфере рыночной торговли, на московских рынках стали появляться ориентированные специально на них чайханы, китайские столовые и т. д.

У нас в городе сформировался такой сегмент общественного питания, как «этнические кафе». Он разнообразен, ориентирован на разные группы потребителей, разные модели посещения. Исследователь В.М. Пешкова на основе анализа данных включенного наблюдения, глубинных интервью с управляющими и сотрудниками «этнических» кафе и анкетирования выделяет две основные категории или два идеальных типа мигрантоориентированных кафе: «кафе-клубы» и «чайханы». По ее мнению, они различаются такими характеристиками как расположение, доступность, график работы, организация внутреннего пространства, наличие этнических/культурных символов, меню (наличие или отсутствие алкоголя), персонал, типичные посетители, а также модели посещения. Несмотря на различия оба типа кафе, ориентированные на мигрантов (и кафе-клубы и чайханы) играют роль и объединяющего и обособляющего социального пространства.¹

¹ Пешкова В.М. Среднеазиатские этнические кафе Москвы: мигрантская инфраструктура в городском пространстве // Этнические рынки в России: пространство торга и место встречи / науч. ред. В. И. Дятлов, К. В. Григорьев. Иркутск: Изд-во ИГУ, 2015. С.186-202.

Или другой пример. Какое-то время назад сетевое издание M24.ru¹ опубликовало путеводитель по этническим рынкам Москвы. Автор материала объясняет, что у каждого народа есть набор уникальных продуктов, которые сложно найти за пределами родной страны. Так, русским за границей всегда не хватает гречневой крупы, творога, ржаного хлеба, пряников и докторской колбасы. Испанцы страдают без хамона, а итальянцы – без сыра и пасты. Приехавшие в Москву вьетнамцы ищут рыбный соус, тофу, привычный рис, лапшу и морепродукты, китайцы – куриные лапки и свиные уши. Индийцам в России не достает дала (разновидность чечевицы), африканцам – пальмового масла, ямса и муки из него. Иудаистам и мусульманам раньше было проблематично купить кошерные и халяльные продукты в обычном супермаркете.

Поэтому в Москве появились места, где можно найти такие нетипичные для нашего региона продукты. Большинство торговых площадок рассчитаны на своих покупателей, продавцы в китайских, вьетнамских и нигерийских местах с трудом изъясняются на русском и английском языках, зачастую они даже не могут объяснить, как называется тот или иной продукт и как его использовать. Вот лишь некоторые необычные рынки и магазины Москвы: китайско-вьетнамский рынок в ТЦ «Москва» рядом с метро «Люблино»; китайско-вьетнамские торговые ряды на рынке «Садовод»; магазин нигерийских продуктов «Афрошоп» у метро «Жулебино»; халяльная лавка на Проспекте мира; тайские продукты в «Шанхайском котелке» у метро «Академическая»; кошерный гастроном «Пардес» у метро «Марьино»; магазин индийских продуктов у метро «Севастопольская».

Но повседневные услуги с этническим колоритом предназначены не только приезжим. Интересный пример – возникшие в последние годы на московских рынках традиционные для Средней Азии таджикско-узбекские хлебпекарни (*нонвойхона*), где выпекаются лепешки по традиционным рецептам. Причем

¹ Щуренков Н. Москва экзотическая: путеводитель по этническим рынкам города // Сетевое издание M24.ru 15.10.16. <http://www.m24.ru/articles/119008>

для этого специально из Средней Азии привезли керамические тандыры (*тануры*) – печи для выпечки лепешек. Обслуживают такие пекарни, как правило, три человека – один главный пекарь и два помощника. Правда, полного совпадения в технологии приготовления, приемах хлебопечения нет. Готовые лепешки существенно меньше по размерам, чем традиционные, они более однообразны по форме и типу теста и т. д. Может быть даже они несколько адаптированы ко вкусам москвичей. Поскольку покупают лепешки не только и даже не столько выходцы из Азии, но и многие коренные жители.

Таким образом, происходит изменение в рационе их питания, поскольку в ряде случаев отдается предпочтение не традиционному ржаному хлебу или дрожжевому пшеничному, а лепешкам. Еще один пример – целый ряд молокозаводов столицы стал выпускать айран, мацони, кумыс и другие напитки, которые раньше не могли купить москвичи. Халяльные и кашерные продукты тоже стали доступны во многих продуктовых магазинах и супермаркетах.

Процесс аккультурации – двусторонний процесс. Многое заимствуют у приезжих коренные москвичи. Раньше редкий москвич покупал на рынке черемшу, сейчас ее выращивают на подмосковных приусадебных участках. Производство корейских маринованных овощей и салатов приобрело массовый характер, их продают буквально на каждом рынке и в каждом продовольственном магазине. То есть их изготовление явно рассчитано не только, да и преимущественно, не на корейцев. Осетинские пироги можно приобрести на заказ испеченными специально для Вас и в супермаркетах в замороженном виде, они очень популярны.

В Москве стало много ресторанов с восточным или этническим колоритом – «Ходжа Насреддин в Хиве», «Жорчма» (украинская кухня). Или, например, «Изба рыбака», где долгие годы готовили рыбные блюда, перепрофилирована в ресторан азербайджанской кухни «Баклажан». Новое для москвичей явление – национальные блюда на улицах города. Фастфуд, представленный раньше пирожковыми и пельменными, сейчас – не только Макдональдс, но и пиццерии, маленькие закусочные с восточной шаурмой.

Вспомним, что еще в советское время блюда из кухонь разных народов нашли массовое распространение по всей стране. Украинский борщ, узбекский плов, кавказский шашлык, сибирские пельмени – эти блюда вышли далеко за пределы культур, которыми они были созданы. Они стали частью нашего пищевого рациона. Сейчас происходит обогащение пищевого рациона россиян новыми блюдами.

Общую картину культурного многообразия усиливает мода на этничность, как реакция на обезличивание и унификацию многих сфер современной жизни. Об этом свидетельствует популярность всевозможных артобъединений, галерей, клубов, ресторанов, использующих этнический колорит. Появились объединения любителей арабских танцев, магазины индийских или корейских товаров (в т.ч. продуктов), китайские чайные клубы, турецкие бани.

Активное внедрение этнических репрезентаций в нашу жизнь проявляется и в возрастании использования элементов собственной национальной истории в повседневной жизни. Значительную роль в российской культуре стали играть реконструированные традиции. Из прошлых веков извлекаются символы, образы и культурные герои, репрезентирующие русские национальные архетипы. Сотрудник института социальной инженерии Е. В. Николаева среди примеров постмодернистской игры с традициями называет «историко-этнографические» названия фирм (например, инвестиционный фонд «Илья Муромец»), товаров (автомобиль «Князь Владимир», горчица «Малюта Скуратов»), улиц («Огородная слобода»), торговых центров («Рогожская застава»). Список пополняют персонажи на обложках журналов (кустодиевское купечество), на упаковках продуктов, рекламных постерах и в телевизионных роликах (лубочные мужики, сказочные царевичи и красны девицы и т. д.), предметы деревенского и городского быта XIX в. в витринах (самовары, телеги, кадки, горшочки), царская

атрибутика (шапка Мономаха), православная символика (церкви, купола, монахи, святые источники).¹

Традиции реконструируются во многих сюжетах, связанных с пищей. В частности, многие регионы или города выбирают тот или иной продукт в качестве своего символа и проводят связанные с ними гастрофестивали (День огурца в Суздале, День помидора в Минусинске Красноярского края, Фестиваль башкирского меда, День пельменя в Удмуртии, День рождения Колобка в Ульяновской области, Вкус Москвы и др.)

Впрочем, инновации появляются в разных сферах. Они заметны визуально, находят материальное отражение. Т.е. с движением людей меняется и визуальный ряд, внешний облик многих привычных вещей. Например, одна моя знакомая, которой дачу строили гастарбайтеры, возмущалась, что она в ней не может жить – «вместо русской избы получилась кавказская сакля, ступеньки слишком крутые, планировка комнат непривычная и т. д.». Если сравнивать жилище москвичей и приезжих, то различия можно заметить в некоторых деталях интерьера, в цветовых предпочтениях. Скажем, выходцы из Центральной Азии любят спать на низких кроватях, либо расстилая на пол перины. Пьют чай они не из чашек, а из пиал. А азербайджанцы пьют чай из маленьких стеклянных стаканчиков без ручек (армуды).

Вроде бы обезличенная городская одежда тоже оказывается не столь уж унифицированной. Часто можно увидеть на улице женщин в азиатских цветастых платьях, с покрытыми головами. Еще десятилетие назад шокировало появление и купание в реке на московских пляжах женщин в одежде и пенджабе, сейчас это уже не исключительное явление. В общественных местах (кафе, рынки, магазины и др.) звучит этническая музыка, причем не в качестве экзотики, а просто

¹Николаева Е.В. Реконструкции национальных традиций в культуре повседневности российской столицы // VII Конгресс этнографов и антропологов России. Саранск, 2007.

потому, что она близка работающим здесь людям. Все чаще слышна нерусская речь – таджикская, украинская, народов Кавказа, русская речь с немосковским говором.

Появились и новые формы досуга. Большее распространение получила игра в нарды. В них стали играть в парках, где любят собираться шахматисты и доминошники, причем не только приезжие, но и москвичи со стажем. Я уже отмечала, что аккультурация – процесс двусторонний. Азербайджанцы и таджики научились в Москве играть в домино, таджики стали играть в футбол, участвовать в спортивных играх, которых они раньше не знали.

Примеры культурных программ с этническим окрасом: Культурно-просветительский и досуговый центр при поддержке ДУМ Москвы и Центра исламоведения Фонда Марджани организовал занятия по искусству ислама. Серия семинаров на данный момент состоит из трех блоков – Исламский геометрический орнамент, Исламский растительный орнамент и Каллиграфия¹. Обучение танцам народов Кавказа стало востребованным в Москве среди молодежи. Так, сегодня каждая школа абхазских танцев может предложить возможность заниматься не только взрослым, но и детям. Я знаю, по меньшей мере, 8 залов, где идет набор молодежи от 5 лет. (м. Улица 1905 года, м. Баррикадная, м. Краснопресненская, м. Цв. Бульвар, бульвар Рокоссовского, Белорусская, Третьяковская, Юго-Западная).

С конца XX в. в глазах общества пища стала большим, чем просто еда: она представляет собой кодовую систему, позволяющую посредством коннотативных знаков, или знаков-индексов (за которыми стоят конкретные продукты питания или блюда), раскрыть различные аспекты жизни человека и общности, к которой он принадлежит, и служит «знаком не только определенных тем, но и... определенного образа

¹ Занятия по искусству ислама // Исламовед. Научный портал Фонда Марджани.

<http://islamoved.ru/2016/islamskij-ornament-v-novom-sezone/>

жизни».¹ Подобная семиотическая и социально-культурологическая интерпретация пищи позволяет расширить ареал ее знаковости, включая в него также стоящие за тем или иным продуктом питания апелляции к истории, к опыту аккумуляции, этническому и конфессиональному составу населения, миграциям. Подчас людям «проще осознать свое историческое прошлое через меню – чем через учебники истории» – «поесть... означает еще и попробовать прошлое на вкус, заглянуть на много веков назад».²

Не утрачивая своих ни таких традиционных черт, как ритуальность, обрядовость, конфессиональная маркированность, ни своей привязки к комплексу материальной культуры, пища в наши дни обрела и новые смыслы «состояния бытия», и новое прочтение не только в научном мире. Все чаще пища коннотирует с идентификацией: «гастрономическая культура и кулинарные навыки определенных территорий» не только являют собой «существенную часть их самобытности», но и осознаются таковыми населением этих регионов.³ Поэтому сегодня пища, в том числе и традиционная, во всем многообразии ее составляющих – от сырьевых ресурсов до кулинарно-технологических аспектов их обработки, от вкусовой и ольфактометричной специфики до обычаев ее потребления и социальных аспектов трапезования – фигурирует как основание и выражение коллективного, будь то культурного, этнического, конфессионального, национального, самосознания населения,⁴ все активнее берется на вооружение и поднимается на щит лидерами националистических, регионалистических движений как символ локальной идентичности.

¹ *Барт Р.* К психосоциологии современного питания // Барт Р. Система моды. Статьи по семиотике культуры. М.: Академический проект. 2018. С. 310, 316.

² *Dickie J.* Delizia! The Epic History of the Italians and Their Food. L.: Hodder & Stoughton. 2007. S. 20, 33.

³ *Капатти А., Монтанари М.* Итальянская кухня. История одной культуры. М.: НЛЮ, 2006. С. 8-9.

⁴ *Арутюнов С.А., Воронина Т.А.* (отв. ред.). Традиционная пища как выражение этнического самосознания. М.: Наука, 2001.

Пища, являясь одним из наиболее ярких, консервативных, а в силу этого – и информативных культурных феноменов, служит идентификационным маркером этнического, социального, конфессионального, гендерного, культурного своеобразия любого социума и входящих в него субстратов. Поэтому в наши дни в контексте общих для всего мира тенденций пристальное внимание уделяется кулинарной локальности, поиску аутентичности и воссозданию архаичных, а главное местных, рецептов.

Кухня каждого региона коннотирует с самосознанием, а в ряде случаев является материальным знаком и индикатором радикализованного самосознания определенной общности, претендующей на защиту или официальное признание своей самобытности. Подобный подход к пище, озвученный еще в 1920-е годы каталонским журналистом, политиком и знатоком гастрономии Ф. Агульо, сказавшим ставшую исторической фразу: «Каталонцы – особая нация, потому что у них есть свой язык, свой свод законов и своя кухня»,¹ присутствует все чаще в сюжетах, посвященных общностям и меньшинствам – социальным, религиозным, языковым, этнокультурным, – охваченным протестными, сепаратистскими или автономистскими движениями. В частности, отношение к пище как к коннотативному знаку отстаиваемой «самости» присущ многим современным антропологическим исследованиям. Вместе с тем, как мы видим, медленно, но верно наш рацион обогащается за счет блюд, изобретенных в других регионах мира, способствуют этому в значительной степени и миграции населения.

¹ *Agulló F. Llibre de la cuina catalana. Barcelona: AltaFulla. 1990. S. 5.*

მარინა მარტინოვა

*ფილოლოგიის მეცნიერებათა დოქტორი, პროფესორი
რუსეთის მეცნიერებათა აკადემიის ეთნოლოგიისა და
ანთროპოლოგიის ინსტიტუტი, რუსეთი*

მიგრანტები მეგაპოლისში და ტრადიციული კერძები მულტიკულტურულ საზოგადოებაში. რუსეთის მაგალითი რეზიუმე

ნაშრომში ყურადღება გამახვილებულია ტრადიციული კულტურის ევოლუციაზე, ზოგადად, თანამედროვე მსოფლიოში და განსაკუთრებით, დღევანდელ რუსეთში; აქცენტი გაკეთებულია პრობლემის ასპექტზე, რომელიც არის ფენომენი, როდესაც ადამიანები ცხოვრობენ თავიანთი ყოველდღიური ცხოვრებით სხვადასხვა კულტურულ ტრადიციებს შორის, მაგალითად, დიდ ქალაქში. ავტორი საუბრობს მოსკოვის საზოგადოებაში ახალი ხალხური კულტურებისა და ტრადიციების გავლენასა და დანერგვაზე. ყურადღებას ამახვილებს მოსკოველთა კვების უპირატესობებსა და ცვლილებებზე. კვების კულტურა არის ადამიანის ცივილიზაციის სასიცოცხლო კომპონენტი და ისტორიული მემკვიდრეობა, რომელიც დამოკიდებულია სოციალურ და კულტურულ ცვლილებებზე. კვების ჩვევები არის ერებს, ქვეყნებს, კულტურებსა და ინდივიდებს შორის კარგი კომუნიკაციისა და დიალოგის ძირითადი საფუძველი. დღესდღეობით, მეტ-ნაკლებად ერთიან, გლობალური ურბანული კულტურის სწრაფი გავრცელების ეპოქაში თანდათან იშლება ხალხთა უნიკალურობა მატერიალურ და საყოფაცხოვრებო სფეროებში. ცხადია, რომ განსხვავებულობა საკვებში უფრო დიდხანს ინახება, ვიდრე მატერიალური კულტურის სხვა სფეროებში. რიტუალებისა და დღესასწაულების დროს საჭმლის მომზადება ინარჩუნებს არქაულ ელემენტებს, რაც იმას გულისხმობს, რომ საკვები (ტიპისა და

სიმბოლიზმის თვალსაზრისით) წარმოადგენს რიტუალების ყველაზე სტაბილურ და თანმიმდევრულ ელემენტს. მეორე მხრივ, კვების კულტურა არის მუდმივი ინოვაციების სფერო და გზა, რათა ერთი კულტურა გახდეს მეორის ნაწილი, თითქმის, შეუმჩნევლად და უფრო მეტიც, სხვა სახის კულტურული ურთიერთქმედების შედეგად, პრობლემების გარეშე.

Marina Martynova

Doctor of Sciences in History, Professor
*Institute of Ethnology and Antropology of Russian
Science Academy, Russia*

Migrants in the Megalopolis and Traditional Meals in a Multicultural Community. The Case of Russia Summary

I would turn your attention to the evolution of traditional culture in the modern world in general and in nowadays' Russia especially, focusing on a single aspect of the problem, being the phenomenon of people living their everyday lives in a dialogue between various cultural traditions in a large city. I am going to speak about the influence and introduction of new folk cultures and traditions into Moscow community. I'll focus in changes at meals preferences of the Muscovites. Food culture is both a vital component of human civilization and a historical heritage dependent upon social and cultural change. Eating habits are a basic foundation of good communication and dialogue between nations, countries, cultures and individuals. Nowadays, in the era of the rapid spread of more or less unified global urban culture, the uniqueness of the peoples in the material and the domestic spheres is gradually erased. It is revealing that specificity in food is retained longer than in other spheres of material culture. Preparing food during rituals and

holidays preserves archaic elements which imply that food (in terms of type and symbolism) represents the most stable and consistent element of rituals. On the other hand, food culture is an area of constant innovation and way for one culture to become part of another, almost without being noticed and furthermore without the problems surrounding other types of cultural interaction.

Индира Газиева

младший научный сотрудник Международного научного центра
изучения Южной Азии, Российский государственный
гуманитарный университет, Россия

ТРИ ВИБРАЦИИ ЕДЫ

Существует диета, которую мудрецы Индии на протяжении тысячелетий пропагандировали как наиболее благоприятную как для здоровья, так и для духовного роста. Мы говорим о диете браминов, которая также называемая саттвической или йогической, подразумевающей вегетарианский образ жизни, в котором основное внимание уделяется натуральным продуктам, способствующим умиротворению души и тела. Традиционная система индийской народной медицины Аюрведа определяет три вибрации еды или три «гуны» (качество): саттва, раджас и тамас Мы рассматриваем правила питания для браминов (высшей касты индуистского общества), которая по предписаниям Вед (древнейших священных писаний индуизма), должна быть только саттвической. Слово «*саттва*» на санскрите означает «чистота», святость тела и души» [7, 330], поэтому система питания браминов должна быть основана на диетическом подходе для улучшения здоровья, достижения более высокого уровня сознания за счет употребления свежих цельных продуктов. Говоря современным языком, саттвическая пища – это цельная пища на растительной основе. Слово «*гуна*» в Индии является философским термином, первое значение которого означает – одно из трёх начал, составляющих всю природу: «*саттва*», определяющая доброту, святость и имеющую лёгкую и светлую природу; «*раджас*» – определяет элемент движения жизни, подвижную и деятельную природу; 3) «*тамас*», означающее – «инертность, тьма, невежество» и определяет тяжёлую и инертную природу. Другие значения слова «гуна» означают «качество, свойство; достоинство, добродетель; умение, искусность; талант, дар» [4, 150]. Согласно Ригведе, первого памятника индуистских религиозных текстов в индийской литературе, древнеиндийское общество распределялось на социальные группы или сословия людей – «варны». Слово

«варна» означало «цвет, вид, внешний вид, фигура или форма». В древнеиндийском эпосе Махабхарата слово «варна» означало «цвет, оттенок, краситель или пигмент», а в средневековых текстах варна означает «цвет, расу, племя, вид, вид, род, природу, характер, качество, свойство» объекта или людей [7, 271]. Таким образом, первоначально древнеиндийское общество делилось по цвету кожи на светлокожих и темнокожих. В десятом разделе Ригведы (10.90) содержится гимн, посвященный первому человеку на земле Пуруше, которого индуистские боги приносят в жертву, бросив его на жертвенный костер и расчленив его тело для создания Вселенной. Согласно Елизаренковой, переводчику Ригведы на русский язык, стихи 8-10 и 13-14 описывают последовательное возникновение живого и неживого мира и социальных установлений из частей тела Пуруши: животных (8 и 10), элементов ритуала (9), варн (12 – это первое упоминание о них в древнеиндийской литературе), небесных светил (13) и пространств (14) [2, 491]. Так вот изо рта Пуруши родились брахманы, из рук раджаньи или кшатрии (воины, правители, военачальники, земельные аристократы) из бедер – вайши (ремесленники и торговцы), из ног шудры (слуги). Впоследствии Законы Ману, как древнеиндийский сборник права, четко определили это разделение по сословиям, предназначая людям каждой варны их деятельность и житие. Согласно Законам Ману, брахманы, произошедшие из уст Пуруши, представляли собой высший слой в социальной иерархии общества, являлись жрецами и занимались религиозными церемониями. Им следует соблюдать три обязанности: изучение Вед, выполнение ведических ритуалов и практику дхармы (моральные и нравственные законы) [4, 194].

Законы Ману предписывали древним людям из разных варн разную диету: а) браминам – саттвическую диету; б) кшатриям (правители, администраторы, воины) и вайшьям, представляющим класс торговцев, фермеров, ремесленников – раджастическую диету; в) шудрам (рабочие, слуги, крестьяне) – тамасическую диету [1, глава I]. Как прародитель людей, Ману так определил значение, место и житие брахмана:

1) брахман занимает самое высокое место на земле, является владыкой всех созданных существ и хранителем

сокровищницы Закона [1, правило 99, глава I] и другие люди существуют по милости брахмана [1, правило 101, глава I];

2) брахман пусть всегда ест пищу внимательно, а поев, совершит должным образом омовение [1, правило 53, глава II];

3) всегда почитаемая пища дает силу и энергию; но не почитаемая, она, [даже] съеденная, губит и то и другое [1, правило 55, глава II];

4) пусть брахман никому не дает остатки, не ест слишком много [1, правило 56, глава II], поскольку чрезмерная еда вредна для здоровья, препятствует долголетию и достижению неба, мешает приобретению духовной заслуги и противна людям; поэтому следует избегать ее. [1, 57, глава II].

Глава 5 Законов Ману запрещает брахману употребление в пищу определенных продуктов:

1) чеснок, лук, грибы и виды зелени, растущие в нечистотах [1, правило 5, глава V];

2) вареный рис с кунжутом, приготовленные на молоке пшеничные или рисовые лепешки не для жертвоприношения [1, правило 7, глава V];

3) молоко коровы, которая отелилась десять дней назад или верблюжье молоко [1, правило 8, глава V];

4) молоко всех диких животных, кроме буйволиного, молоко женщины и все прокисшее [1, правило 9, глава V];

5) мяса цапли, журавля, вороны, трясогузки, [животных], питающихся рыбой, домашних кабанов и всякой рыбы [1, правило 14, глава V].

В этой же главе предписано употребление следующих продуктов: а) буйволиное молоко, простокваша и приготовленные из нее продукты, соки чистых цветов, корней и плодов [1, правило 10, глава V]; б) продукты, оставшиеся после жертвоприношений [1, правило 24, глава V]; в) приготовленная пища из ячменя и пшеницы, молока, могут быть употребляемы брахманами даже черствые [1, правило 25, глава V].

Саттвическую пищу также называют йогической. Постулат йогов о том, что человек становится тем существом, пищу, которую он употребляет, действителен и по сей день. Другими словами, еда оказывает огромное влияние на здоровье и благополучие человека и тот должен выбирать пищу, которая

будет отражать его уровень духовной и умственной чистоты. Философия йоги говорит, что если вы едите саттвическую пищу, вы станете саттвическим существом. Каста браминов (ортодоксальные индуисты) традиционно придерживалась саттвической диеты. Саттвическим людям нравится легкая, вкусная, сытная, приятная и питательная еда, которая способствует здоровью, силе, бодрости и долголетию. Принимая раджастическую пищу, человек становится раджастичным или амбициозным, темпераментным, эгоистичным. Поскольку слово «раджас» означает «активность, страсть, изменение», поэтому и продукты, принимаемые такими людьми должны быть стимулирующими, возбуждающими интеллект и страсть для активной и творческой деятельности. Их природа является горячей, горькой, кислой, острой, соленой, например: лук, чеснок, острые специи, стимуляторы, рыба, яйца и соль. Если человек по своей природе тамасичен, то он ест продукты животного происхождения или переедает. Слово «тамас» означает «тьма, инерция». В связи с этим, считается, что человек ест нездоровую пищу, от которой у него может развиться животный ленивый характер. Такие продукты притупляют ум, вызывают инертность, болезни и не приносят пользы ни разуму, ни телу. К ним относится – мясо, ферментированные продукты, алкоголь, пережаренные, несвежие, испорченные или перезрелые продукты, остатки еды, усиливающие две нижние «чакры» или энергии в человеческом теле (область таза) и тормозящие развитие высших чакр (область солнечного сплетения, печень, сердце, щитовидная железа, лоб и темя) [6]. В Бхагавадгите, священной книге индуизма, также можно найти информацию о том, к какому типу «*гуны*» или природе относится человек. Так саттвические люди, принимающие чистую пищу, поклоняются формам Бога, раджастические поклоняются силе и богатству, а тамасические поклоняются духам и призракам, действуют и думают как демоны. Аюрведа, как традиционная народная медицинская наука, также считает, что одни продукты дают энергию, а другие утомляют. Энергию дает зелень, которая поглощает углекислый газ и выделяет кислород. Она является прекрасным дополнением к нашей дыхательной системе. Морковь и

картофель, могут помочь нам почувствовать себя заземленными. Согласно Аюрведе саттвические или чистые продукты включают в себя: фрукты, овощи, зерна, белки, такие как бобовые, грибы, орехи и семена, травы, натуральные подсластители (мед, стевия), веганские молочные продукты, произведенные из гречки, кешью, кокоса, льна, овсянки, сои. Эти продукты повышают жизнеспособность, энергию, здоровье и радость. Они побуждают ум быть чистым и спокойным и возвышают дух.

Диета браминов, является очень строгой, дабы не мешать медитации, чтению мантр и ежедневному духовному развитию. Она включает в себя ряд ограничений:

1) запрещены: все мясные продукты и яйца; лук, включая чеснок, зеленый лук, зеленый лук и лук-шалот, грибы (так как это связано с гниением), кофе и чай, алкоголь;

2) разрешены: вода, молочные продукты или заменители молока, масло, йогурт, сливки, простокваша, топленое масло, некоторые виды сыра, такие как моцарелла, тофу, мед.

Таким образом, диета, состоящая в основном из саттвических продуктов или продуктов с наивысшим уровнем вибрации, сохраняет тело стройным, а разум ясным и острым, создавая образ жизни, способствующий медитативным, духовным и академическим практикам. Поэтому брамины прилагают все усилия для увеличения саттвы во всех аспектах своей жизни, потому что в саттвическом состоянии человек вырабатывает энергию и мотивацию, необходимые ему для расширения вашего сознания и противостояния негативным мыслям ума. Кроме того, в Индии соблюдение вегетарианской диеты отчасти связано с концепцией ненасилия («ахимсы»). Человек, полностью погруженный в образ мышления брамина, не может даже думать об убийстве животного ради еды. Официальная индийская медицина советует всем людям придерживаться здоровой саттвической диеты и избегать продуктов, способствующих развитию болезней, или нездоровой пищи. По ее мнению, девяносто процентов ежедневного рациона должно состоять из богатых питательными веществами растительных продуктов, калорийность которых сопровождается полезными для здоровья фитохимическими веществами,

овощами, свежими фруктами, фасолью и бобовыми, сырыми орехами, семенами и авокадо, крахмалистыми овощами и цельнозерновыми продуктами. Потребление богатой питательными веществами пищи обеспечит максимальную защиту не только от инфекций, астмы и аллергии, но и от болезней сердца и рака в зрелом возрасте [6].

Литература:

1. Законы Ману / Перевод С. Д. Эльмановича, проверенный и исправленный Г. Ф. Ильиным. М., Наука, 1992. [Электронный ресурс] URL: https://www.koltunov.ru/WordLiterature/ZakonyManu.htm#_Точ8385386 (дата обращения 27.05.2021).
2. Ригведа: Мандалы I-IV / Перевод и подготовка издания Т.Я. Елизаренковой. Отв. ред. П.А. Гринцер. М., «Наука», 1999. 768 с. Серия: «Литературные Памятники». ISBN: 5-02-011762-5.
3. Саттвическая диета. [Электронный ресурс] URL: <https://www.hisour.com/ru/sattvic-diet-38937/>
4. Ульциферов О. Г., Индия. Лингвострановедческий словарь. М.: Рус. Яз – Медиа, 2003. 584с.
5. Manon Welles. (2015). The Timeless Wisdom of the Brahmin Diet// [Электронный ресурс] URL: <http://aristocratsofthesoul.com/the-timeless-wisdom-of-the-brahmin-diet/>
6. Pandey M. M., Subha Rastogi, A. K. S. Rawat, "Indian Traditional Ayurvedic System of Medicine and Nutritional Supplementation", Evidence-Based Complementary and Alternative Medicine, vol. 2013, Article ID 376327, 12 pages,- 2013. [Электронный ресурс] URL: <https://www.hindawi.com/journals/ecam/2013/376327/>
7. Macdonell, Arthur Antony. A practical Sanskrit Dictionary. [Электронный ресурс] URL: <http://dsal.uchicago.edu/dictionaries/macdonell/>

ინდირა გაზიევა

სამხრეთ აზიის შემსწავლელი საერთაშორისო სამეცნიერო ცენტრის უძვროსი მეცნიერი თანამშრომელი, რუსეთის სახელმწიფო ჰუმანიტარული უნივერსიტეტი, რუსეთი

საჭმლის სამი ვიბრაცია რეზიუმე

აიურვედას თანახმად, არსებობს საჭმლის სამი ვიბრაცია – სატვა, რაჯასი და ტამასი. ნაშრომში საუბარია ბრამინების კვების წესზე, რომელიც ვედების მოწერილობით, უნდა იყოს მხოლოდ სატვიური. ტერმინი „სატვა“ სანსკრიტზე ნიშნავს „სხეულისა და სულის სისუფთავეს, სიწმინდეს“, ამიტომაც ბრამინების კვების სისტემა დაფუძნებული უნდა იყოს დიეტურ მიდგომაზე, რათა ახალი, მთლიანი პროდუქტების გამოყენებით მიღწეული იყოს ცნობიერების უფრო მაღალი დონე და ჯანმრთელობის გაუმჯობესება.

Indira Gazieva

*Research fellow of the International Centre for South Asian studies,
Russian State University for the Humanities, Russia*

Three Food Vibrations Summary

Indian Traditional Ayurvedic System of Medicine describes three vibrations of food called three “gunas” that means – sattva, rajas and tamas. The paper deals with the analyzing of the dietary rules for the Brahmins that according to the Vedas (the collection of the most ancient Hindu scriptures in Sanskrit), should only be sattvic. The Sanskrit word “sattva” means “purity, holiness of body and soul” therefore, the nutritional system of the Brahmins should be based on a diet to improve health, achieve a higher level of consciousness through the use of fresh, fresh foods.

ლაშა ბოლქვაძე
დოქტორანტი, ბათუმის სახელმწიფო
უნივერსიტეტი, საქართველო

**იპონური სამხარეულოს ლაქუნები
კულტურათაშორის კომუნიკაციაში**

მეოცე საუკუნის დასასრულს, როდესაც საქართველომ მოიპოვა ნანატრი თავისუფლება, შეიცვალა საგარეო პოლიტიკა და გაიზარდა საქართველოს უშუალო კონტაქტები არა მარტო ევროპის, არამედ აზიის ქვეყნებთან. საერთაშორისო გლობალიზაციის პირობებში ძალიან მწვავედ დადგა საკითხი, რომ საერთაშორისო ასპარეზზე წარმატებული საქმიანობისთვის საქართველოს ესაჭიროება კონკურენტუნარიანი, მაღალპროფესიული, პოლილინგვური თაობის გაზრდა. ნებისმიერი საქმიანი ურთიერთობა კი იწყება ენისა და კულტურის ათვისებით.

საზოგადოებრივ-პოლიტიკურმა სიტუაციამ გამოიწვია ენობრივი სიტუაციის შეცვლა. საქართველოს ევროპულ სივრცეში მისწრაფებამ განაპირობა ინგლისური ენის გაბატონება, მაგრამ აღმოსავლეთის ქვეყნებთან საქმიანი კავშირების დამყარება მოითხოვს აღმოსავლეთის ენებისა და კულტურების შესწავლას. აღმოსავლეთი და დასავლეთი უძველესი დროიდან უპირისპირდებოდა ერთმანეთს: განსხვავებული კულტურა, წეს-ჩვეულებები, სხვანაირი ხედვა, ქცევა და ასე შემდეგ. საყოველთაოდ აღიარებულია დასავლეთისა და აღმოსავლეთის სიმბოლური აღქმა: დასავლეთს ახასიათებს „გონების კულტურა“, აღმოსავლეთს კი – „ემოციების“. თარგმანი კი, კერძოდ, დიპლომატების ზეპირი და წერილობითი ურთიერთობა კარგად ავლენს ამ თავისებურებებს.

ნებისმიერ ერს უყალიბდება გარე სამყაროს თავისებური აღქმა, ენისა და კულტურის ურთიერთკავშირის შედეგად

ფორმირდება სამყაროს ენობრივი სურათი, რომელშიც მოთავსებულია ამ კულტურისთვის მნიშვნელოვანი კონცეპტები, რომლებიც გამოხატავენ ეროვნულ მენტალიტეტს (ტერმინასოვა, 2017:62). ყველაფერი, რაც კი სხვადასხვა ისტორიულ პერიოდში გადატანილი აქვთ ამ ენისა და კულტურის მატარებლებს, ასე თუ ისე პოულობს გამოხატვას სამყაროს ენობრივ სურათში, რომელიც მოიცავს ამ ხალხის ცხოვრების ყველა სფეროს: ისტორიას, ხელოვნებას, მეცნიერებას, ყოფას, მათ შორის მნიშვნელოვანია ეროვნული სამზარეულო. ასეთ ქვეყანებს შორის არის იაპონია.

იაპონური სამზარეულო – იაპონიაში და მთელ მსოფლიოში ხელოვნების დონემდე არის აყვანილი. იაპონური კერძები მთელ მსოფლიოში პოპულარულია, კერძში ჰარმონიულად არის შერწყმული ინგრედიენტები, სოუსები, ზღვის პროდუქტები და, რაც მთავარია, მორთულია როგორც ნატურმორტი. აღიარებულია, რომ იაპონელების ერთ-ერთი მთავარი სასაუბრო თემა ყოველთვის იყო სამზარეულო.

იაპონური სამზარეულო უმეტესად შედგება ზღვის პროდუქტებისგან, იაპონური სამზარეულოს მთავარი განმასხვავებელი არის – ყურადღება დეტალებისადმი. მასში მნიშვნელოვანი ნიუანსები, რიტუალები და წესებია. ამომავალი მზის ქვეყნის მზარეულები იცავენ „ხუთი ფერის წესს“: ტრაპეზის დროს წარმოდგენილი უნდა იყოს – მწვანე, ყვითელი, წითელი, ყავისფერი (თუ თეთრი) და შავი ფერის ინგრედიენტები.

იაპონელებს აქვთ გამოთქმა: „**საჭმელი არის როგორც ადამიანი, საზოგადოებაში შიშველი ვერ გამოჩნდება**“.

აგრეთვე, იყენებენ საჭმელის მომზადების ხუთ მეთოდს: უმი საჭმელი, გრილზე დამზადებული, ორთქლზე დამზადებული, მოხარშული და შემწვარი. იაპონურ სამზარეულოში უნდა იყოს შეხამებული ხუთი გემო: ტკბილი, მარილიანი, პიკანტური, მჟავე და მწარე.

მსოფლიოს არც ერთ სამზარეულოში არ აქცევენ გაფორმებასა და მიტანას იმხელა ყურადღებას, როგორც ამას იაპონიაში აკეთებენ. სუფრის ტრადიციული იაპონური ჭურჭელი მრავალფეროვანია ზომით, ფორმითა და მასალით, რომლისგანაც დამზადებულია და წარმოადგენს სილამაზის, მინიმალისზმის კომბინაციას. იგივე შეიძლება ითქვას საკვების განლაგებაზე,

მაგალითად, საშიმისა და სუშის აფორმებენ ყვავილებით, ბალახით, ფოთლებით, ამიტომ წელიწადის დროის ცვლილება მომენტალურად ეტყობა იაპონურ სუფრას, ვინაიდან გამოიყენება არსებული, წელიწადის დროისთვის დამახასიათებელი მცენარეულობა.

იაპონური სამზარეულოს მთავარი პროდუქტი არის ბრინჯი, რომელიც საერთოდ დამახასიათებელია აზიური სამზარეულოსთვის (ჩინური სამზარეულო, კორეული სამზარეულო და სხვ.).

განვიხილოთ ყველაზე ცნობილი იაპონური ტრადიციული და მნიშვნელოვანი კერძები:

ფუგუ (Fugu) – მზადდება მომცრო ზომის თევზისაგან (მუცელნემსა), რომელიც დაჭერის დროს იბერება და მრგვალდება. მას ჭამენ უმსაც და შემწვარსაც. ფუგუ მხოლოდ განსაკუთრებული ლიცენზიის მქონე გამოცდილმა მზარეულმა უნდა მოამზადოს, რადგან თევზის შიგნეული ძლიერ შხამს შეიცავს.

ტემპურა (Tempura). ტემპურა არის პოპულარული იაპონური კერძი – ზღვის პროდუქტები და ბევრი სხვადასხვა სახის ბოსტნეული, რაც იწვევა დიდი რაოდენობით ზეთში.

უნაგი (うなぎ) – მტკნარი წყლის გველთევზა, რომელსაც გრილზე ამზადებენ.

შაბუ-შაბუ (Shabu-shabu) – საქონლისა და ღორის ხორცის ძალიან თხელი ნაჭრები, რომლებსაც ბულიონში ურევენ.

ვასაბი (wasabi). ვასაბი არის მცენარე, რომელიც ყვავის მხოლოდ იაპონიის მთებში, მზადდება როგორც ცხარე საწებელი პასტა, აქვს მდოგვისებური გემო და არის მწვანე შეფერილობის. ფართოდ გამოიყენება იაპონურ სამზარეულოში როგორც სანელებელი.

სუში. სუშის ისტორია დაახლოებით 1300 წელს ითვლის. ის წარმოადგენს უმ თევზს, რომელიც ბრინჯით არის მორთული და ძმრით შეკამზული. სუშის უხდება სოიოს სოუსი და ვასაბი. არსებობს სუშის ბევრი სახეობა.

საუკუნენახევრიან პერიოდში, როცა იაპონიამ განაახლა დასავლეთთან ურთიერთობა, ქვეყანამ განავითარა წარმოუდგენლად მდიდარი და მრავალფეროვანი კვების კულტურა. ამის დამსახურებაა ის, რომ თანამედროვე იაპონიაში არ ეხვდებით მარტო ეროვნულ საკვებს და ხშირია სხვა უცხო ქვეყნის საკვებიც. ყოველწლიურ დღესასწაულებთან დაკავშირებულ იაპონურ სამზარეულო „ვაშოკუს“ დიდი ყურადღება ექცევა. მის მოსამზადებლად სხვადასხვა და ახლახალ ინგრედიენტებს იყენებენ ბუნებიდან, რათა წელიწადის დროების მონაცვლეობა წარმოაჩინონ. „ვაშოკუში“ წამყვანი როლი ბრინჯს, თევზსა და ბოსტეულს ენიჭება. ამან აამაღლა იაპონური კულინარია და 2013 წელს „ვაშოკუ“, იაპონელთა ტრადიციული საახალწლო დიეტური კულტურა, შეიტანეს იუნესკოს ნუსხაში. იმავე წელს ვაშოკუ დაამატეს არამატერიალური კულტურის მემკვიდრეობის სიაში.

როგორც ცნობილი ბულგარელი მთარგმნელები – სერგეი ვლახოვი და სიდერ ფლორინი აღნიშნავენ, ეროვნული სამზარეულოს კერძები წარმოადგენენ ეთნო-კულტურულ რეალიებს, რომლის ტრანსკოდირება სხვა კულტურის წარმომადგენლებისთვის საკმაოდ რთულია (ვლახოვი, ფლორინი, 2009:53).

კონკრეტული ერისთვის დამახასიათებელი სპეციფიკური კერძები ძალიან დიდ როლს ასრულებენ: ეროვნულ

სამზარეულოს, ხშირ შემთხვევაში, მნიშვნელოვანი როლი აქვს ქვეყნის პოზიტიური სახის შექმნაში, ის ეროვნული იდენტობის ერთ-ერთი ფაქტორია. არსებობს მთელ მსოფლიოში ცნობილი ეროვნული სამზარეულოს კერძები, რომლებიც გასტრონომიული ტურიზმის განვითარებას უწყობენ ხელს. ამავდროულად, ეროვნული კერძების თავისებურების ცოდნა, მათი მირთმევის ეტიკეტი კულტურათაშორისი კომუნიკაციის მნიშვნელოვან მხარეს წარმოადგენს.

ყველაფერი ზემოთქმული მეტყველებს იმაზე, რომ საქართველოსა და იაპონიას შორის წარმატებული ურთიერთობისთვის საჭიროა ისეთი დიპლომატიური კადრების მომზადება, რომლებსაც ეცოდინებათ აღმოსავლური კულტურის თავისებურებანი, მათ შორის, ეროვნული სამზარეულო და ეტიკეტი. აგრეთვე, გვინდა გაუსვათ ხაზი იმ გარემოებას, რომ ქართული და იაპონური დიპლომატიური დისკურსი ჯერჯერობით არ არის შესწავლილი მთარგმნელობით ჭრილში.

ლიტერატურა:

1. ვლახოვი ს., ფლორინი ს., უთარგმნელობა თარგმანში, მოსკოვი, 2009.
2. ტერ-მინასოვა ს., ენა და კულტურათშორისი კომუნიკაცია, თბილისი, 2017.
3. იაპონური კვების კულტურა
https://www.ge.emb-japan.go.jp/files/japan_fact_sheet/Japanese%20food%20culture.pdf

Lasha Bolkvadze

Doctoral Student, Batumi State University, Georgia

Japanese Cuisine Lacunae in Cross-cultural Communication Summary

Success of the mutually beneficial relations between Georgia and Japan requires training of diplomatic personnel familiar with the peculiarities of Eastern culture, including national cuisine and etiquette. Specific dishes typical for a particular nation play a very important role in the life of a given nation: national cuisine often creates the positive image of the country and is one of the elements of national identity. The national cuisine famous world wide contributes to development of gastronomic tourism, builds knowledge of national dishes and observance of the etiquette, an important aspect of cross-cultural communication.

Лаша Болквадзе

Докторант, Батумский государственный университет, Грузия

Лакуны японской кухни в межкультурной коммуникации Резюме

Для успешных взаимовыгодных отношений между Грузией и Японией необходимо организовать подготовку дипломатического персонала, знакомого с особенностями восточной культуры, включая национальную кухню и этикет. Специфические блюда, характерные для конкретной нации, играют очень большую роль в жизни данного народа: национальная кухня часто способствует созданию положительного имиджа страны, она является одним из факторов национальной идентичности, всемирно известная национальная кухня способствует развитию гастрономического туризма, знание национальных блюд и соблюдение этикета – важный аспект межкультурного общения.

ომარ ბაძამია

მაგისტრანტი, თბილისის სახელმწიფო

უნივერსიტეტი, საქართველო

საკვები და სასმელი ანტიკურ კოლხეთში

კვებისა და სასმელის ინდუსტრიამ თანამედროვე ეპოქაში განვითარების პიკს მიაღწია. აბრაჰამ მასლოუს მოთხოვნილებათა იერარქიის პირამიდის ფუნდამენტი, საკვები და სასმელი, ჩვენს დროში აღარ წარმოადგენს უბრალოდ თვითგადარჩენისთვის საჭირო კალორიათა დღიური დოზის მიღების საშუალებას. საკვები დაექვემდებარა ბაზრის მოთხოვნებს: მოთხოვნილების არსებობა და მიწოდების სიმარტივე განსაზღვრავს ამა თუ იმ პროდუქტის პოპულარობას. ზოგიერთი კერძი კი იქცა ნაციონალური იდენტობის მარკერად, ეროვნულ საკვებად, კულტურათაშორის მიმოცვლის ერთეულად, ურთიერთობების განმსაზღვრელად და ა.შ. გლობალიზაციამ, დიდმა გეოგრაფიულმა აღმოჩენებმა და მსოფლიოს სხვადასხვა კუთხის დაახლოებამ გამოიწვია საკვები კულტურების მიმოცვლა, რაც, ასევე, მნიშვნელოვნად აისახა ეროვნულ კერძებსა და კვების კულტურაზე. ზემოხაზოთვლილმა მიზეზებმა თავისი კვალი დაატყო ეროვნულ კერძებს. საბაზრო გამოწვევებმა, ეროვნული კერძების პოპულარიზაციამ და საერთაშორისო ბაზარზე გატანის საშუალებამ მოითხოვა ამა თუ იმ კერძის გამარტივება და მნიშვნელოვნად შეცვალა როგორც პროდუქტის სახე, ასევე ინგრედიენტები. ჩვენ მიზნად დავისახეთ ეროვნული საკვების ნიმუშების პირვანდელი სახით აღდგენა და კვლევის ობიექტად ავიღეთ ანტიკური ხანის კოლხეთი. ეს საშუალებას მოგვცემს, დავაკვირდეთ როგორც ადგილობრივ საკვებს ლოკალურად, ასევე კულტურათაშორისი კომუნიკაციის კონტექსტში, ვინაიდან ანტიკური ხანის კოლხეთი წარმოადგენდა ეპოქის ტრანსკავკასიურ მაგისტრალს, კულტურათა

გადაკეთის წერტილს. განსაკუთრებულ ყურადღებას გავამახვილებთ ფიჭვნარზე, რომელიც ძველი ბერძნული დასახლებებიდან ყველაზე კარგად შესწავლილია, ხოლო წმინდად კოლხური ქალაქებიდან სურიონის (ვანი) და არქეოპოლისის (ნოქალაქევი) არქეოლოგიურ და პალეობოტანიკურ მასალებს დავაკვირდებით.

კვლევისათვის გამოვიყენეთ ძვ.წ. IV საუკუნის ბერძენი ავტორის, არისტოტელეს ცნობები, რომელთანაც დაცულია ცნობები კოლხეთის სანაპიროს, გეოგრაფიისა და ფაუნის შესახებ, რაც მეტად საჭირო იყო ინფორმაციული თვალსაზრისით. თუმცა, უნდა აღინიშნოს, რომ არისტოტელეს ცნობები მეტად მწირია. ჩვენი კვლევის საგანთან დაკავშირებით ყველაზე მდიდარი ცნობების შემცველი და საინტერესოა არქეოლოგიური მასალა, რომელიც უხვადაა აღმოჩენილი კოლხეთში, კერძოდ კი, ვანსა და ფიჭვნარის სამაროვანზე.

ვანში გათხრები რამდენიმე ეტაპად მიმდინარეობდა წლების მანძილზე, რაც აისახა კიდევ მრავალტომიან ნაშრომში ვანის შესახებ. ფიჭვნარში საქართველო-ბრიტანეთის ერთობლივი ექპედიციების ანგარიშებზე დაყრდნობით ვიმსჯელებთ კოლხეთის სანაპიროების ბერძნული მოსახლეობის შესახებ. პალეობოტანიკა პალეონტოლოგიის შემადგენელი დისციპლინაა, რომელიც სპეციალიზებულია წარსულის ნამარხ მცენარეულ მასალაზე. ამ კუთხით ჩატარებული კვლევები კოლხეთის ტერიტორიაზე განსაკუთრებით საინტერესოა ჩვენთვის, ვინაიდან ის გვაწვდის ზუსტ ინფორმაციას როგორც კვების, ასევე მეურნეობის დარგების განვითარების შესახებ, რაც სასიცოცხლოდ მნიშვნელოვანია ჩვენი კვლევის საგნისთვის. პალეობოტანიკური წყაროებიდან ყველაზე ინფორმაციული გახლდათ საქართველოს ეროვნული მუზეუმის მოამბეში, საბუნებისმეტყველო და პრეისტორიული სექციის პირველ ნომერში 2009 წელს დაბეჭდილი სტატია „არქეობოტანიკური მონაცემები კოლხეთიდან (სა-

ქართველო, სამხრეთ კავკასია)“ მ. ბოკერიას, ლ. რუხაძის, ბ. ამანის, კ. მასხოძის, დ. ლომიტაშვილის, ზ. თვალჭრელიძისა და ნ. ქეზულაძის თანაავტორობით, რომელიც მოიცავს მასალებს თითქმის მთელი კოლხეთის ტერიტორიიდან. ეს მასალები პირდაპირ მიეკუთვნება ადრეანტიკურ პერიოდს, რაც უმნიშვნელოვანესი და უმდიდრესი მასალა აღმოჩნდა ჩვენი კვლევისთვის.

კვებისა და გასტრონომიის საკითხებზე საუბრისას უდიდესი მნიშვნელობა ენიჭება ეროვნული საკვებისა და, ზოგადად, კერძების ძირითად შემადგენელ კომპონენტებს. თითოეული ინგრედიენტი განსაზღვრავს საკვების რაობას. სწორედ ეს განსხვავებაა ჩინურ ცომში გახვეულ გუფთასა და ხინკალს შორის, რომლებსაც ვიზუალურად ერთმანეთს ამსგავსებენ და ხშირად ერთმანეთს უკავშირებენ კიდევ. ამ განსხვავებების და მათი მნიშვნელობის წარმოსახენად არის საჭირო შორეულ წარსულში, მაშინ როცა გლობალიზაციის საკითხი ნაკლებად მწვავედ იდგა, ვეძებთ ეროვნული საკვების მახასიათებლები. ამისათვის ჩვენს კვლევაში გამოვიყენებთ ანტიკური კოლხეთის არქეოლოგიური და პალეობოტანიკური შესწავლის, ასევე ნარატიულ მასალებს.

პირველ რიგში, შევხებით მარცვლოვან კულტურებს, რომლებიც ადამიანთა კვების ყოველდღიური რაციონის უდიდეს ნაწილს შეადგენენ. კოლხური ჰინტერლანდის ტერიტორიაზე ჩატარებული არქეოლოგიური გათხრების შედეგად, ძვ.წ. VI-IV საუკუნეების ფენებში უკვე ჩანს კარგად ჩამოყალიბებული სამეურნეო იარაღის საფლაავებში ჩატანების კულტურა [4, 184-190]. ეს პირველი ნიშანია იმისა, რომ აქ ანტიკურ ხანაში და იქამდეც, მიწათმოქმედების კულტურას დიდი მნიშვნელობა ენიჭებოდა და წარმოადგენდა საზოგადოების ძირითად ბურჯს. ზემოაღნიშნულ არქეოლოგიურ ფენებში აღმოჩენილი სამეურნეო იარაღი აღწერილი აქვს გურამ ლორთქიფანიძეს ვანის არქეოლოგიური მასალე-

ბის მეორე ტომში, სადაც მრავლად ვხვდებით სხვადასხვა ტიპის სამუშაო იარაღს. თითოეული მათგანი კულტურული მცენარეების მოვლა-მოყვანის სხვადასხვა ეტაპზე გამოიყენებოდა, რაც მაღალი აგროკულტურის მანიშნებელია. ასეთი მაღალგანვითარებულ სამიწათმოქმედო კულტურას შეუძლებელია სასურველი შედეგი არ მოეტანა. ფიჭვნარის ბერძნულ დასახლებაში, სადაც, ვანისგან განსხვავებით, ვაჭარი ბერძნები ცხოვრობდნენ, ნაკლებად ვხვდებით სამეურნეო იარაღის საფლავებში ჩატანების წესს და თუ სადმე მსგავს შემთხვევას აქვს ადგილი, ისიც მხოლოდ მიმდებარედ მცხოვრები კოლხების სამაროვნებზე. თუმცა, ფიჭვნარშიც, ვანშიც და კოლხეთის უმეტეს ნაწილში მრავლად ვხვდებით დიდი ზომის პითოსებს, ჭურჭლებს, რომლებიც მარცვლეულის შესანახად გამოიყენებოდა [3, 142]. სავარაუდოდ, კოლხეთში მცხოვრები ბერძნები საკვებს, განსაკუთრებით კი მარცვლეულს, ყიდულობენ კოლხეთის შიდა ტერიტორიის დაწინაურებული აგრარული მხარეებიდან. ამას გვაფიქრებინებს ის ფაქტი რომ, საიდანაც ისინი მოდიან, ანუ ელადიდან, ხორბალსა და მარცვლეულს არ წამოიღებდნენ, პირიქით, ბერძნების სურვილი იყო კოლონიებიდან რესურსების მოპოვება, მაგალითად, მათ ჩრდილოეთ შავიზღვისპირეთიდან გააქვთ ხორბალი, სანამ აზოვის ხორბალი ეგვიპტურით ჩანაცვლდებოდა, რომელიც თავის დროზე ათენს სიცილიური ხორბლის დაკარგვით გამოწვეული დანაკლისის ასანახად აურებლად დასჭირდა [7, 34-35]. ფიჭვნარის ნაქალაქარის ტერიტორიაზე აღმოჩენილი ხელსაფქვავე [3, 141] მეტყველებს იმაზე, რომ აქ მცხოვრები ბერძნები მარცვლეულს საშინაო პირობებში ამუშავებენ, ჭარბ მარცვლეულს კი ზემოხსენებულ პითოსებში ინახავენ.

ამრიგად, ამ ფაქტებზე დაყრდნობით, შეიძლება ითქვას, რომ კოლხური აგრარული ზონა აწარმოებს საკმაოდ დიდი რაოდენობით მარცვლეულს – საკმარისს არა მხო-

ლოდ კოლხეთის მოსახლეობისთვის, არამედ ახალმოსახლე ბერძნებისთვისაც. ჩვენი კვლევის მიზნების განსაზღვრისას, მნიშვნელობა მივანიჭეთ სწორედ ამ ეპოქის ავტოქტონურ საკვებ კულტურებს. საბედნიეროდ, თანამედროვე მაღალგანვითარებული მეცნიერების ხარჯზე, ჩვენ შეგვიძლია განვსაზღვროთ განამარხებული საკვების რაობა და თითოეული მარცვლეული კულტურის თუ ცხოველური წარმოშობის საკვების ხვედრითი წილი ანტიკური ხანის გასტრონომიაში. ძვ.წ. VI-IV საუკუნეების ფენებში ვხვდებით როგორც კულტურულ მარცვლეულს (დომი, ფეტვი, ხორბალი), ასევე კულტურულ პარკოსნებს (ოსპი, ბარდა) და მათ თანმდევ სარეველათა ნარჩენებს [2, 144-145, 148]. ამაზე მოწმობს როგორც მ. ბოკერეას მიერ ჩატარებული პალეობოტანიკური კვლევის შედეგები, ასევე ვანის არქეოლოგიური გათხრებისას მოპოვებული მასალები. ვანის ნაქალაქარის გათხრისას, შესასვლელშივე, საკულტო ნაგებობასთან აღმოაჩინეს 23 სხვადასხვა სახის ჭურჭელი, რომლებიც დიდი ალბათობით ღვთაებისადმი შესაწირს წარმოადგენდა. 23 ჭურჭლიდან 2 ამფორა სავსე იყო ფეტვით [5, 29], სხვადასხვა სახის ჭურჭელი კი წარმოადგენდა ღვინის, მარცვლეულისა და პროდუქტების შესანახ ჭურჭელს. ფეტვს, როგორც ვხედავთ, არა მარტო საკვები, არამედ რიტუალური დანიშნულებაც ჰქონდა. კოლხეთის ჰინტერლანდში წარმოებულ გათხრებში, ვანში, დომინირებს ფეტვის მარცვლები. ფეტვს, როგორც მაღალი კვებითი ღირებულების მარცვლოვანს, დიდი მნიშვნელობა ჰქონდა. კოლხეთის დაჭაობებულ რეგიონებში, სადაც ხორბალი არ ხარობს, ფეტვი იქცა ძირითად საკვებად. ეთნოლოგიური მასალებიდან ირკვევა, რომ ამ მარცვლოვანს, გვიან შუა საუკუნეებამდე, მაშინაც კი, როდესაც „ახალი მსოფლიოს“ საკვებმა კულტურებმა გაგრძელება დაიწყო, ჩვენი წინაპრები იყენებდნენ მჭადის გამოსაცხობად, ამიტომ დასავლეთ საქართველოში ფეტვს „ჭკდიშის“ უწოდებდნენ [6].

ეს სახელწოდება მეგრულ-ლაზური წარმომავლობისაა და სიტყვასიტყვით „მჭადისთვის“ ან „სამჭადედ“ ითარგმნება. ამრიგად, ჩვენს ეპოქაში, სიმინდის ფქვილისგან დამზადებული მჭადის წინაპარი, ავტოქტონური კოლხური კერძი, მზადდებოდა ფეტვისგან, რომელსაც არა მხოლოდ საკვები, არამედ რიტუალური დანიშნულებაც კი ჰქონდა და ღრმად იყო დაკავშირებული პირველი ქართველური სახელმწიფოს როგორც მატერიალურ, ასევე სულიერ მხარესთან.

მეორე მნიშვნელოვან კულტურას წარმოადგენს ღომი, რომელსაც ფეტვთან ერთად, დასავლეთ საქართველოში აღმოჩენილ კარბონიზებულ ნაშთებში ძალიან დიდი ადგილი უკავია. ღომი, როგორც სამარცვლე კულტურა, აქტიურად მოჰყავდათ [2, 144-145, 148]. ღომის მარცვლებისგან დამზადებულმა საკვებმა, იგივე სახელით დაიმკვიდრა თავი. ღომის ღომი, როგორც ჩანს, ერთ-ერთი მთავარი კერძი იყო დასავლეთ საქართველოს მოსახლეობისათვის, თუმცა კოლუმბის გაცვლის შემდეგ, ძირითადად XVI საუკუნის ბოლოდან, ეს კულტურაც ჩაანაცვლა ამერიკიდან შემოტანილმა სიმინდმა. პარკოსანი კულტურებიდან, რომლებიც მცენარეული ცილების მნიშვნელოვან წყაროს წარმოადგენს, პალეობოტანიკურ მასალებში, როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ, ვხვდებით ოსპს, ბარდასა და ცულისპირას. პირდაპირი მასალები ამ პარკოსანთა კვებაში გამოყენების შესახებ არ მოგვეპოვება, თუმცა შეგვიძლია გამოვთქვათ მოსაზრება, რომ ნაწილი შესაძლოა ისევე იყო გამოყენებული, როგორც ამერიკიდან შემოსული ღობით.

ახლა კი ორიოდ სიტყვით შევეხოთ, თუ რატომ ჩაანაცვლა შემოსულმა კულტურებმა ადგილობრივი მცენარეები. როგორც ირკვევა, ფეტვი ვეგეტაციის საწყის ეტაპზე ძალზედ მარტივად იზარება სარეველებით, ამიტომ ხშირ კულტივაციასა და ბევრ მოვლას საჭიროებს. იგივე ვითარებაა ღომთან დაკავშირებით, რომელსაც დათესვისა და და-

ფარცხვის შემდგომ კიდევ 3-4 ჯერ სჭირდება კულტივაცია [9], აღების შემდეგ კი მისი მარცვლის ცეხვა და საკვებად ვარგის ბურღულად გადაქცევა დიდ ძალისხმევას მოითხოვს [9]. განსხვავებული ვითარებაა ახალი სამყაროდან XVI საუკუნეში შემოსულ სიმინდთან, რომელიც საკმაოდ რეზისტენტულობით, მძლავრი ფესვთა სისტემითა და მოსავლის აღების სიმარტივით გამოირჩევა; ღომისაგან განსხვავებით, არ საჭიროებს დამატებით გამოშრობას, ცეხვას, გარჩევასა და დახარისხებას. ქართულ ისტორიულ რეალობაში, რომელიც ძნელბედობებითაა აღსავსე, შრომის ასეთი შემსუბუქება აქ მცხოვრები მოსახლეობისთვის ნამდვილად დიდი დახმარება იქნებოდა, ვინაიდან პარალელურ რეჟიმში ხმლის ქნევა და მძიმე აგროტექნიკური სამუშაოების ჩატარება საკმაოდ რთულია, განსაკუთრებით კი კოლუმბის დროინდელი მიმოცვლის პერიოდში, რომელიც დროში ემთხვევა გათიშულობის, ერთიანი საქართველოს არარსებობის ეპოქას.

ასე აღმოჩნდა ტრადიციული ქართული მარცვლოვნები ნელ-ნელა ამოგდებული ყოველდღიური ყოფიდან, ისინი კი, უფრო მომგებიანმა კულტურებმა ჩაანაცვლა.

კოლხეთში გავრცელებული კულტურული მცენარეებიდან აღსანიშნავია, ასევე, სელი, რომელიც მულტიფუნქციური დანიშნულებით გამოიყენებოდა და ჰქონდა როგორც ზეთის გამოხდის, ასევე ბოჭკოს მიღების ფუნქცია. პალეობოტანიკურ მასალებში, გვიან ანტიკური ხანისთვის, ასევე, აღმოჩენილია ღვავი, რომელიც იმპორტული უნდა ყოფილიყო [2, 146].

მარცვლოვანი და პარკოსანი კულტურების შემდეგ, რომლებიც ენერჯის (ნახშირწყლები) და მცენარეული ცხიმების, ასევე მცენარეული პროტეინის წყაროს წარმოადგენენ, ამჯერად უნდა განვიხილოთ ცხოველური ცილების წყაროები. ცხოველური ცილა, მცენარეული ცილისგან განსხვავებით, სრულყოფილია და შეიცავს ადამიანის ზრდა-

განვითარებისათვის, აღდგენითი პროცესების საწარმოებლად საჭირო ყველა შეუცვლელ ამინომჟავას, ამიტომაც მათი მიღება ნებისმიერ ასაკში აუცილებელი და სასარგებლოა. ცხოველური ცილების მიღების მდიდარ წყაროს ანტიკურ საქართველოში წარმოადგენდა მაღალგანვითარებული მესაქონლეობის ბაზა. ცნობილი ბერძენი ავტორი, არისტოტელე გვაწვდის ცნობებს კოლხეთის სანაპიროებთან არსებულ ძროხებზე: „ფასისთან არიან პატარა ძროხები, რომელთაგან თითოეული ბევრ რძეს იწველის“ [10, 40]. არისტოტელე ადარებს კოლხურ ძროხებს იმ ეპოქაში გავრცელებულ სხვა დიდი ტანის ჯიშის საქონელთან, რომლებთან შედარებითაც, კოლხური საქონელი გაცილებით მეტ რძეს იწველიდა. ეს აშკარად გამოხატულ მერძეული ჯიშის საქონელზე მეტყველებს, რაც ხალასი შეჯვარების გზით და ხალხური სელექციით უნდა ყოფილიყო მიღებული. ვანის არქეოლოგიური ექსპედიციის მიერ 1967-1969 წლებში მოპოვებული ცხოველთა ძვლებიდან 134 ნაშთი მსხვილფეხა საქონელს ეკუთვნის, რაც ცხოველთა ნამარხების საერთო რაოდენობის 70% წარმოადგენს [11, 243]. ეს ნათლად მეტყველებს ვანსა და, საერთოდ, კოლხეთში პროტოფეოდალური საზოგადოებისთვის დამახასიათებელ განვითარებულ სოფლის მეურნეობაზე. როგორც ჩანს, დასავლეთ საქართველოში ყველის მრავალფეროვან სახესხვაობებს და ყველთან დაკავშირებულ ეროვნულ კერძებს დიდი ხნის ისტორია აქვს და ქართული ყოველდღიური კვების ნაწილი უნდა ყოფილიყო. კოლხეთის შიდა ტერიტორიებზე, ასევე, გავრცელებულია სხვა ცხოველების, ცხვრების, თხებისა და ღორების ოსტეოროლოგიური მასალები, რაც წვრილფეხა მეცხოველეობის მნიშვნელობაზე მეტყველებს [11, 243]. განსაკუთრებით საინტერესოა მცირე რაოდენობით, 5-6 ცხვრის ძვალეული ნაშთების ერთ ადგილზე აღმოჩენის ფაქტები. ეს პირდაპირი მინიშნებაა იმაზე, რომ დღეობების, ქორწინებების, საკულტო

თუ სხვა დანიშნულების სუფრაზე მეტ-ნაკლებად შეძლებული მეთემეები საჭიროებისამებრ კლავდნენ ცხოველების გარკვეულ რაოდენობას. ფაქტია, ცხოველური პროტეინის მიღების საკმაოდ კარგ ბაზას წარმოადგენდა განვითარებული სოფლის მეურნეობა. ფიჭვნარში განვითარებული ჩანს თევზის სარეწაო მოპოვება. გეოგრაფიული მდებარეობიდან გამომდინარე, ფიჭვნარის მოსახლეობას დიდი პერსპექტივები გააჩნდა თევზჭერის განვითარების კუთხით, რაც აისახა კიდევ ფიჭვნარის ნაქალაქარის გათხრებისას ნაპოვნ ნივთებში. თითქმის ყველა კულტურულ ფენაში მრავალადაა ნაპოვნი საწაფები, ბადის საძირავები, რომლებიც რიყის ქვისგან იყო დამზადებული. დიდი ზომის საწაფების აღმოჩენა მეტყველებს ღია ზღვაში ბადით თევზაობის პრაქტიკაზე [3, 141-142]. თევზი, როგორც ცხოველური პროტეინის წყარო, უდიდეს როლს თამაშობს ადამიანის ფიზიოლოგიური ჩამოყალიბების და ორგანიზმის ცილებით მომარაგების თვალსაზრისით. ამრიგად, თევზი კოლხეთის მოსახლეობის დიდი ნაწილის, განსაკუთრებით კი, განვითარებული საქალაქო ცენტრების ყოველდღიური კვების რაციონში საკმაოდ დიდი რაოდენობით უნდა ყოფილიყო.

თანამედროვე ქართული სუფრა წარმოუდგენელია ღვინის გარეშე. შეგვიძლია საკმაოდ ხმამაღლა და სიამაყითაც ვთქვათ, რომ ეს ასე უნდა ყოფილიყო ანტიკურ ხანაში და უფრო ადრეულ ეპოქებშიც კი. მთელი კოლხეთის დაბლობი, თითქმის ყველა პერიოდის არქეოლოგიური ფენა მოფენილია ღვინის ჭურჭლებით, ქვევრებით, ოინოხოებით, ამფორებით, დიდი თუ მცირე ზომის დოქებითა და სახაპავებით [8, 79]. ვანის ნაქალაქარში, მეოთხე საუკუნის მეორე ნახევრის ფენის კარპოლოგიური კვლევით, გამოვლენილია კულტურული ვაზის წიპწები [1, 22-23], რაც კოლხურ ჰინტერლანდში კულტურული მევენახეობის არსებობაზე მეტყველებს. ხოლო ღვინოს არა მარტო ალკოჰოლის, არამედ სარი-

ტუალო დანიშნულებაც ჰქონდა და, დიდი ალბათობით, კოლხური ღვინო უნდა ყოფილიყო სარიტუალო დანიშნულების და პირადი მოხმარებისთვის განკუთვნილი, როგორც საკუთრივ კოლხებში, ასევე ფიჭვნარულ ბერძნებშიც, ვინაიდან საშუალო ფენის წარმომადგენელ ფიჭვნარელებს ძვირადღირებული ბერძნული ღვინით სარგებლობის საშუალება ნაკლებად ექნებოდათ. ანტიკურ ეპოქაში ბერძნული ღვინო ითვლებოდა ძვირადღირებულ ფუფუნებად. კოლხეთში, ადგილობრივი წარმოების პარალელურად, ჩანს იმპორტული ამფორები, რომლებითაც, დიდი ალბათობით, საბერძნეთიდან შემოჰქონდათ ძვირადღირებული ბერძნული ღვინო. ეს უნდა ყოფილიყო ელიტისათვის განკუთვნილი ფუფუნების საგანი.

ამრიგად, ვასკვნით, რომ ანტიკური ეპოქიდან მარცვლენი და პარკოსანი კულტურები ქართულ გეოგრაფიულ სივრცეში კოლუმბის მიერ ამერიკის აღმოჩენის შემდეგ მნიშვნელოვნად შეიცვალა. შესაბამისად, შეიცვალა ისეთი კერძების ძირითადი ინგრედიენტები, როგორებიცაა მჭადი და ღომი. პარკოსნებიდან ყოველდღიურ ყოფაში თითქმის აღარ გამოიყენება ცულისპირა და ოსპი, რომლებიც, ასევე, ამერიკიდან შემოტანილმა ღობიომ ჩაანაცვლა. ქართულ კერძებში ყველის მრავალფეროვანი მოდიფიკაციების არსებობა იხსნება ოდითგანვე განვითარებული რძის წარმოების მაღალი კულტურით. ქართული ღვინო გამოიყენებოდა როგორც სუფრისთვის, ასევე რიტუალური დანიშნულებით, იმპორტული მაღალხარისხოვანი ელინური ღვინოები კი ფუფუნების საგანს წარმოადგენდა.

ლიტერატურა:

1. Bokeria M., West Georgia: history and diversity of vegetation and the use of plants through archaobotany. News of Ancient Colchis. Tbilisi, 2010.

2. ბოკერია მ., რუხაძე ლ., ამანი ბ., მასოხე კ., ლომიტაშვილი დ., თვალჭრელიძე ზ., ქებულაძე ნ., არქეობოტანიკური მონაცემები კოლხეთიდან, საქართველოს ეროვნული მუზეუმის მოამბე, 2009.
3. კახიძე ა., ვიკერსი მ., ფიჭვნარი I. ბათუმი – ოქსფორდი, 2004.
4. ლორთქიფანიძე გ., საბრძოლო და სამეურნეო იარაღი, ვანი II, თბ., 1976.
5. ლორთქიფანიძე ო., ვანის ნაქალაქარი, ვანი I, თბ., 1972.
6. ფეტვი-კულტურა. ბოლო ნახვა – 16.05.2021.
<http://www.nplg.gov.ge/wikidict/index.php/%E1%83%A4%E1%83%94%E1%83%A2%E1%83%95%E1%83%98>
7. ფიფია ნ., ელინური ექსპერიმენტი საქართველოში – ბერძნული ახალშენები (გენეზისი, ისტორია), დისერტაცია. თბილისის ივანე ჯავახიშვილის სახელობის სახელმწიფო უნივერსიტეტი, თბ., 2013.
8. ფუთურიძე რ., იმპორტული ამფორები ვანის ნაქალაქარიდან, ვანი II, თბ., 1976.
9. ღომი – საბურღულე კულტურა. ბოლო ნახვა – 18.05.2021.
<https://agrokavkaz.ge/dargebi/memcenareoba/ghomi-setaria-italica-saburghule-kultura.html>
10. ყაუხჩიშვილი თ., ბერძენი მწერლების ცნობები საქართველოს შესახებ. არისტოტელე, ნიკოლოზ დამასკელი, კლავდიუს ელიანუსი, ტ. II, თბ., 1969.
11. ციციშვილი ა., ვანის არქეოლოგიური გათხრებისას მოპოვებული ცხოველთა ძვალებულის ნაშთები. ვანი I, თბ., 1972.

Omari Dzadzamia

MA Student, Tbilisi State University, Georgia

Food and Drink in Ancient Colchis

Summary

Food and drink production achieved its historical peak in modern days, Food and drink is no longer just about the necessary calories we need daily for survival. It responds to different demands existing on the market. Usually existence of demand and simplicity of delivery determined the popularity of the product. Some dishes became marker of national identity, i. e. national dishes, something which is exchanged between culture and something which determined the relationships and etc. First Columbian exchange then globalization changed the diet of many nations, affected many national cuisine and thus changed food and drink culture everywhere. Demands on market, and popularization of national dishes and the need to export them made producers to make them in a simple way and somewhat also changes ingredients. We decided to reconstruct historical forms of national Georgian dishes as much as possible. Major basis for our study is archaeological data from Colchis, results of palynological data as well as the information given by ancient Greek authors.

Омар Дзадзамия

Магистр Тбилисского государственного университета, Грузия

Древнейшая колхидская еда и напитки

Резюме

В современную эпоху производство продуктов питания и напитков достигло своего исторического пика. Еда и напитки – это уже не просто необходимые калории, которые нам нужны ежедневно, чтобы выжить. Они реагируют на разные требования рынка, это и наличие спроса и удобство доставки, популярность товара. Некоторые блюда стали национальными, выражающие идентичность, культуру, еда стала помогать межкультурным отношениям.

Первая колумбийская биржа, а затем глобализация изменила рацион многих народов и повлияла на них. Во многих национальных кухнях изменилась культура еды и питья. Востребованность на рынке, продвижение национальных блюд и необходимость их экспорта побудила производителей упростить их производство, что привело к некоторому сдвигу в ингредиентах.

В своей работе мы решили, по возможности восстановить историю национальных грузинских блюд, их форм. Основной базой наших исследований является Колхида. Это археологические данные, результаты палинголокальных данных и информация, предоставленная древнегреческими авторами.

სარჩევნო

- ინდირა ძაგანია**7
კულტურათა შორისი კომუნიკაციის პრაქტიკული გამოყენება ქართული სტუმართმოყვარეობის მაგალითზე
Indira Dzagania
Practical application of intercultural communication on the example of Georgian hospitality
Индира Дзагания
Практическое применение межкультурной коммуникации на примере грузинского гостеприимства
- ანა პავლოვსკაია**17
მითხარი რას ჭამ და გეტყვი ვინ ხარ. კვების ტრადიციები და კულტურათა შორისი კომუნიკაციის პრობლემები
Anna Pavlovskaya
Tell me what you eat and I will tell you what you are. Food and Intercultural Communication
Анна Павловская
Скажи мне, что ты ешь, и я скажу, кто ты. Традиции питания и проблемы межкультурной коммуникации
- ნანული (ნანა) ცხვედაძე, ხათუნა ამაღლობელი**30
აუტო და ჰეტერო განწყობების გავლენა კვებითი ქცევის ორგანიზაციაზე
Nanuli (Nana) Tskhvedadze, Khatuna Amaghlobeli
Influence of Auto and Hetero attitudes on the organization of eating behavior
Нанули (Нана) Цхведадзе, Хатуна Амаглобели
Влияние ауто и гетеро настроений на организацию пищевого поведения
- რიტა მარგანია**53
აფხაზური დღევრძელობა და ტრადიციული საკვები
Rita Margania
Abkhazian longevity and traditional food
Рита Маргания
Абхазское долголетие и традиционная еда

ოქსანა ფაის-ლეუტსკაია.....66

სიცილია: ალიმენტური ტრადიციულობა და იდენტურობის საკითხები

Oxana Fais -Leutskaia

Alimentary Tradition and Identity Issues: The Case of Sicily

Оксана Фаис-Леутская

Сицилия: флиментарная традиционность и вопросы идентичности

ირინა ყრუაშვილი79

ტრადიციული სამზარეულო როგორც ეროვნული იდენტობის განმსაზღვრელი ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი პარამეტრი

Irina Kruashvili

Traditional Cuisine, as One of the Determining Parameters for the National Identity

Ирина Круашвили

Традиционная кухня, как один из определяющих параметров национальной идентичности

მაია მარღანია, მანანა შელია94

ქართული და ბრიტანული ეროვნული სამზარეულო როგორც ინტერკულტურული ფენომენი

Maia Marghania, Manana Shelia,

Georgian and British National Cuisine as an Intercultural Phenomenon

Майя Маргания, Манана Шелия

Грузинская и Британская национальная кухня как межкультурное явление

მარინე აროშიძე104

„მოძთაბარე რეცეპტების“ თეორია

Marine Aroshidze

Theory of Wandering Recipes

Марине Арошидзе

Теория «странствующих рецептов»

ნანა კუცია, მირანდა თოდუა, მადლენა ოჩიგავა.....114

სუფრის კონცეპტი პოსტმოდერნისტულ ტექსტში

Nana Kutsia, Miranda Todua, Madlena Ochigava

„Supra“ („The Feast“, „The Teble-Talk“) Concept in the Texts of Postmodernism

Нана Куциа, Миранда Тодуа, Мадлена Очигавა

Концепт «Супра» («Застолье») в текстах постмодернизма

- ილონა მანელიძე**.....129
ბუნებასთან შერწყმა საკვების დახმარებით: საბერძნეთის ველური ბალახები
Ilona Manelidou
Reconnecting with nature through food: The wild herbs of Greece
Илона Манелиду
Воссоединение с природой посредством пищи: дикие травы Греции
- მაკა კაჭარავა**.....148
კონცეპტი „ეროვნული სამზარეულო“ როგორც კულტურის მდგრადი ფორმა
MaKa Kacharava
Concept "National cuisine" as a sustainable form of culture
Мака Качаравა
Концепт «Национальная кухня» как устойчивая форма культуры
- დიანა მიქელაძე**.....157
ღობიო – მულტიკულტურული საკვები, მისი ეტიმოლოგია და სემანტიკური ველი ინგლისისა და საქართველოს მაგალითზე
Diana Mikeladze
Bean – Multicultural Food, Its Etymology and Semantic Field According to the Examples of England and Georgia
Диана Микеладзе
Фасоль – мультикультурный продукт питания, его этимология и семантическое поле на примере Англии и Грузии
- ელენა ჯბანკოვა**166
თანამედროვე ერევნის ქართული სამზარეულო მოსკოველის თვალით
Elena Zhbankova
Georgian cuisine of modern Yerevan through the eyes of a Muscovite
Елена Жбанкова
Грузинская кухня современного Еревана глазами москвички
- ჯანა ტოლისბაევა**.....179
საკვები როგორც დამცირება (ყაზახური ქალური პროზის მაგალითზე)
Jana Tolisbaeva
Food as a Humiliation (On example of Kazakh Women Literature)
Жанна Толысбаева
Еда как унижение (на материале казахстанской женской прозы)

ელიცა სტილოვა.....189

ბულგარული იოგურტი – ეროვნული პროდუქტის კონსტრუქცია

Elitsa Stoilova

Bulgarian yoghurt-construction of a national product

Элица Стоилова

Болгарский йогурт – конструкция народного продукта

ირინა მატიაშო.....195

კულინარიული დიპლომატია უკრაინაში როგორც საჯარო დიპლომატიის მიმართულება

Irina Matyash

Culinary Diplomacy in Ukraine as a direction of public diplomacy

Ирина Матяш

Кулинарная дипломатия в Украине как направление публичной дипломатии

ნინო აროშიძე.....205

ქართული რეალიების თარგმნის პრობლემები (ზღაპრების მაგალითზე)

Nino Aroshidze

Problem of Translating Georgian Realia (based on fairy tales)

Нино Арошидзе

Проблема перевода грузинских реалий (на примере сказок)

ლილიანა ჯანაშია.....214

კულინარია და კლასიკური რუსული ლიტერატურა

Liliana Janashia

Cookery and classical Russian literature

Лилиана Джанашия

Кулинария и русская классическая литература

ალა მინიარ-ბელორუჩევა, პოლინა სერგიენკო.....221

PR-ის მაპარმონიზირებელი როლი სურსათის ეროვნული ბრენდების პოპულარიზაციაში: ლინგვოკულტურული ასპექტი

Alla Minyar-Beloucheva, Polina Sergienko

Harmonizing Role of Public Relations in National Food Brands Promotion: Linguo-Cultural Aspect

Алла Миньяр-Белоручева, Полина Сергиенко

Гармонизирующая роль PR в продвижении национальных продовольственных брендов: лингвокультурный аспект

ქეთი გალობერი231

ფრანგული სამზარეულო: ტრადიციები და ჩვეულებები

Keti Galoberi

French Cuisine: traditions and customs

Кэти Галобери

Французская кухня: традиции и обычаи

გულნარა დიასამიძე, ხათუნა ტაბატაძე242

ქართული გასტრონომიული ტურიზმის განვითარება

Gulnara Diasamidze, Khatuna Tabatadze

Development of Georgian Gastronomic Tourism

Гульнара Диасамидзе, Хатуна Табатадзе

Развитие грузинского гастрономического туризма

ლუდმილა ბეჟენარუ247

კულინარიული ანთროპონიმები და ტოპონიმები რუმინულ

გასტრონომიულ კულტურაში

Lyudmila Bejenaru

Culinary Anthroponyms and Toponyms in Romanian Gastronomic Culture

Людмила Беженару

Кулинарные антропонимы и топонимы в румынской

гастрономической культуре

ელენა მედვედევა260

რეგიონის გასტრონომიული მემკვიდრეობა: ახლებური ხედვა

ტერიტორიული მარკეტინგის კონტექსტში

Elena Medvedeva

Regional gastronomic heritage: a new approach in the context of place marketing

Елена Медведева

Гастрономическое наследие региона: новое прочтение в контексте

территориального маркетинга

ილზე გარდა, ვენტა კოცერე269

სხვადასხვა ხალხისა და კულტურის გავლენა ლატვიურ

სამზარეულოზე მასალები ლატვიის უნივერსიტეტის

აკადემიური ბიბლიოთეკის კოლექციებიდან

Ilze Garda, Venta Kocere

The Impact of Different Nations and Cultures on the Development of

Latvian Cuisine. The Materials from the Academic Library of the

University of Latvia Collection

Илзе Гарда, Вента Коцере

Влияние разных народов и культур на развитие латвийской кухни.

Материалы из коллекции Академической библиотеки Латвийского университета

- მარია ზოლოტუხინა**.....278
მადლიერების დღის აღნიშვნა აშშ-ში: გასტრონომიული ტრადიციები და ახალი ნარატივები
Maria Zolotukhina
Celebrating Thanksgiving Day in the U.S.: Gastronomic Traditions and New Narratives
- Мария Золотухина**
Празднование Дня Благодарения в США: гастрономические традиции и новые нарративы
- მარგარიტა ლიუბარტი**.....293
კულინარიული რეპრეზენტაცია როგორც პრეტანის (საფრანგეთი) ტურიზმის შემადგენელი ნაწილი
Margarita Lubart
Culinary representation as Brittany (France) An integral part of tourism
Маргарита Любарт
Кулинарная репрезентация как составная часть туризма Бретани (Франция)
- ანა გრომოვა**306
ახალი ნასესხები ხიტყვების ადაპტაცია თანამედროვე სპარსულ ენაში (იტალიური კულინარიული ტერმინების მაგალითზე)
Anna Gromova
Integration of new loanwords in contemporary Persian: a case study of Italian culinary terms
Анна Громова
Адаптация новых заимствований в современном персидском языке (на примере кулинаронимов-итальянизмов)
- ალექსანდრე ნოვიკი**.....332
თეფზი და თეფზის რესტორნები ალბანეთში: ევროპული იდენტიფიცირების ტრადიცია და კონსტრუირება
Novik Alexander
Fish and fish restaurants in Albania: traditions and construction of European identity
Александр Новик
Рыба и рыбные рестораны в Албании: традиции и конструирование европейской идентичности
- აიანა სუმაჩაკოვა**343
ალთაის ნაციონალური კვების პროდუქტი – ტიორგოომი
Ayana Sumachakova
Altain national food product – tyorgyom
Айана Сумачакова
Алтайский национальный продукт питания – тёргём

მარინა მარტინოვა	350
<i>მიგრანტები მეგაპოლისში და ტრადიციული კერძები მულტიკულტურულ საზოგადოებაში. რუსეთის მაგალითი</i>	
Marina Martynova	
<i>Migrants in the Megalopolis and Traditional Meals in a Multicultural Community. The Case of Russia</i>	
Марина Мартынова	
<i>Мигранты в мегалополисе и традиционная пища в мультикультурном сообществе. Пример России</i>	
ინდირა გაზიევა	364
<i>საჭმლის სამი ვიბრაცია</i>	
Indira Gazieva	
<i>Three Food Vibrations</i>	
Индирга Газиева	
<i>Три вибрации еды</i>	
ლაშა ბოლქვაძე	371
<i>იაპონური სამზარეულოს ლაკუნები კულტურათა შორის კომუნიკაციაში</i>	
Lasha Bolkvadze	
<i>Japanese Cuisine Lacunae in Cross-cultural Communication</i>	
Лаша Болквдзе	
<i>Лакуны японской кухни в межкультурной коммуникации</i>	
ომარ ძაძამია	377
<i>საკვები და სასმელი ანტიკურ კოლხეთში</i>	
Omari Dzadzamia	
<i>Food and Drink in Ancient Colchis</i>	
Омар Дзадзамия	
<i>Древнейшая колхидская еда и напитки</i>	



გამომცემლობა „უნივერსალი“

თბილისი, 0186, ა. ჰოლიტაოვსკაიას №4. ☎: 5(99) 33 52 02, 5(99) 17 22 30
E-mail: universal505@ymail.com; gamomcemlobauniversali@gmail.com

