

17. Foucault M. *Abnormal: Lectures at the College de France, 1974–1975*. N.Y., Picador Publ., 2003.
18. Malia M. *Russia under Western Eyes: From the Bronze Horseman to the Lenin Mausoleum*. Cambridge; London, 1999.
19. Žižek S. *Enjoy Your Symptom! Jacques Lacan in Hollywood and Out*. N.Y., Routledge, 2001. P. 136.

КУЛЬТУРНАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ И ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ АЛИМЕНТАРНОЙ КУЛЬТУРЫ¹⁷

Якушенко Сергей Николаевич, доктор исторических наук, доцент, Астраханский государственный университет, Российская Федерация, 414056, г. Астрахань, Татищева, 20а, E-mail: shuilong@mail.ru

Сун Цзе, аспирант, Астраханский государственный университет, Российская Федерация, 414056, г. Астрахань, Татищева, 20а, E-mail: songjie0322@163.com

В статье анализируется роль алиментарной культуры в сохранении культурной безопасности страны. Учитывая тот факт, что еда является одной из базисных потребностей человеческого существования, легко представить, сколь глубоко пищевые коды укоренены в национальной культуре. С помощью пищевых метафор транслируются многие важные понятия, образующие ядро национальной культурной идентичности. На различных примерах авторы статьи демонстрируют то, как алиментарная культура выступает в качестве инструмента сохранения или разрушения национальной культуры. Особенно это ярко проявляется на примере, так называемого, пищевого империализма, когда осуществляется определенная экспансия ряда пищевых продуктов или блюд. Все это рождает противодействие со стороны населения ряда стран, выступающего против традиции фастфуда. Это, в свою очередь приводит к появлению новых тенденций в национальных культурах, не воспринимающих традиции фастфуда. Это хорошо заметно на примере такого теперь уже международного движения, как слоуфуд, породившего новые тенденции в национальной культуре ряда стран: слоу-наука, слоу-туризм, слоу-церковь и т.д. Но не всегда эта экспансия осознается носителями принимающей культуры. Нередко пищевой код интродуцируется с помощью квазинациональной продукции и квазинациональных образов, что несет угрозу национальной культуре

Ключевые слова: алиментарная культура, еда, культурная безопасность, пищевой империализм, фастфуд, слоуфуд, национальная культура, пищевой код

CULTURAL SECURITY AND FACTORS OF DEVELOPMENT OF NATIONAL ALIMENTAL CULTURE

Yakushenkov Sergey N., D.Sc. (History), Professor, Astrakhan State University, 20a Tatishcheva Str., Astrakhan, 414056, Russian Federation, E-mail: shuilong@mail.ru

Song Jie, postgraduate student, Astrakhan State University, 20a Tatishcheva Str., Astrakhan, 414056, Russian Federation, E-mail: songjie0322@163.com

The article analyzes the role of alimential culture in the preservation of cultural security of the country. Taking in the consideration the fact, that food is one of the basic needs of human existence, it is easy to imagine how deeply food codes are rooted in the national culture. Using food metaphors are translated many important concepts that form the core of a national cultural identity. With the help of various examples the author demonstrate how alimential culture acts as a tool of preservation or destruction of national culture. This is especially evident on the example of the so-called “food imperialism” with existence of expansion of a certain number of foods or dishes. All of this brings to life a reaction against the tradition of fast food from the population of some countries. This, in turn, leads to the emergence of new trends in national cultures that do not accept the tradition of fast food. This is clearly seen on the example of a modern international movement of “slow-food” that gave rise to new tendencies in the national culture of certain countries: slow science, slow tourism, slow-church, etc. But not always, this expansion is realized by native host culture. Often food code has been introduced with the help of quasi-ethnic products by quasi-ethnic images.

Keywords: Alimential culture, food, cultural security, food-imperialism, fast-food, slow-food, national culture, food codes

Алиментарная культура, являясь базовой частью любой этнической или национальной культуры, представляет собой систему культурных кодов, вокруг которых выстраивается и остальные части культуры. С помощью различных пищевых символов и метафор мы познаем мир, так сказать, «впитывая его с молоком матери». Мы «съедаем с другими семь пудов соли», «заливаем скорбь вином» и считаем, что «хлеб всему голова». Мы идентифицируем свою культуру через еду: «Щи да каша – пища наша», и даже многие сексуальные понятия передаются у нас метафорически с помощью алиментарной символики. Все это и позволяет говорить о важности сохранения пищевых кодов для любой культуры, так как трансляция культурных паттернов и осуществляется с помощью этих кодов.

Поэтому сохранение культуры во многом зависит от того, насколько в полной мере транслируются и усваиваются эти коды молодыми носителями культуры. И наоборот, в том случае, когда происходит сбой

¹⁷ Работа выполнена при поддержке РГНФ15-33-11172а (ц) «Культурная безопасность в условиях гетеротопии».

в процессе трансляции или усвоения, то все это ведет к кардинальной перестройке культурных паттернов, и всей культуры в целом.

Потребление пищи всегда регламентировано, гендерно, социально и т.д. Этнически или конфессионально маркировано, сезонно и географически обусловлено¹⁸, политически или законодательно зафиксировано, т.е. вписано в систему культуры самыми различными способами. При этом еда (пища) может быть не только объектом человеческой деятельности, но и выступать в качестве своеобразного инструмента формирования человека и его места в культуре (социуме). Старая пословица «Скажи, что ты ешь, и я скажу, кто ты» постоянно трансформируется, приобретая новые звучания.

Еще недавно пропасть между «крестьянской едой» и «едой элитарной» была огромной. Крестьяне питались простой едой, слабо подвергнутой обработке, в то время как элиты стремились к потреблению еды, максимально обработанной, теперь же эти различия исчезают, так как элиты стремятся к потреблению простой здоровой крестьянской еды, а беднейшие слои населения напротив потребляют максимально обработанные суррогаты.

Все большую популярность получает сыроедение или голодание, хотя и первое, и второе имеют давнюю историю. Если голодание было, как правило, связано с религиозными принципами поста, то система сыроедения была предложена еще в 1830 г. американским проповедником С. Гремом в качестве средства для лечения холеры, а в 1897 г. швейцарский врач М. Бирхер-Беннер начал использовать принципы сыроедения в своем санатории в Цюрихе, после того, как сам излечился от желтухи при помощи своей сыроедческой диеты.

Но если в тот период эти идеи были скорее исключением, то теперь подобные теории приобретают массовый характер. Процессы глобализма все чаще ломают этнические пищевые стереотипы, привнося в наш повседневный рацион иностранные блюда и иностранные напитки. Теперь все популярнее становятся американские гамбургеры и виски, японские суши и sake, мексиканские текила и бурритос. Вряд ли население российских городов еще пару десятилетий назад знало эти названия, и тем более мечтало попробовать все эти традиционные блюда других народов. Теперь же стало престижным пить не русскую водку, но потреблять, например, текилу, соблюдая при этом весь необходимый ритуал. С одной стороны, мы разграничиваем пищу на «свою» и «чужую», но с другой стороны, мы легко превращаем «чужую» еду в «свою». Мы идентифицируем Другого/Чужого через его алиментарные пристрастия, которые нам кажутся слишком дикими или странными, но в любой момент легко сами переходим на сторону Другого/Чужого, чтобы эту его пищу потребить, сделать своей [8; 13; 14].

Таким образом, алиментарная культура отвечает на запросы современности, подстраиваясь под новые тренды, но и в свою очередь она сама формирует нашу культуру, так как является отражением определенных процессов этнической, социальной или гендерной идентичности. С помощью еды мы конструируем наш мир, встраиваемся в него, так как универсальный пищевой или алиментарный код помогает нам осознать себя в мире и участвовать в коммуникации.

Все эти принципы превращают алиментарную культуру в очень мощный культурный, социальный и политический инструмент, который может быть направлен в любую сторону: как на сохранение культурного ландшафта, так и на его тотальное разрушение. Достаточно вспомнить цитату из 10-ой сатиры древнеримского поэта Ювенала [12; с. 105]:

Этот народ уж давно, с той поры, как свои голоса мы
Не продаем, все заботы забыл, и Рим, что когда-то
Все раздавал: легионы, и власть, и ликторов связи,
Сдержан теперь и о двух лишь вещах беспокойно мечтает:
Хлеба и зрелищ!

Бесплатная раздача хлеба в Древнем Риме постепенно сделала римлян пассивными и равнодушными ко многим событиям, происходящим в государстве, позволив древнеримским политикам манипулировать умонастроениями плебса.

Алиментарная культура встроена в картину мира всех народов с помощью множеств механизмов. Все это хорошо продемонстрировал французский этнолог К. Леви-Стросс. Исходя из когнитивных принципов восприятия окружающего мира, Леви-Стросс и другие структуралисты попытались представить культуру с помощью определенных пищевых кодов, универсальных для любой культуры. Такие характеристики, как теплый и холодный, сладкий, горький, кислый, соленый, острый, сухой и влажный, твердый и жидкий и т.д., будут универсальны для любой культуры. Эти категории выступают своеобразными константами, на которых формируется культура. Отличаться будет лишь их восприятие, или точнееприятие, т.е. предпочтение тому или иному вкусу или свойству пищи. Но все эти предпочтения будут детерминированы множеством других свойств и обстоятельств: хозяйственной специализацией, климатическими и географическими характеристиками, религиозными факторами и т.д.

Еще одной заслугой К. Леви-Стросса является постулирование им так называемого «кулинарного треугольника» [22]. С точки зрения французского структуралиста, все потребление продуктов в мире распадается на три типа: в сыром виде, приготовленном и сгнившим (подпорченным). При этом основная оппозиция заключается в противопоставлении сырого и приготовленного. Сгнившее как бы находится по середине между крайними точками оппозиции. В свою очередь приготовленной еда может быть тремя способами: кипячением, жарением и копчением. Эти три способа тоже образуют своеобразную оппозицию

¹⁸ Географический и сезонный фактор перестает играть большую роль лишь на современном этапе, когда в условиях глобализма и создание общего продуктового рынка любая еда может быть поставлена в любой момент в любую точку земного шара.

«вареная : жареная / копченая». Противопоставление образуется по способу употребления посуды и близости к огню. Варка требует наличия посуды (горшка или кастрюли), в то время как копчение и жарка происходит без употребления каких-либо емкостей. В тоже время жарка на открытом огне очень часто символически соотносится с сырой пищей (ведь она как бы оказывается не до конца сторовшей), а сваренная пища соотносится с пищей прогнившей. В качестве доказательства Леви-Стросс приводит всем известное слово попури, но мало кто знает, что попури происходит от французского *pot pourri* – *гнилой горшок* [22, с. 42] В испанском языке существует такое же сочетание – *olla podrida* (рус. «гнилая кастрюля»).

При этом эти три разных типа приготовления еды связаны с разными моделями поведения и гендерными и социальными группами. Между прочим, это нашло отражение и в русской культуре, в которой приготовление в посуде считается более женским делом, а вот приготовление (жарка) мяса на открытом огне воспринимается как мужское занятие. В американской культуре можно обнаружить такое же отношение к барбекю, приготовление которого считается мужской прерогативой.

Это удалось продемонстрировать Леви-Строссу на примере множества культур, исторически и географически несвязанных друг с другом. Более того, как нам кажется, К. Леви-Стросс смог выявить ряд общих принципов культур, отстоящих друг от друга на тысячи километров, и не имеющих каких-либо генетических связей. Все это нашло отражение еще в одной из его работ, названных «Ревнивая горшечница» [6].

Таким образом, методы, разработанные Леви-Строссом и другими структуралистами, применительно к изучению вопросов истории культуры, позволяют выявить ряд общих положений, характерных для различных культур, порой не имеющих какие-либо генетические связи.

Учитывая тот факт, что алиментарный аспект относится к базисным аспектам функционирования культуры, константы и выступают кодами, которые исследователю предстоит выявить и проанализировать.

Именно исходя из бинарного характера перцепции окружающего мира эти коды очень часто проявляются через призму дуальности, о чем говорил еще Леви-Стросс. Поэтому один и тот же продукт может восприниматься в рамках одной культуры одновременно позитивным и негативным. Эта амбивалентность может быть обнаружена и на уровне синхронии, и диахронии. При этом диахронические трансформации будут происходить из ряда аспектов внутреннего и внешнего характера. Мы уже упоминали изменение отношения к сыромятию под влиянием самых различных факторов.

К одной из заслуг Леви-Стросса следует отнести и выявление основополагающего принципа метафорической связи пищи и культуры. Оппозиция «сырое : приготовленное» в период архаики коррелирует с оппозицией «дикость : цивилизация». Но как мы видели, такая корреляция характерна для культурных парадигм в прошлом, а в современном обществе можно наблюдать совершенно противоположную тенденцию, обусловленную такой атрибуцией, как здоровье, т.е. здоровая/нездоровая пища. И вместе с тем можно заметить, что эта оппозиция не исчезла, она лишь поменяла вектор направления.

Но не означает ли это, что речь идет всего лишь о логических спекуляциях, не имеющих под собой никакой научной подоплеки? Как отмечал К. Леви-Стросс в «Неприрученной мысли», «Современная химия сводит разнообразие вкусов и запахов к пяти различным сочетаемым элементам: углероду, водороду, кислороду, сере и азоту. Составляя таблицы присутствия и отсутствия их, оценивая дозировки и пороги, она приходит к учету различий и сходств между качествами, которые некогда она бы изгнала за пределы своей сферы как вторичные» [5, с. 122–123]. Но именно этот подход делает методы, разработанные Леви-Строссом теоретически оправданными и исключительно практичными, ведь речь в нашем случае идет именно об органах чувств, с помощью которого и происходит восприятие продуктов. И кроме всего прочего, эти вкусы сформировались в весьма отдаленную эпоху – в период, когда складывались основные параметры русской/восточнославянской культуры. Если начать анализировать основные пищевые коды русской культуры, то легко заметить, что в основе его лежит процесс ферментации или брожения/квашенья. Здесь уместно вспомнить уже упомянутую поговорку: «Щи да каша – пища наша» – многие россияне полагают, что самые вкусные щи – томленные, трехдневные, т.е. подвергнутые легкому брожению. Да и каши очень часто готовили с помощью закваски, солода, кваса и т.д., достаточно вспомнить русскую кулагу. Хлеб, квас, брага – все это продукты брожения зерновых – основной сельскохозяйственной культуры восточных славян. Ну а если мы к этому добавим квашенную капусту, то набор любимых россиянами продуктов значительно вырастет. Да и водку или какой-то другой алкоголь мы не пьем, а «квасим», т.е. метафорически «заквашиваем» сами себя. Но здесь же уместно вспомнить и слово «квашня» для обозначения нерасторопного вялого человека.

Однако, несмотря на то, что в своем исследовании мы исходим из базисных принципов человеческой перцепции, не следует забывать, что «орган вкуса отнюдь не язык, а мозг, культурно (и, таким образом, исторически) детерминированный орган, через который транслируются и воспринимаются критерии для оценки еды» [23, с. 61].

Еда, хотя и продолжает оставаться обыденной естественной потребностью человека, во многом является продуктом определенной идеологии. Она как бы навязывается социумом с помощью различных механизмов, прежде всего пропаганды (политической, коммерческой). Потребление еды уже не регламентируется уровнем запретов/разрешений. Табуирование (мифологическое или конфессиональное), хотя и осталось во множестве случаев, все больше отходит на задний план, так как в большинстве случаев на выбор человеком того или иного продукта влияет мощная ежедневная реклама [4], построенная на основе развитой системой внушения, подкрепленная современными научными разработками в области психологии.

Все эти вопросы расширяют гносеологическое поле алиментарной культуры до уровня особых институтов [18, с. 22–23]. Именно так определял отдельные виды продуктов Ролан Барт: «Кто посмеет сказать, что вино во Франции просто вино? Сахар или вино, эти две суперизлишние субстанции также являются институтами. И эти институты обязательно предполагают ряд образов, символов, вкусов, предпочтений, и оценочных суждений» [18, с. 23]. Расширение феномена продуктов до уровня институтов, анализ

алиментарной культуры в виде особой системы дает возможность рассматривать алиментарные традиции, выйдя за рамки лишь утилитарного характера еды, а также технологической составляющей (производство и способы приготовления). Как и К. Леви-Стросс, Р. Барт видит в еде целостную систему, объединяющую в себе огромное множество подсистем. Все это приводит к тому, что мы, по мнению Барта, потребляем не еду, а идеи: вкусы (сладкий/горький, острый/нейтральный), правила (здоровый/вредный), социальные иерархии (высокий/низкий), гендерные или этнические паттерны и т.д. [18, с. 26]. Все эти признаки и формируют определенные национальные паттерны национальной кухни. В качестве примера Р. Барт приводит греческую и американскую традицию метафорического переноса тех или иных качеств на еду. У греков было понятие *ganos* (рус. яркий, восторг, удовольствие), которое объединяло такие понятия как плодородие, влага, яркость. Мед был *ganos*, вино – тоже *ganos*. В США существует традиция определять ту или иную пищу через понятие *crispy* (рус. «хрустящий»). Хрустящий – это не обязательно чипсы, сухари, крекеры или хлопья, может быть употреблено по отношению к пиву (потому что оно ледяное), или острому блюду, так как вкус этого блюда яркий и запоминающийся, он противопоставлен нейтральным, невыразительным вкусам [18, с. 26].

Обществу постоянно навязываются те или иные идеи относительно пищи. Анализируя французскую рекламу, Р. Барт выделяет три основных идеи, вокруг которых группируются рекламные меседжи (послания): национальная идея, антропологическая составляющая (гендер, социальные статусы, социальная идентичность), здоровье (энергия, активность, витальность) [18, с. 27]. Таким образом, алиментарная культура превращается в инструмент коммуникации. Эти идеи Р. Барта расширяют гносеологический контекст, в котором может быть понята роль алиментарной составляющей в культурной безопасности общества.

Продолжая идеи французского семиотика, можно констатировать, что некоторые продукты могут быть и механизмом политического давления или шантажа во внешней политике того или иного государства, когда политическая элита навязывает своему населению определенную продукцию или пытается с помощью конкретных запретов и таможенных барьеров оказать давление на другие государства, являющиеся экспортерами определенных пищевых продуктов. Примером первого варианта является история внедрения картофеля в России. Насильственное внедрение чуждой русской крестьянской традиции заморской культуры и слабая информационная политика правительства привела к многочисленным восстаниям крестьян против выращивания картофеля, что получило название «картофельные бунты». Картофельные бунты происходили в 1834 и 1840–1841, 1843 гг. и в них принимало участие около полумиллиона крестьян [1, с. 417; 2, с. 94; 3; 7; 11].

Из примеров внешнеэкономического воздействия можно упомянуть так называемые «банановые войны» между рядом стран Латинской Америки, США и Евросоюзом. Евросоюз ввел в 1992 г. пошлины на импорт бананов из Латинской Америки для оказания давления на США. Подобные варианты политического воздействия с помощью запретов на пищевые продукты были и в истории России, когда Москва вводила ограничения на импорт грузинских и молдавских вин, прибалтийских шпрот и т.д.

Кроме этого не стоит забывать, что глобальная система производства пищевых продуктов построена на определенном экономическом неравенстве стран производителей. В современном мире создалась ситуация, когда страны-производители пищевых продуктов оказываются наименее развитыми, чем те страны, которые потребляют эту продукцию. Все это приводит к «пищевому неравенству» и постоянному дефициту продукции в ряде сельскохозяйственных стран. Все это получило название «пищевого империализма» (“food imperialism” [17, с. 213; 24; 21], “culinary imperialism” [25, с. 43; 20, с. 35]).

Пищевой империализм может проявляться в разной форме, он может быть внешним и внутренним. Для внешнего кулинарного империализма характерно навязывание своих алиментарных традиций другим народам в их странах. Внутренний кулинарный империализм проявляется тогда, когда чужая еда подстраивается под вкусовые предпочтения в стране-реципиенте. Интересная трансформация произошла в США с китайским блюдом *chop suey* – китайским рагу. Американская исследовательница Дж. Уолоч справедливо замечает, что в истории с этим блюдом мы сталкиваемся с интересным феноменом: американцы отрицательно и часто пренебрежительно относятся к китайцам и побаиваются их (точнее их наплыва), но охотно употребляют китайскую еду, подстраивая ее под свой вкус [26, с. 175]. В этом навязывании производителям своих пищевых вкусов американская исследовательница и видит проявление кулинарного империализма американцев [26, с. 175]. Правда, она не объясняет, как необходимо воспринимать навязывание этого китайского блюда самим американцам. Можно ли отнести это к традиции «китайского империализма», или это совершенно иной случай. Курьезность появления этого блюда в США овеяна многочисленными мифами, но многие из них сводятся к одному варианту, что китайский повар за неимением подходящих продуктов к концу рабочего дня приготовил требовательным и шумным посетителям белым американцам блюдо (что-то вроде рагу) из остатков продуктов, смешав все, что у него было, и пережарив это в сковородке. Неожиданно это блюдо приглянулось посетителям, которые в дальнейшем начали заказывать только его. Так 杂碎 (кит. «разные остатки, объедки») превратилось в популярное блюдо американской кухни [26, с. 175–176].

Но скорее всего, в данном случае мы имеем дело с так называемой алиментарной трансгрессией (по определению О. С. Якушениковой), т.е. заимствованием пищевых предпочтений Чужого [16]. При этом в данном случае мы обнаруживаем акт двойной трансгрессии – и со стороны китайского повара, который перестраивает китайскую кулинарную традицию под нужды момента, и со стороны американских посетителей, принимающих пищу Чужого, и присваивающих эти чужеродные для них традиции.

Одной из форм алиментарного империализма является, так называемый, империализм фастфуда (Fast food imperialism) [27, с. 16], который в свою очередь породил ответное алиментарное (здесь можно употребить термин «кулинарное») движение, получившее название «слоуфуд» (“slow food” – англ. «медленная

еда»). Движение слоуфуд зародилось в Италии в 1986 г., когда римляне создали общественную организацию Arcigola (рус. «прожорливость»), которая выступила против организации ресторана Макдональдс в историческом месте Рима, называемом Испанская лестница. Участники этого движения выступили с альтернативной фастфуду идеологией, нацеленной на потребление традиционной национальной здоровой пищи. В 1989 г. в Париже состоялась учредительная конференция, на которой присутствовали представители 15 стран. На конференции был принят манифест слоуфуда. Примечательно, что новая идеология дала толчок к созданию движения, пропагандирующего новый образ жизни – слоу мувемент (slow movement – рус. «медленное движение»). Сторонники этого движения призывали к формированию новой урбанистики (Cittaslow – «медленный город»), нового медленного искусства, медленного образования, медленной науки, медленного старения, медленной церкви и т.д. [19]

Как мы видим, система питания из простой потребности легко превращается в особый инструмент политического влияния в обществе.

Стремление противостоять внешнему воздействию, поиск идентичности, и борьба за право быть услышанными порождает новую идеологию, и неудивительно, что в ее основе лежит алиментарная культура.

На сегодняшний день у этого движения существует огромное количество сторонников, как индивидуальных, так и коллективных – на уровне целых городов, жители которых стараются полностью перестроить свою жизнь на новый лад. В настоящий момент к движению Cittaslow присоединилось почти 200 городов по всему миру, но самое большое число подобных городов в Италии – более 70, что неудивительно, учитывая тот факт, что именно в Италии и зародилось это движение. Поиск утраченных кулинарных традиций, ориентация на национальную кухню дает неплохие дивиденды, так как связано с такой особенностью алиментарной культуры, как кулинарный туризм.

Туризм, как форма познания Чужого/Другого невозможен без познания его кухни, алиментарная идентификация, как мы уже говорили, является важнейшим фактором для обозначения Чужого [8; 15]. Все это создает новую форму отношений, в которых главенствующую роль начинает играть кулинарная культура. Не последнее место, а часто даже главенствующую роль в этом культурном диалоге играют алкогольные напитки, да и напитки в целом. В этой связи интересен российский опыт борьбы с «пищевым империализмом» в области напитков. Он даже получил очень оригинальное название – «колонизация», построенное на игре слов, восходящих к популярному американскому напитку Кока-Кола. Колонизация – это навязывание Кока-Колы российскому потребителю. Стремление к национальной идентичности через национальную алиментарную систему порождает поиск новых смыслов, что приводит к определенной борьбе брендов, выразившейся в появлении на российском рынке нового кваса – «Никола», т.е. «не-кола». Остроумная идея, высказанная известным русским писателем В. Пелевиным в его романе «Поколение П», т.е. «поколение Пепси», нашла своего благодатного потребителя в лице производителей кваса. И хотя борьба осуществлялась лишь на региональном уровне, она в целом соответствовала запросам общества, хотя и не смогла полностью противостоять натискам модного зарубежного бренда.

Но, если процессы «колонизации» и «гамбургеризации» России вполне очевидны и не требуют особого анализа по выявлению «пищевого империализма», об этом не говорит только лишь самый ленивый, то в современном культурном ландшафте происходят и более сложные и скрытые процессы, которые условно можно отнести к примерам «пищевого империализма». Мы уже говорили выше, что, по мнению Р. Барта, в американской культуре в настоящий момент многие понятия алиментарной культуры передаются с помощью термина *crispy* – «хрустящий». Последнее десятилетие мы видим, как в российскую алиментарную культуру активно внедряется это же понятие. При этом ставка уже делается не на зарубежные бренды – чипсы или попкорн, которые хотя и заняли свое место на российском рынке, но не играют особой роли. Внедрение «хрустящей продукции» теперь осуществляется с помощью псевдорусской продукции – сухарики. Конечно, мы склонны признавать, что идея сухарей, как особого питания не является чуждой русской культуре. Во многих семьях делались сухари из оставшегося хлеба, сухарями снабжалась российская армия, а в военное время определенный запас свежих сухарей хранился в ранце у солдата царской армии. Однако всем известно, что сухарики – это лишь некий суррогат, заменитель хлеба в трудных условиях. Во многих странах сухарики наряду с чипсами и попкорном относят к понятию *junk food* – «мусорная еда», да и XIX в. уже знали, что обильное употребление сухарей плохо сказывается на здоровье людей: «Питательность сухарей равна питательности хлеба, но продолжительное их употребление вредно для здоровья, иногда вызывая так называемый сахарный понос. Поэтому в видах гигиенических и в военное время довольствие сухарями по возможности должно чередоваться с довольствием свежим хлебом» [10, с. 137].

Примечательно, что разнообразные изготовители и продавцы сухариков по-разному решали вопрос с идеологией внедрения своей продукции на российский рынок. Все эти подходы можно разделить на два типа: обращение к традициям народной культуры («Кириешки», «Воронцовские сухарики») и использование элитарных образов русской истории – образы царей, императриц, российской аристократии («Хрустteam»). Дабы не отходить от проблемы алиментарной культуры, анализируя рекламу, заметим только, что российские производители здесь оказываются в очень сложных условиях конкурентной борьбы с иностранными компаниями, в частности компанией «PepsiCo» – крупнейшим транснациональным игроком на пищевом рынке. В связи с этим российские компании вынуждены встраиваться и подстраиваться под зарубежные традиции алиментарной культуры, продвигая их на российский рынок с помощью псевдорусских образов. В виде исключения конечно можно было бы упомянуть рекламную компанию сухариков «Кириешки», но и здесь имиджевый ориентир был взят на «безбашенность», экстраемальность героев рекламы, что подтверждает и рекламный слоган продукции: «Кириешки – для тех, кому по зубам».

Но как бы хороша ни была рекламная продукция Кириешек, которая во многом способствовала продвижению «криспи» – культуры на российский рынок, можно констатировать, что данная традиция входит в резонанс с российской традиционной культурой, а в роли активных пропагандистов «пищевого империализма»

лизма», как ни странно, оказываются не иностранные компании, а российские, вынужденные выживать в сложных условиях, подстраиваясь под традиции западной культуры. Специалист по культурной безопасности А. П. Романова полагает, что культурная безопасность «есть состояние системного равновесия» и «поддержание наработанных культурных паттернов во многом стабилизирует ее» [9, с. 261], мы можем констатировать, что стремление расширить пищевой ассортимент с помощью псевдонациональных паттернов не в коей мере не способствует стабильности системы национальной культуры.

Список литературы

1. Вавельский М. С. Волнения крестьян в Зауральской части Пермского края в 1842–1843 гг. // Русская старина. 1879. Т. 26.
2. Деви П. П. Картофельный бунт в Пермской губернии в 1842 году. Рассказ крестьянина Гурина // Русская старина. 1874. № 5.
3. Зырянов А. Н. Крестьянское движение в Шадринском уезде Пермской губернии в 1843 г. Пермь: Типография Пермского губернского правления, 1884.
4. Ларионов И. А. Реклама как феномен культуры в глобализирующемся мире: философский анализ: дис. ... канд. филос. наук. Астрахань, 2014.
5. Леви-Стросс К. Первобытное мышление. М.: Республика, 1994.
6. Леви-Стросс К. Ревнивая горшечница // Леви-Стросс К. Путь масок. М.: Республика, 2000. С. 157–322.
7. Никонов Б. Картофельный бунт. (Картины прошлого) // Исторический вестник. 1907. № 10. С. 158–162.
8. Романова А. П., Якушников С. Н., Якушenkova O. C. «Гляжусь в тебя, как в зеркало, до головокружения», или протообразы тела Чужого в российском дискурсе // Каспийский регион: политика, экономика, культура. 2011. № 1, С. 189–195.
9. Романова А. П. Культурная безопасность как предмет философских дискуссий // Гуманитарные исследования. 2012. № 4. С. 255–259.
10. Сухарное довольствие войск // Энциклопедический словарь Брокгауза и Ефрона: в 86 т. СПб., 1901., Т. 32.
11. Токарев С. В., Крестьянские картофельные бунты, Киров, 1939.
12. Ювенал. Сатиры, СПб.: Алетейя, 1994.
13. Якушников С. Н. Образ Чужого – от деконструкции к конструкции // Каспийский регион: политика, экономика, культура. 2012. № 3. С. 242–249.
14. Якушников С. Н. Тело Варвара: конструирование образа чужого на китайском фронтире // Каспийский регион: политика, экономика, культура. 2012. № 4. С. 233–240.
15. Якушenkova O. C. Скажи, что ты ешь, и я скажу, кто ты. Алимeнтарный культурный диалог с Чужим // Каспийский регион: политика, экономика, культура. 2014. № 2. С. 319–326.
16. Якушenkova O. C. Трансгрессия как способ существования в условиях фронтирной гетеротопии // Каспийский регион: политика, экономика, культура. 2013. № 4. С. 262–267.
17. Albala K. Food: A cultural Culinary History. Chantilly (Virginia): The Teaching Company, 2013. P. 213.
18. Barthes R. Toward a Psychosociology of Contemporary Food Consumption // Food and Culture / eds. C. Counihan and P. Van Esteric. N.Y.: Routledge, 2013. P. 23–24.
19. Honore C. In Praise of Slow: Challenging the Cult of Speed. N.Y.: Harper One, 2004.
20. Keeling K. K., Pollard S. T. Critical Approaches to Food in Children's Literature. N.Y.: Routledge, 2012.
21. Kelly M. G. Biopolitical Imperialism. Croydon: John Hunt Publishing, 2015.
22. Levi-Strauss C. The Culinary Triangle // Food and Culture / ed. C. Counihan and P. Van Esteric. N.Y.: Routledge, 2013. P. 40–47.
23. Montanari M. Food is Culture, N.Y.: Columbia University Press, 2006.
24. Tips S. C. Codex Alimentarius, Global Food Imperialism: A Compendium of Articles on Codex // Foundation for Health Research, 2007.
25. Trubek A. B. Haute Cuisine: How the French Invented the Culinary Profession. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 2000.
26. Wallach J. J. How America Eats: A Social History of U. S. Food and Culture. Lanham: Rowman & Littlefield, 2013.
27. Wilk R. R. Fast Food/Slow Food: The Cultural Economy of the Global Food System. Plymouth: Rowman Altamira, 2006.

References

1. Vavelskiy M. S. Volneniya krest'yan v Zaural'skoy chasti Permskogo kraja v 1842–1843 gg. [The peasants riots in the Transural part of the Perm region]. *Russkaya starina* [Russian old times], 1879, vol. 26.
2. Devi P. P. Kartofel'nyy bunt v Permskoy gubernii v 1842 godu. Rasskaz krest'yanina Gurina [The potato riot in the Perm Governorate in 1842. The Story of the peasant Gurin]. *Russkaya starina* [Russian old times], 1874, no. 5.
3. Zyryanov A. N. *Krest'yanskoe dvizhenie v Shadrinskom uезде Permskoy gubernii v 1843 g.* [Peasant movement in Shadrin Uyezd of the Perm Governorate]. Perm: Tipografiya Permskogo gubernskogo pravleniya Publ., 1884.
4. Lariyonov I. A. *Reklama kak fenomen kul'tury v globaliziruyushchetsya mire: filosofskiy analiz* [Ads as a cultural phenomenon in the Globalizing World]. Astrahan, 2014.
5. Levi-Stross K. *Pervobytnoe myshlenie* [Savage mind]. Moscow, Respublika Publ., 1994.
6. Levi-Stross K. *Revnivaya gorshechnitsa* [The Jealous Potter]. *Levi-Stross K. Put' masok* [The path of masks]. Moscow, Respublika, 2000, pp. 157–322.
7. Nikonov B. *Kartofel'nyy bunt* [Potato riot]. *Istoricheskiy vestnik* [Historical journal], 1907, no. 10, pp. 158–162.

8. Romanova A. P., Yakushenkov S. N., Yakushenkova O. S. "Glyazhus' v tebya, kak v zerkalo, do golovokruzheniya", ili protoobrazy tela Chuzhogo v rossiyskom diskurse [Look at you, as in a mirror, to dizziness or proto-images of an Alien body in the Russian discourse]. *Kaspiyskiy region: politika, ekonomika, kul'tura* [Caspian region: politics, economy, culture], 2011, no. 1, pp. 189–195.
9. Romanova A. P. Kul'turnaya bezopasnost' kak predmet filosofskikh diskussiy [Cultural safety as a subject of philosophical discussion]. *Gumanitarnye issledovaniya* [Humanities research], 2012, no. 4, pp. 255–259.
10. Suharnoe dovol'stvie voysk [Cracker rations of troops]. *Entsiklopedicheskiy slovar' Brokgauza i Efrona*: in 86 vol. [Encyclopedic dictionary of Brockhaus and Efron: in 86 vol]. St. Petersburg, 1901, vol. 32.
11. Tokarev S. V. *Krest'yańskie kartofel'nye bunty* [Peasant potato riots]. Kirov, 1939.
12. Yuvenal. *Satiry* [Satires]. St. Peterburg, Aleteya Publ., 1994.
13. Yakushenkov S. N. Obraz Chuzhogo – ot dekonstruktsii k konstruktsii [The Alien's Image– from deconstruction to construction]. *Kaspiyskiy region: politika, ekonomika, kul'tura* [Caspian region: politics, economy, culture], 2012, no. 3, pp. 242–249.
14. Yakushenkov S. N. Telo Varvara: konstruirovaniye obraza chuzhogo na kitayskom frontier [Barbarian body: constructing the Alien image on the Chinese frontier]. *Kaspiyskiy region: politika, ekonomika, kul'tura* [Caspian region: politics, economy, culture], 2012, no. 4, pp. 233–240.
15. Yakushenkova O. S. Skazhi, chto ty esh', i ya skazhu, kto ty. Alimentarnyy kul'turnyy dialog s Chuzhim [Tell me what you eat and I will tell you who you are. Alimentary cultural dialogue with a Stranger] *Kaspiyskiy region: politika, ekonomika, kul'tura* [Caspian region: politics, economy, culture], 2014, no. 2, pp. 319–326.
16. Yakushenkova O. S. Transgressiya kak sposob sushchestvovaniya v usloviyah frontimoy geterotopii [Transgression as a mode of existence in the conditions of frontier heterotopia]. *Kaspiyskiy region: politika, ekonomika, kul'tura* [Caspian region: politics, economy, culture], 2013, no. 4, pp. 262–267.
17. Albala K. *Food: A cultural Culinary History*. Chantilly, The Teaching Company Publ., 2013, p. 213.
18. Barthes R. Toward a Psychosociology of Contemporary Food Consumption. *Food and Culture*. Ed. by C. Counihan and P. Van Esteric. N.Y., Routledge Publ., 2013, pp. 23–24.
19. Honore C. *In Praise of Slow: Challenging the Cult of Speed*. N. Y.: Harper One, 2004.
20. Keeling K. K., Pollard S. T. *Critical Approaches to Food in Children's Literature*. N.Y., Routledge Publ., 2012.
21. Kelly M. G. *Biopolitical Imperialism*. Croydon, John Hunt Publ., 2015.
22. Levi-Strauss C. The Culinary Triangle. *Food and Culture*. Ed. by C. Counihan and P. Van Esteric. N.Y., Routledge Publ., 2013, pp. 40–47.
23. Montanari M. *Food is Culture*. N.Y., Columbia University Press Publ., 2006.
24. Tips S. C. *Codex Alimentarius, Global Food Imperialism: A Compendium of Articles on Codex. Foundation for Health Research*, 2007.
25. Trubek A. B. *Haute Cuisine: How the French Invented the Culinary Profession*. Philadelphia, University of Pennsylvania Press Publ., 2000.
26. Wallach J. J. *How America Eats: A Social History of U. S. Food and Culture*. Lanham, Rowman & Littlefield Publ., 2013.
27. Wilk R. R. *Fast Food/Slow Food: The Cultural Economy of the Global Food System*. Plymouth, Rowman Altamira Publ., 2006.

КУЛЬТУРНАЯ САМОБЫТНОСТЬ МОНГОЛЪЯЗЫЧНЫХ НАРОДОВ В КОНТЕКСТЕ ТЕОРИИ «НЕЗАПАДНОЙ СОВРЕМЕННОСТИ»

Бадмаев Валерий Николаевич, доктор философских наук, Калмыцкий государственный университет, Российская Федерация, Республика Калмыкия, 358000, г. Элиста, ул. Пушкина, 11, E-mail: badmav07@yandex.ru

Статья посвящена вопросам культурной самобытности монгольязычных народов. Автор предлагает исследовать тему в контексте теории «незападной современности» и дискуссий об «азиатских ценностях». Особое внимание уделено анализу феномена нomaдизма как особой модели социальной эволюции, как особой системе хозяйствования монгольязычных народов. Обосновывается необходимость разработки новых теоретико-методологических подходов к анализу культурной самобытности монгольязычных народов с позиций «незападной современности».

Ключевые слова: культурная самобытность, монгольязычные народы, идентичность, нomaдизм, глобализация, «незападная современность»

CULTURAL IDENTITY OF THE MONGOLIAN PEOPLES IN THE CONTEXT OF THE THEORY “OF NON-WESTERN MODERNITY”

Badmaev Valeriy N., Ph.D. (Philosophy), Kalmyk State University, 11 Pushkina Str., Elista, 358000, Republic of Kalmykia, Russian Federation, E-mail: badmav07@yandex.ru

Article is devoted to the cultural identity of Mongolian peoples. The author proposes to explore the topic in the context of the theory of “non-Western modernity” and discussions about “Asian values”. Particular attention is paid to the analysis of the phenomenon of nomadism as a special model of social evolution, as a special economic system of Mongolian peoples. The necessity of the development of new theoretical and methodological approaches to the analysis of the cultural identity of Mongolian peoples from positions of “non-Western modernity”.