

Якушенкова Олеся Сергеевна

**РОССИЯ И ВОСТОК: МЕЖКУЛЬТУРНОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ
АЛИМЕНТАРНОГО ДИАЛОГА С ЧУЖИМ**

Статья посвящена анализу межкультурного диалога Россия - Дальний Восток через призму алиментарной культуры. Еда Чужого всегда вызывает особенный интерес, поскольку алиментарная культура является одним из маркеров идентификации. Кулинарные пристрастия соседей могут пугать или интриговать, нередко они становятся фактором формирования негативного образа в сознании и массовой культуре. В то же время межкультурный диалог может происходить через заимствование тех или иных алиментарных объектов и их адаптацию под местные требования.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/3/2017/12-1/56.html

Источник

**Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и
искусствоведение. Вопросы теории и практики**

Тамбов: Грамота, 2017. № 12(86): в 5-ти ч. Ч. 1. С. 217-220. ISSN 1997-292X.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/3.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/3/2017/12-1/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net
Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: hist@gramota.net

5. **Макаров В. А.** Стрoение земной коры, как результат функционирования силовых каркасов геокристалла // Русская мысль. 2010. № 1-12. С. 47-84.
6. **Маккавеев Н. И.** Русло реки и эрозия в ее бассейне. М.: Изд-во Геогр. фак. МГУ, 2003. 353 с.
7. **Николаев Н. Ю., Юрченко С. А.** Культурный ландшафт и меандры: исторические параллели, особенности топографии, скрытая семантика // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. 2017. № 9 (83). С. 131-135.
8. **Рамазанов С. П., Николаев Н. Ю., Юрченко С. А.** Речной ландшафт и топография памятников в археологических культурах Поволжья и Южного Урала в период позднего энеолита и бронзового века // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. 2017. № 2 (76). С. 166-170.
9. **Теуш О. А.** Лексика с семантикой «излучина реки» в диалектах Европейского Севера России // Rhema. Рема. 2016. № 1. С. 92-101.
10. **Чалов Р. С., Завадский А. С., Панин А. В.** Речные излучины. М.: Изд-во МГУ, 2004. 371 с.

THE ENERGY NATURE OF RIVER BENDS AND THE PROBLEMS OF RELIGIOUS BUILDINGS TOPOGRAPHY

Yurchenko Stepan Anatol'evich
Volzhsky
tehrtd@gmail.com

The article considers the influence of the energy of river bends on anthropogenic environment. The conditionality of religious buildings construction in meanders due to the presence of natural energy in natural waveguides is revealed. The author has calculated the main physical parameters of impulse (energy) effect in the river bends. The relationship between the theory of the crystal structure of the Earth (N. F. Goncharov, V. L. Makarov, V. S. Morozov) with the hypothesis of "the axis of the passionary impulse" (L. N. Gumilev) is demonstrated by concrete examples.

Key words and phrases: bends; meander; energy; anthropogenic landscape; religious buildings; biosphere.

УДК 130.2

Философские науки

Статья посвящена анализу межкультурного диалога Россия – Дальний Восток через призму алиментарной культуры. Еда Чужого всегда вызывает особенный интерес, поскольку алиментарная культура является одним из маркеров идентификации. Кулинарные пристрастия соседей могут пугать или интриговать, нередко они становятся фактором формирования негативного образа в сознании и массовой культуре. В то же время межкультурный диалог может происходить через заимствование тех или иных алиментарных объектов и их адаптацию под местные требования.

Ключевые слова и фразы: Чужой; Другой; Россия; КНР; Япония; Южная Корея; алиментарная культура; межкультурная коммуникация; еда.

Якушенкова Олеся Сергеевна, к. филос. н.
Астраханский государственный университет
jestersshadow@mail.ru

РОССИЯ И ВОСТОК: МЕЖКУЛЬТУРНОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ АЛИМЕНТАРНОГО ДИАЛОГА С ЧУЖИМ

*Статья подготовлена при поддержке РФФИ 17-33-01069 «а2»
«Встреча с Чужим: российский и дальневосточный опыт межкультурной коммуникации».*

Скандалный китайский художник Чжу Юй на Шанхайском фестивале искусств в 2000 г. представил концептуальную работу "Eating People", демонстрирующую процесс поедания младенца. Фотографии перформанса быстро стали вирусными, и в сети появились статьи о распространенности каннибализма в КНР [18], а показ выставки Чжу Юя на телевидении в Британии привлек почти 900 тыс. зрителей [12]. В рамках российского Интернета споры о поедании младенцев в Китае не утихают до сих пор, несмотря на наличие опровергающих статей [9]. Стереотип о кровожадном Чужом, готовом съесть собственного ребенка, активно используется для негативной идентификации, так как китайское общество пугает нас темпами своего экономического развития.

В отношениях с Чужим еда, будучи важнейшим ресурсом, всегда выступает одним из главных аспектов коммуникации, и она же может служить маркером толерантности: мы выражаем гостеприимство, разделяя с гостем еду, или, наоборот, стремимся ограничить доступ Чужаков к нашим пищевым ресурсам [7, с. 193].

Во многих языках присутствуют этнофолизмы, маркирующие Чужих и их «странные» алиментарные пристрастия. Закрепляясь в языке, они становятся частью процесса ретрансляции культуры, происходящего за счет усвоения молодыми поколениями алиментарных кодов.

При этом необходимо отметить, что в современных условиях расширение межкультурного диалога идет очень активно, будучи следствием общего процесса глобализации. Разные участники этого процесса постоянно обмениваются пищевыми брендами, а чужие пищевые традиции входят в наш рацион. Алиментарная культура отвечает на запросы времени, но при этом она сама формирует «реальность», будучи частью процесса идентификации, что делает ее мощным культурным, политическим и социальным инструментом [11, с. 248].

В результате глобализации культурные границы блюд могут расплываться, а смешение традиций рождает новые продукты. Так, вместе с распространением кофеен *Starbucks* по миру растет и популярность индийского масала, получившего в сети название “chai” (Chaitea) и *chailatte* (*chai latte tea*). Эта же компания ввела в распространение по миру такие термины, как фраппучино, бариста и т.д. Заказывая в Старбаксе “venti chai frappe”, мы не задумываемся, что название смешивает в себе три культурные традиции и три языка, где *chai* восходит к индийскому масала, *frappe* – к французскому «взбиванию», а *venti* – к итальянскому «20», в данном случае обозначая, что объем жидкости будет 20 унций [13, р. 47]. Входя на местные рынки, фаст-фуд гиганты нередко адаптируют меню под местные запросы. Так, в *McDonald's* появляются весьма специфичные «местные» блюда: ролл «селедка под шубой» в России, несколько видов супов в Португалии, ролл с котлетами из нута в Египте, бурито в Мексике и *tamago double mac* (бургер с яйцом) в Японии. Все эти блюда, по сути, представляют собой гибрид из фаст-фуд-веений и национальной кухни.

Страх перед алиментарным империализмом массовой культуры приводит к ответным действиям и появлению так называемого движения «слоуфуд» (“slowfood”, т.е. медленная еда). Движение берет начало в 1986 году в Италии как реакция на попытку Макдональдса разместить свой ресторан на *Piazza de Spagna* [17, р. 288]. Главной целью движения была пропаганда местных производителей и аутентичных вкусов. Таким образом они стараются защитить разнообразие местных кухонь, сохранить традиционные способы готовки и ищут способы сделать аутентичные кухни более прибыльными.

Алиментарный диалог с Чужим волнует нас, поскольку через него мы стараемся, как видно из примера выше, защитить наши ресурсы и при этом расширить их спектр. Чужой пугает нас как своим поведением, так и алиментарными привычками, но это не значит, что мы не хотим попробовать его еду. Как уже было отмечено выше, в современных условиях массовой культуры мы постоянно обмениваемся едой, но при этом не перестаем определять себя и других через алиментарные пристрастия.

Хотя сегодня кулинарные туры – это популярный способ приятно провести досуг, ситуация не всегда была такой. Многие путешественники весьма негативно отзывались о Чужой еде. Азиатские страны пугали русских путешественников в том числе и своей кухней. Исследователь Д. Веллс, суммируя опыт русских путешественников в Японии, отмечает, что еда была одной из главнейших проблем межкультурного взаимодействия, поскольку японская кухня очевидно не находила «отклика» и порой даже воспринималась как «несъедобная» [19, р. 22]. Однако не стоит забывать и о необычном межкультурном опыте русских пленных моряков со шлюпа «Диана». С одной стороны, В. М. Головин также отмечает в отдельных случаях проблемы восприятия японской алиментарной традиции, а с другой – приводит примеры, что в ряде случаев ради них «стреляли нарочно оленей и медведей, а иногда и зайцев» [2, с. 181].

При всей популярности азиатских кухонь в настоящий момент, сами кулинарные пристрастия этих стран нередко воспринимаются негативно. Так, за китайцами в России закрепляется стереотип поедателей младенцев, за японцами – любителей сырого [1, с. 171], а корейцы в СМИ представляются любителями собачьего мяса [10, с. 123]. Пренебрежение к алиментарному Чужому может проскальзывать даже в названиях кафе и ресторанов: «Япошка», «Япона-мать», «Японский-городовой» и т.д. [1, с. 167]. Интересно, что самым популярным блюдом корейской кухни считается корейская морковь, не имеющая как такового отношения к кухне Кореи и родившаяся в кулинарных реалиях СССР среди Корё-сарам (т.е. местных корейцев). Сами же заведения ориентируются не столько на аутентичные кулинарные традиции, сколько на местного потребителя. Появляются и гибриды: русские роллы, где вместо водорослей используются блины, или являющиеся вариацией популярных салатов, поданных в виде блюд японской кухни.

Если говорить об образе русской кухни в Азии и как следствие – русских вообще, то здесь необходимо отметить достаточно поздний характер подобных контактов. Большое влияние на рост русскоязычного населения в азиатских странах оказала революция 1917 года, вызвавшая массовое переселение.

В Китае благодаря русским в моду входит пиво. Изначально оно импортировалось в Харбин, чтобы удовлетворить потребности русских иммигрантов в Китае [4, с. 45]. Через какое-то время известный русский предприниматель Улубулевский открыл в Харбине первый пивоваренный завод [Там же]. Со временем это приводит к тому, что под влиянием русской диаспоры пиво становится весьма популярным напитком и среди китайцев. Сейчас в Харбине на Центральном проспекте можно наблюдать уникальное культурное явление – летний пивной фестиваль, где случается увидеть китайцев, русских и иностранных туристов с кружкой пива в руке [5, с. 131]. Само же харбинское пиво превратилось в самое популярное пиво в Китае и стало частью китайской кухни, а китайские закуски к пиву развились не без влияния российской кухни: «вареные раки», «копченая корюшка», «селедка под шубой» [3].

Первый в Пекине ресторан западной кухни – «Москва», или «Лаомо» (старший Мо), – изначально представлял собой весьма элитное заведение из-за своего труднодоступного положения и ассоциировался с роскошью [8]. Именно он знакомил китайцев с правилами поведения в ресторанах западного типа. В результате столкновения с хунвэйбинами [Там же] ресторан пришлось закрыть, а после повторного открытия он в большей степени ориентировался на китайскую кухню. На данный момент «Лаомо» представляет собой гибрид двух кулинарных систем, поскольку русская кухня используется как экзотическая декорация к китайским кулинарным традициям.

В Японии численность российских «беженцев» росла с конца 1917 г., особенно после участвовавших пораженной колчаковской армии по мере приближения «красных» частей к Владивостоку. Исследователь П. Э. Подалко отмечает, что в этот период эмигранты из России не рассматривали Японию как конечный пункт своих странствий, используя ее как перевалочный пункт для отправки в другие места: Америку, Австралию или в кругосветное путешествие в Европу [6, с. 206]. Экзотический образ Японии, многочисленные стереотипы и культурные барьеры не давали русскоязычному населению ассоциировать Японию с потенциальной страной проживания. Однако со временем все это отходит на задний план, а в Японии постепенно формируется российская диаспора, и некоторые из эмигрантов смогли достичь определенного финансового успеха на новой для них земле. Русские эмигранты вливали силы в пищевую промышленность, создавая предприятия по производству европейских сладостей, конфет, шоколада и открывая рестораны русской кухни. Так как отсутствие технических возможностей на судах ограничивало ввоз сладостей из Европы в Японию, а местные компании не могли похвастаться широким ассортиментом шоколада, у российских эмигрантов появился шанс конкурировать с японскими производителями. Авторитет российских кондитеров был достаточно высок, а «Романовский шоколад» (по имени династии Романовых) прочно вошел в быт японцев [Там же, с. 210], именно поэтому ряд российских эмигрантов занимались его производством. Так, Ф. Д. Морозов открывает в 1926 г. лавку по продаже кондитерских изделий. В это же время он знакомится с М. Гончаровым, занимавшимся аналогичным бизнесом в Сеуле с 1923 г., а в 1925 перебравшимся в Кобе (по другим данным, работающим там уже с 1923 [14, р. 64-65]), где сейчас расположена одна из крупнейших японских кондитерских компаний «Goncharoff», носящая его имя [6, с. 211]. В результате кризиса 1929-1931 гг. оба предпринимателя потеряли свои производства, однако Ф. Морозов создал новую фирму «Валентайн Ко», в настоящее время существующую под именем «Космополитан» и остающуюся одним из лидеров на японском рынке [14, р. 64-65].

Помимо шоколада, российские эмигранты представили Японии западную кухню в принципе. Пекарня *Nakamura-ya*, находящаяся в одном из самых энергичных районов Токио – Синдзюку, наняла российских пекарей-эмигрантов, которые познакомили японцев с хлебом, пирогами и пирожками [Ibidem, р. 64]. Несколькими годами ранее эта же пекарня приютила Раша Бехари Боса – индийского революционера, бежавшего в Токио в 1915 году. В 1919 году он женился на дочери владельца пекарни и со временем начал помогать им в управлении пекарней. Так Япония познакомилась с карри [15].

В Южной Корее небольшая русская диаспора складывается также в период революции, однако основной рост русскоязычного населения приходится на 80-90-е годы. Здесь необходимо отметить, что русскими условно считаются любые выходцы с бывшего СССР, в том числе и корейцы. В Сеуле со временем сформировался специфический «русский» район *Little Russia* (Маленькая Россия), представляющий собой совокупность ресторанов и магазинов, торгующих условно «русской» продукцией. Здесь можно встретить монгольские магазины, торгующие тканью, узбекские рестораны, русские минимаркеты с икрой и водкой и т.д. Типичные блюда, которые тут можно найти (шашлык, плов, бефстроганов, борщ, самса), также представляют собой гибридный продукт, ориентированный на широкого потребителя. В Пусане русский район слился с чайнатауном на улице с колоритным названием Техас, закрепившимся из-за присутствия американских военных. Здесь же располагаются ночные клубы и салоны, обслуживание в которых осуществляют девушки-иностранки [16, р. 162].

В результате межкультурного взаимодействия изменяются оба актора процесса. Чужие алиментарные пристрастия могут заимствоваться, трансформируясь в рамках традиций воспринимающей культуры. В современных условиях уже сложно вообразить культуры, которые не изменялись бы в силу глобалистских процессов, однако эти изменения являются не стихийными, а происходят вследствие разнообразных политических, экономических и культурных тенденций, что убедительно демонстрирует взаимосвязь культурных процессов почти во всех странах мира. Локальный процесс революции в России привел к тому, что представители белой эмиграции оказались в условиях чуждых им культур, пытаясь подстроиться под новые условия. Там, где процесс адаптации был наиболее успешен, встреча с Чужим вылилась в способность предложить иной культуре те элементы родной, которые были наиболее интересны восточным культурам и дополняли их алиментарные традиции. Таким образом, национальная традиция постоянно пополняется, расширяя свой культурный ландшафт, что, тем не менее, не отменяет границ национальной культуры, так как суши в Москве не равнозначны подобной продукции в Японии или США.

Список источников

1. Воробьева П. О. Стереотипные образы России и Японии (по материалам социологического опроса и обзорного анализа литературы) // Япония: ежегодник. 2008. № 37. С. 162-181.
2. Головин В. М. Записки флота капитана Головина о приключениях его в плену у японцев в 1811, 1812 и 1813 годах: в 3-х ч. СПб.: Морская типография, 1816. Ч. 1. 285 с.

3. **Грибин С.** «Харбинское пиво» – русские корни? Любителям пива и путешествий [Электронный ресурс]. URL: <https://shkolazhizni.ru/meal/articles/13240> (дата обращения: 25.09.2017).
4. **Мещеряков А. Ю., Антропов О. К.** Русская диаспора на китайской земле: вариант культурной гибридности // Журнал фронтирных исследований. 2017. № 2 (6). С. 30-58.
5. **Мяо Х.** Русская эмиграция в Харбине: взаимодействие двух культур // Гуманитарный вектор. Серия «Философия. Культурология». 2015. № 2 (42). С. 128-135.
6. **Подалко П. Э.** Русская колония в Кобе. Исторический обзор // Известия Восточного института. 1998. № 5. Япония. Специальный выпуск. С. 200-225.
7. **Романова А. П., Якушенков С. Н., Якушенкова О. С.** «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.
8. **Русская кухня: первоначальные воспоминания китайцев о роскоши** [Электронный ресурс]. URL: <http://russian.people.com.cn/31857/97284/6682292.html> (дата обращения: 25.09.2017).
9. **Суп из младенцев** [Электронный ресурс]. URL: <https://magazeta.com/2011/10/sup-iz-mladentsev/> (дата обращения: 25.09.2017).
10. **Пецхладзе Л. Т.** Образ Республики Кореи в русскоязычных СМИ (на примере интернет-газеты Lenta.ru) // Медиасреда. 2016. № 11. С. 120-125.
11. **Якушенков С. Н., Сун Цзе.** Культурная безопасность и факторы развития национальной алиментарной культуры // Каспийский регион: политика, экономика, культура. 2015. № 4. С. 247-253.
12. **Eating People with Zhu Yu (Abstract)** [Электронный ресурс]. URL: <http://globalconnections.champlain.edu/2015/12/03/eating-people-with-zhu-yu-abstract/> (дата обращения: 25.09.2017).
13. **Hardin J. M.** Pedagogy of dining out: Learning of consume culture // Sublette C. M., Martin J. Devouring Cultures: Perspectives on Food, Power, and Identity from the Zombie Apocalypse to Downton Abbey. Fayetteville: University of Arkansas Press, 2015. P. 39-52.
14. **Koshiro Y.** Imperial Eclipse: Japan's Strategic Thinking about Continental Asia before August 1945. N. Y.: Cornell University Press, 2013. 312 p.
15. **Restaurant Review: Shinjuku Nakamura Manna** [Электронный ресурс]. URL: <http://wattention.com/restaurant-review-shinjuku-nakamura-manna> (дата обращения: 25.09.2017).
16. **Seol D., Han G.** Foreign women's life and work in the entertainment sector of Korea from the human trafficking perspective // Okubo S., Shelley L. Human Security, Transnational Crime and Human Trafficking: Asian and Western perspectives. N. Y.: Routledge, 2011. P. 152-179.
17. **Solomon H., Katz Ed.** Encyclopedia of Food & Culture. N. Y.: Charles Scribner's Sons, 2003. Vol. 3. 699 p.
18. **This Photo Of A Man Eating Fetus Went Viral Before, But The Truth Behind It Is Less Terrifying** [Электронный ресурс]. URL: <https://www.wereblog.com/zhu-yu-shanghai-art-festival> (дата обращения: 25.09.2017).
19. **Wells D.** Russian Views of Japan, 1792-1913: An Anthology of Travel Writing. N. Y.: Routledge, 2004. 213 p.

RUSSIA AND EAST: INTERCULTURAL INTERACTION THROUGH THE PRISM OF ALIMENTARY DIALOGUE WITH THE OUTSIDER

Yakushenkova Olesya Sergeevna, Ph. D. in Philosophy
Astrakhan State University
jestershadow@mail.ru

The article analyzes the intercultural dialogue “Russia – Far East” through the prism of alimentary culture. Outsider’s food always attracts special attention since alimentary culture refers to identity markers. Neighbours’ culinary preferences can frighten or raise the curiosity; they often become a factor to form a negative image in consciousness and mass culture. At the same time an intercultural dialogue occurs through borrowing of certain alimentary objects and their adaptation to local requirements.

Key words and phrases: Outsider; the Other; Russia; the People’s Republic of China; Japan; South Korea; alimentary culture; intercultural communication; food.