

Кожухарь Андрей Игоревич

СИБИРСКАЯ ТРАДИЦИЯ ЧАЕПИТИЯ КАК ЭЛЕМЕНТ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/1/2011/11/5.html

Статья опубликована в авторской редакции и отражает точку зрения автора(ов) по рассматриваемому вопросу.

Источник

Альманах современной науки и образования

Тамбов: Грамота, 2011. № 11 (54). С. 24-27. ISSN 1993-5552.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/1.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/1/2011/11/

© 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: almanac@gramota.net

Поскольку США - страна иммигрантов и там компактно проживают достаточно много национальных групп, созданы кабельные каналы, вещающие только на языке этих национальностей. Особенно много, конечно, телевизионных станций, вещающих на испанском языке, но есть и каналы, передающие программы на китайском, итальянском, немецком, русском языках. Основная телестанция, вещающая по кабелю на русском языке, расположилась в городке Форт Ли. Хотя официально он входит в штат Нью-Джерси, но фактически является предместьем Нью-Йорка. Станция принадлежит сейчас небезызвестному Владимиру Гусинскому.

Американский телезритель эфирное телевидение может смотреть бесплатно. Что касается кабельного коммерческого канала, зритель должен на него подписаться и оплачивать по подписке. При этом он может выбирать любой канал по своему усмотрению, заказывать их «пакетами», то есть просить подключения к какой-то определённой группе каналов, либо ко всем сразу.

Существуют и специализированные кабельные каналы, по которым просмотр кинофильма или спортивного события можно заказать за отдельную плату по телефону. Нужно лишь позвонить по специальному номеру, назвать номер своего телефона и сказать, к примеру, прошу включить канал 72 с 20.00 до 22.00. Без пяти минут 8 вечера канал начнет работать, а плата за его использование будет приложена к вашему месячному счёту за кабельное телевидение. Эта система просмотра называется «Пэй ТВ».

До сих пор мы говорили о коммерческом телевидении, но в США существует и общественное. Его метод финансирования - спонсорские средства. Они поступают из трёх источников: от государства, от частных физических лиц и в наибольшей степени от корпораций. Компании нередко готовы пожертвовать деньги на общественное телевидение, во-первых, потому что это престижно, и, во-вторых, в силу того, что средства, выделяемые на благотворительные цели, не облагаются налогом. И всё же денег американскому общественному телевидению явно не хватает, поэтому передачи там идут в основном малозатратные. Эти программы можно разделить на три категории. Первая из них - это передачи, которые могут использоваться в учебном процессе в школах, колледжах, при дистанционном обучении. Вторая группа включает в себя программы, от которых отказываются рекламодатели в силу того, что они рассчитаны на определённую часть населения и не могут привлечь большое число зрителей. И, наконец, это передачи культурного, познавательного характера, призванные удовлетворить духовные запросы людей, их стремление к знанию.

Таким образом, общественное телевидение в США значительно отличается от аналогичного вида телевидения в Западной Европе. Если в странах Старого света общественное телевидение занимает ведущее положение или, по крайней мере, мало в чём уступает коммерческому, то в Соединённых Штатах на него возложена миссия выполнять те информационные запросы зрителей, которые по каким-либо причинам не могут или не хотят выполнять коммерческие компании. А фактически речь идёт о передачах, которые не привлекают рекламодателей из-за их низкого рейтинга. В эту группу попадают, кстати, весьма качественные программы, связанные с культурой, историей, изучением нашей планеты и её животного мира.

Всего в Соединённых Штатах насчитывается около 350 станций общественного телевидения, созданных муниципалитетами, общественными организациями, университетами. Большинство из них объединяет телесеть «Общественная вещательная служба» (*Public Broadcasting Service* или, сокращённо, Пи-Би-Эс). Её штаб-квартира находится в предместье Вашингтона городке Александрия.

Взаимоотношения сети Пи-Би-Эс со своими филиалами - независимыми общественными станциями отличается от системы коммерческих сетей. Филиалы подготавливают собственные программы, направляют их в Пи-Би-Эс и наиболее качественные из них распространяются по другим филиалам вместе с передачами, которые подготовила сама сеть. Некоторые общественные телестанции предпочитают действовать самостоятельно и даже используют рекламу для своего финансирования. Что же касается телесети Пи-Би-Эс, то реклама на ней запрещена.

Роль телевидения в жизни американцев трудно переоценить. Оно играет ведущую роль в формировании общественного мнения в стране. Особенно проявляется это в периоды избирательных кампаний. Хотя Интернет завоёвывает всё более прочные позиции в системе массовых коммуникаций, но и сегодня, пожалуй, ни один кандидат не имеет шансов быть избранным, как в Конгресс, так, тем более, и в Белый Дом без активного использования телевидения. С переходом на цифровое телевидение, ещё большим распространением кабельного и спутникового телевидения, постепенным сращиванием с Интернетом значение этого средства массовой коммуникации и в политике, и в повседневной жизни людей будет сохраняться.

УДК 947(571):395

Андрей Игоревич Кожухарь
Музей истории г. Иркутска

СИБИРСКАЯ ТРАДИЦИЯ ЧАЕПИТИЯ КАК ЭЛЕМЕНТ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ[©]

Чай - один из самых распространенных напитков в мире, традиционный для разных культур. Во многих регионах он считается продуктом первой необходимости. Чай стал излюбленным напитком и в России, а в

особенности - в Сибири, где чаепитие не только привычно завершало каждый прием пищи, но и сформировалась своя особенная традиция приготовления и употребления чая. Она отличается и от восточных чайных церемоний, и от светского европейского чаепития. Имеет она и свои особенности по сравнению с тем, как пьют чай в центральной России. Так сложилось из-за того, что сибиряки, находясь на пути из Азии в Европу, перенимали многое из восточных и европейских традиций, а также кое-что из обычаев коренного населения. Так, например, известны традиционные способы заваривания чая, характерные для Сибири и заимствованные у местных народностей.

В Россию чай впервые попал, конечно, тоже через Сибирь при царе Михаиле Федоровиче в 1638 г., когда посол Василий Старков привез государю в подарок от Алтынского хана 200 пачек китайского чая. Официальных сношений с Китаем в то время еще не было, и русская торговля чаем не знала. Первоначально чай употреблялся только при дворе и получил одобрение правителя. С конца XVII в. в Китай стали ходить русские казенные караваны, однако тогда чай еще не был основной статьей в русско-китайской торговле и поставки его были нерегулярными. Да и сам чай воспринимался более как целебное питье, нежели как повседневный напиток.

В начале XVIII в. ведущим центром торговли с Китаем стал Иркутск, а в 1727 г. была основана торговая слобода Кяхта, ставшая таможенным центром. К середине XIX в. чай уже входит в повсеместное употребление и становится главным товаром русско-китайской торговли, оттесняя на второй план шелк, фарфор, драгоценные металлы. А в 1860-е гг. произошло сразу несколько важных для чаоторговли событий. Был заключен Пекинский договор, вводивший более благоприятные для купцов условия торговли. Таможня была перенесена из Кяхты в Иркутск, после чего Кяхта стала постепенно утрачивать свое ключевое значение. А иркутские купцы, наконец, проникли на внутренний китайский рынок и завели в Китае собственные чайные плантации.

Быстрый рост популярности чая у русского населения даже приводил к попыткам изготовить собственный продукт, более доступный по цене. Однако побывавший в 1901 г. в Иркутске английский путешественник Джон Фостер Фрейзер писал: «Старомодные русские заявляют, что чай теряет свой вкус, если соприкасается с морским воздухом. Им нужен чай, который пересек Гоби на верблюжьем горбу и был привезен в Иркутск на санях зимой. Они готовы платить за это» [7, р. 83-84].

Из объявлений к Сибирскому торгово-промышленному календарю на 1907 г. [5] можно выяснить, что цены на чай в зависимости от сорта и качества варьировались от 30 копеек до 2 рублей за фунт (около 450 граммов). За 2 рубля в то время можно было купить бутылку хорошего вина, фунт табака, снять на сутки дешевый гостиничный номер.

Большая часть чая, поставлявшегося из Китая в Россию, была из первого сбора в провинциях Цзян-си, Ху-бэй и Ху-нань. А. П. Субботин отмечает важность этого чая в коммерческом отношении, т.к. девять десятых его идет в г. Ханькоу, а оттуда преимущественно в Российскую империю. Он сообщает, что за пять лет (1885-89 гг.) 75% всего чая, поступившего на рынок Ханькоу, составил чай первого сбора [6, с. 10].

На китайских плантациях чай упаковывали в так называемые «цибики», которые транспортировали на верблюжьем горбу. Основная транспортировка чаев происходила с сентября по июнь. Летом перевозки чаев останавливались из-за того, что, по мнению китайцев, полностью полинявший к началу июня верблюд не способен к полноценной работе. Отчасти это было связано и с упаковкой чая: байховый («бай хуа» означает «белый цветок»), название едва распустившихся почек чайного листа, покрытых белым пухом) чай заворачивали в толстую шерстяную ткань, а кирпичный - в войлок. Под летними дождями такая упаковка легко могла промокнуть.

Упомянутый кирпичный чай представлял собой низший сорт чая, сфабрикованный из остатков от просеивания разных сортов байховых чаев. Этот чай нередко употреблялся коренным населением Сибири, иногда с примесью листьев других растений. Кирпичным он назывался, потому что конечный продукт плотно спрессовывался в форме кирпича.

Не следует путать его с плиточным чаем, производство которого было внедрено иркутским купцом П. А. Пономаревым, чтобы уменьшить ввозную пошлину: он прессовал качественный черный чай в плитки, а пошлину платил как за кирпичный чай [Там же, с. 69]. Вообще же, себестоимость произведенного в Китае чая составляла всего 10-20% цены, по которой он продавался в России. Остальную часть составляла стоимость перевозки, оплата пошлин, страховые, комиссионные и прочие накладные расходы [Там же, с. 40-41].

Быстрый рост популярности чая в России можно отследить, например, по такой статистике: в 1800 г. Китайского чая ввозили 2,5 миллиона фунтов, в 1820 г. - 5 миллионов, в 1835 г. - до 7 миллионов, а в 1850-е гг. около 9 миллионов [1, с. 18].

А. П. Субботин пишет о русском традиционном чаепитии: «Чай у нас пьется в виде настоя разной крепости, с сахаром, который кладется в самый чай или только прикусывается, с хлебом, сливками, лимоном и другими приправами. Способ употребления разнообразится в разных местах, у разных классов общества и при разных обстоятельствах» [6, с. 172]. Он выделяет следующие особенности, общие для русской традиции употребления чая.

Во-первых, чай в России по своему значению приближается к десерту, когда подается со сладостями, выпечкой и по обыкновению завершает трапезу. При этом, в отличие от, например, китайского чаепития, подразумевающего наслаждение самим вкусом чая, в русском чаепитии чай играет, скорее, вспомогательную роль, а его вкус служит фоном для подаваемых к чаю сладких закусок.

Во-вторых, чаепитие в России было формой делового общения: за чаем обсуждали дела, заключали сделки, проводили важные переговоры. Само чаепитие при этом представляет собой ритуал, по строгости соблюдения порядка манипуляций не уступающий восточной чайной церемонии. «Принято, например, со стороны гостя, выпив первую чашку, перевернуть ее вверх дном и положить на дно недогрызенный кусок сахара, как символ того, что гость отказывается от дальнейшего угощения; хозяин обязан упрощать... гость после нескольких отговорок уступает, наливается вторая чашка, за ней опять та же история и т.д.»

В-третьих, русский чай часто исполняет роль снадобья, употребляемого, как пишет Субботин, «во время лихорадки, от головной боли, с холоду, после бани, после работы и разных действий, вызывающих усталость, на дорогу, с дороги, во время диеты и т.п.» [Там же, с. 174].

Побывавший в 1839 г. в России Астольф де Кюстин написал в своих воспоминаниях о чаепитии в крестьянском доме: «В этом закутке, душном и темном, поскольку двери в нем низкие, а окошки не больше чердачных, вижу я старуху, разливающую чай четырем-пяти бородатым крестьянам... На столе сверкает медный самовар и заварочный чайник. Чай и здесь такой же хороший, умело заваренный, а если вам не хочется пить его просто так, везде найдется хорошее молоко. Когда столь изящное питье подают в чулане, обставленном, словно гумно - «гумно» я говорю из вежливости, - мне сразу вспоминается испанский шоколад» [3, с. 364]. В другом месте он замечает: «Русские, даже самые бедные, имеют дома чайник и медный самовар и по утрам и вечерам пьют чай в кругу семьи...» [Там же, с. 316]. И в сибирском доме самовар также был традиционным символом уюта и семейного очага.

Другие тонкости русского традиционного чаепития тоже проявлялись в сибирском быту, но, как отмечено выше, у коренного населения существовали свои особенности употребления чая. Публикации середины XIX в. сообщают: «Монголы, киргизы и прочие кочующие народы употребляют кирпичный чай, варя его в котле, с молоком, кумысом, маслом, солью, мукой, рисом и другими питательными веществами»; впрочем, иногда те же описания доходят до абсурда: «Буряты варят его в котле же, с щелочною солью, с серною кислотой и едкой золой от гнилой березы» [1, с. 41].

Хотя имеются сведения о том, что недобросовестные поставщики чая примешивали к нему различные вещества, в том числе и ядовитые (от глины и извести до гипса и ржавчины), с целью при меньших затратах получать большую прибыль, это никак нельзя считать традиционным рецептом. Такие анекдотические истории, с одной стороны, свидетельствуют о большой популярности чая, а с другой стороны, о часто недостаточной осведомленности о свойствах этого напитка и народных традициях его употребления.

В. В. Похлебкин в своих исследованиях описывает традиционные способы заваривания чая, характерные для Сибири и заимствованные у местных народностей: монгольский и урянхайско-забайкальский. Урянхайско-забайкальский способ описывается так: «Принцип заваривания такого чая был заимствован русскими забайкальскими казаками у тувинцев, шорцев, хакасов и других древнейших жителей Урянхайского края и применён как к чёрному байховому, так и к зелёному кирпичному чаю. Состоит он в следующем. В большой фарфоровый или фаянсовый разогретый сухой чайник засыпают сухой чай, заливают холодной водой примерно на одну треть или наполовину и сразу же засыпают горсткой мелких раскалённых камней (кварца, базальтовой гальки и т.п., которые заранее подготавливают и носят с собой в специальном мешочке). Затем доливают холодную воду и вновь закладывают раскалённые камни. Вместимость чайника или любой другой закрытой посуды обычно бывает не менее 2 л. Можно заливать воду и сразу, один раз, если выверен объём жидкости, вытесняемой камнями, и известна их теплоотдача (температура)» [4].

Из Китая в Россию чайные караваны шли через территорию Монголии, а следовательно, и монгольские обычаи употребления чая стали знакомы сибирякам. Вот как описывается Похлебкиным монгольский способ: «В России он был известен с конца XVII века под названием «чая богдойского». Основными его компонентами являются зелёный кирпичный чай, молоко, масло, мука и соль. В зависимости от национального района, где употребляют чай по-монгольски, все его элементы, кроме кирпичного чая, могут варьироваться. Так, молоко может быть коровьим, козьим, овечьим, кобыльим, верблюжьим, а масло может иногда вовсе отсутствовать или заменено и дополнено топлёным салом (говяжьим, бараньим); мука может быть пшеничной, ячменной, ржаной и дополнена рисом, пшеном (гаоляном). Иногда наряду с солью кладут чёрный перец горошком (горький) из расчёта одно зёрнышко на стакан...» [Там же].

Часто вместо чая употреблялись его более дешёвые заменители или фальсифицированные продукты. А. П. Субботин пишет: «В половине XIX столетия многие, особенно сибиряки, стали обращать внимание на плохое качество и подозрительную дешевизну некоторых чаев...» [6, с. 101]. Он ссылается на А. Корсака, который приводит в своем исследовании историю о разоблачении фальсифицированных чаев, продававшихся в столице: «Сибиряки, жившие в Петербурге, заметили в них многие особенности: листья необыкновенной формы, примесь спиц, сучков и сора, густой красноватый цвет и дурной запах...»; и далее: «Сибиряки, при помощи своей опытности, успели, наконец, открыть состав петербургского чая; они нашли, что этот чай, ценою в 1 ½ руб., содержит настоящего чая только 1/3, остальные 2/3 составляют в нем выварки и кирпичный чай» [2, с. 315-316].

Сибиряки, участвовавшие в чайной торговле напрямую, без посредников были осведомленнее в сортах и качестве подлинных китайских чаев. Тем не менее, они тоже употребляли много заменителей чая, в частности, чаи из различных трав, использовавшихся сами по себе или в качестве добавок к чёрному или зелёному чаю.

А. П. Субботин приходит к выводу, что употребление заменителей чая происходит от бедности населения, которому настоящий чай не по карману. Однако представляется, что это не единственный мотив.

Например, имеет значение еще и то, что (как отмечал сам Субботин) чай использовался в качестве снадобья, а целебные свойства некоторых растений, служивших вкусовыми и ароматическими добавками или заменителями чайного листа, были издавна известны как вообще на Руси, так и в Сибири, и в восточной медицине.

Рецепты из лекарственных растений: кипрея (иван-чая или «копорского чая»), чабреца (богородской травы), земляничного листа, бадана, «курильского чая» взаимно перенималась пришлым русским населением и коренными народностями, а само слово «чай» в русском языке стало обозначать любой напиток из заваренных растительных ингредиентов. Таким образом, в Сибири, на стыке культурных заимствований из России и с Востока, сложились не только особые способы употребления чая, но и собственные колоритные рецептуры чайных напитков.

Подводя итог вышесказанному, сибирское чаепитие можно поставить в один ряд с такими национально-культурными обычаями, как китайская чайная церемония или английский «five o'clock tea». К сожалению, сибирское чаепитие мало упоминается в историко-культурологической литературе как самобытная традиция. Однако имеются все основания, чтобы отвести ему самостоятельное место в ряду других чайных церемоний, более тщательно исследовать его социально-культурное значение, межкультурные и межсословные коммуникативные функции, а также его специфику как неотъемлемого атрибута традиционного российского и сибирского бытового уклада, существующего и в современной жизни.

Список литературы

1. **Китайский чай (подробное о нем описание)** / сост. Н. Ржанов. М.: Типография В. Готье, 1856. 60 с.
2. **Корсаков А.** Историко-статистическое обозрение торговых сношений России с Китаем. Казань: Издание книгопродавца Ивана Дубровина, 1857. 446 с.
3. **Кюстин А. де.** Россия в 1839 году: в 2-х т. М.: Изд-во им. Сабашниковых, 1996. Т. 1. 528 с.
4. **Похлебкин В. В.** Чай, его история, свойства и употребление [Электронный ресурс] // Библиотека Гумер. URL: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/History/Pohleb_2/index.php (дата обращения: 15.10.2011).
5. **Сибирский торгово-промышленный календарь на 1907 г.** Томск: Издание М. П. Кедровливанского, 1907.
6. **Субботин А. П.** Чай и чайная торговля в России. СПб.: Типография северного телеграфного агентства, 1892. 658 с.
7. **Fraser J. F.** The Real Siberia. Cassel and Company, Ltd., 1902. 280 p.

УДК 32

Татьяна Сергеевна Колесникова
Тюменский государственный университет

РОЛЬ ОППОЗИЦИИ В РОССИЙСКОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ В 2000-Х ГГ.: ПОЛИТИКО-ПРАВОВОЙ АНАЛИЗ[©]

Политическая борьба - это одна из важнейших сторон политической жизни, заключающаяся во взаимодействии различных контрагентов между собой с целью достижения прочных позиций в политической системе общества и реализации собственной воли.

В результате демократических трансформаций в 90-х гг. XX в. в России была создана благоприятная среда для конкурентной борьбы за власть между политическими партиями, которая осуществлялась на парламентских и президентских выборах, на слушаниях, проводимых в Федеральном Собрании. Современная партийная система выдержала пять избирательных компаний, трансформируясь каждый раз в определенный формат, демонстрирующий место и статус партий и соотношение партийно-политических сил.

Однако, начиная с 2000-х гг. в условиях, когда «Единая Россия» превратилась в правящую партию, многие исследователи стали отмечать резкий упадок оппозиционной деятельности в политическом процессе [3, с. 55; 4, с. 39; 6, с. 36-37]. Этому в немалой степени способствовало изменение избирательного законодательства, которое проводилось параллельно реформированию партийно-политической системы.

В октябре 2000 г. Центральная избирательная комиссия Российской Федерации представила Президенту Российской Федерации доклад «О развитии и совершенствовании законодательства Российской Федерации о выборах и референдумах», главным тезисом которого стало положение о том, что определение правового статуса политических партий - важное условие развития российской избирательной системы [10, с. 50].

С учетом содержания указанного документа были разработаны Федеральный закон Российской Федерации от 11 июля 2001 г. № 95-ФЗ «О политических партиях» и Федеральный закон Российской Федерации от 12 июня 2002 г. № 67-ФЗ «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации». Данные правовые акты включили в себя следующие нормативные изменения:

- 1) установлен состав партии - не менее 50 000 человек;
- 2) определено количество региональных отделений - более чем в половине субъектов с численностью не менее 500 членов, в остальных - не менее 250 человек;
- 3) увеличен заградительный барьер с 5% до 7%;
- 4) запрещено участие общественных объединений и избирательных блоков в выборах;