

А. А. Михайлова
Сербские гастрофестивали как форма
репрезентации этнокультурной идентичности

Михайлова Алена Алексеевна, Российский этнографический музей (С.-Петербург), отдел этнографии народов Белоруссии, Украины и Молдавии, научный сотрудник ведущей категории, кандидат исторических наук, alena-muzej@yandex.ru

Доклад посвящен одному из наиболее ярких современных способов репрезентации сербской этнической культуры – гастрономическим фестивалям. Эта форма актуализации этничности является сравнительно новой для балканских стран и во многом перекликается с общеевропейским трендом развития гастротуризма. Однако, в отличие от известных европейских гастрофестивалей, в Сербии они не столько претендуют на коммерческий успех, сколько на локально-событийную значимость. Целью доклада ставится рассмотреть, какое место эти праздники занимают в общественной жизни сегодняшней Сербии и как они соотносятся с традиционной культурой, этничностью и глобализацией. Делается вывод о том, что помимо репрезентации сербских кулинарных традиций, гастрофестивали служат средством реализации внутриэтнического диалога и укрепления коллективной идентичности.

Ключевые слова: традиционная кухня, гастроционализм, брендирование, гастротуризм, этническая идентичность.

«Фасолиада», «гуляшиада», «колбасиада» – около пятидесяти разновидностей локальных гастрономических фестивалей ежегодно проходят в Сербии. Их список постоянно растет, а число городов и сел, где они проводятся, уже превышает две тысячи*. Эти соревнования по приготовлению сербских традиционных блюд и напитков проходят

* А также: кпусијада, ажваријада, пројада, штрудлијада, паприкијада, тестијада, кромпиријада, шкембијада, бурекијада, погачијада, паланчкијада, гљивијада, пихтијада, цигеранијада, качамакијада, ракијада, тунцанијада, шприцеријада, винаријада, куленијада, јагњијада, сланинијада, роштиљијада, белмужијада, питијада, пршутуијада, сиријада, јепуријада, тортијада, медијада, рибаријада, баницијада, колачијада, бундевијада, шљивијада, мудијада, буткицијада, жумаријада и др. (сербск.)

чаще всего летом и осенью на открытом воздухе. Они сопровождаются дегустациями, торговлей сельхозпродуктами и ремесленными изделиями, выступлениями фольклорных коллективов, мастер-классами и прочими видами досуга. Организаторами фестивалей выступают муниципалитеты, предпринимательские союзы, общественные, просветительские организации и активисты, а участниками – местное население и многотысячные гости. Официальный статус этих событий – туристические сельскохозяйственные культурные мероприятия, но их дух, по мнению посетителей, поистине народный: «Сильная сторона сербов состоит в том, что мы обожаем веселье всегда и везде и по любому поводу! Если вы любите дегустировать вино, сыр, слушать музыку или хотите посостязаться в жарке поросят на вертелах, то в Сербии для этого есть так много возможностей, что вам придется выбирать, куда успеть!»¹ Особенностью сербских гастрофестивалей является то, что они ориентированы в большей степени не на маркетинговый успех, а на потребность населения в актуализации коллективной идентичности².

Бум массовых мероприятий, в названии которых присутствует суффикс «-ада», пришелся на последнее десятилетие, хотя некоторые из них известны еще с югославских времен. В их основе лежит идея репрезентации традиционной культуры питания, сложившейся в локальных хозяйственно-климатических условиях. Центральными символами фестивалей служат отдельные агрокультуры (фасоль, слива, тыква, арбуз и др.), различные виды мяса (свинина, ягнятина, зайчатина и др.), продукты пчеловодства, мясо- и молокопереработки (мед, сыр, колбаса), напитки (вино, ракия) или готовые блюда (супы, мясо-гриль, выпечка и др.) Состязательный характер мероприятий связан со стремлением участников публично засвидетельствовать свой успех в выращивании урожая или кулинарном мастерстве. Ажиотаж вокруг них объясняется тем, что большинство посетителей и сами хорошо владеют этими навыками, применяют их в своей повседневной практике и хорошо разбираются в кухне. Они также стремятся не упустить возможности вкусить любимые специалитеты и провести время за общением с другими гостями праздника. Благодаря этому важнейшими функциями сербских гастрофестивалей стали манифестация этничности и социализация в традиционной культуре. Востребованность этих практик в современном обществе связана с историческими и социально-экономическими явлениями, наблюдаемыми на постъюгославском пространстве, и с традиционными ценностями населения Сербии.

Крах политики югославизма спровоцировал кризис исторической идентичности и ревизию национальной идеи у многих народов бывшей СФРЮ, в том числе у сербов. Эту ситуацию отягощало

складывание в конце XX в. в западных масс-медиа негативного этнокультурного портрета сербского народа из-за его неоднозначной роли в военных конфликтах и противостояния его лидеров интересам крупных игроков мировой политики³. В начале XXI в. в связи со стремлением Сербии к евроинтеграции одной из ее приоритетных задач стало преодоление сложившегося стереотипа. В связи с этим значение аттрактивных форм репрезентации этнокультурной идентичности, несущих положительный имиджевый эффект, существенно возросло.

Одной из них, политически нейтральной и понятной широкой аудитории, стала гастрономия. Подъем интереса к этой сфере культуры ознаменовался включением сербских кулинарных достижений в книгу рекордов Гиннеса, таких как рекордное по количеству приготовление сармы (10 374 шт., 2012 г.) или самой длинной колбасы (2029 м, 2013 г.)⁴. Медийного резонанса удостоилась попытка установить рекорд в приготовлении самой большой плескавицы на «гриляде» в г. Лесковце (2017 г.), которая не увенчалась успехом, поскольку представители Гиннеса отождествили ее с уже установленным рекордом в приготовлении немецкого гамбургера. Эти события способствовали привлечению общественного внимания к сербской гастрономии как культурному феномену.

Помимо соревнований в приготовлении блюд больших размеров, на гастрофестивалях проводятся индивидуальные и командные состязания в кулинарном искусстве и вручаются призы в поощрительных номинациях – «Самый быстрый едок», «Гость из самого далекого края», «Самый молодой участник» и т.д. Торговля продукцией традиционных ремесел и промыслов – медом, ракией, плодово-овощной консервацией, а также домашним тканьем, гончарными изделиями, сувенирами и другими товарами создает атмосферу ярмарки. Приготовленная конкурсантами еда служит угощением для посетителей, придавая происходящему характер коллективной трапезы – феномену, истоки которого коренятся в архаичной народной культуре⁵. Гулянья сопровождаются музыкой, танцами, демонстрацией традиционных костюмов. Нередко мероприятия совпадают с датами народного календаря и проводятся возле церквей. Таким образом, несмотря на принадлежность гастрофестивалей к современной массовой культуре, можно говорить о том, что они во многом обусловлены народными традициями. Этот факт объясняет их широкое распространение и высокую популярность среди населения.

Устроители гастрофестивалей стремятся к продвижению сербской традиционной кухни. Вместе с тем, практически все фестивали пронизаны локальной спецификой. Например, участники «шкваркиады» в Валево представляют кулинарные традиции края

в качестве самостоятельного бренда и уверяют, что их рецептура приготовления шкварок насчитывает более двухсот лет и не имеет аналогов в мире. Строго придерживаются традиции и участники «ракиады» в с. Сливица, утверждающие, что производят напиток по местной рецептуре 1868 г.⁶ По рецептам предков готовятся также сырокопченые изделия для златиборской «прштугады», ежегодно проводимой у церкви Св. Илии Пророка в с. Мачкат. Участники фестиваля сала в с. Качарево продвигают кулинарные обычаи Южного Баната, заявляя, что «сало для банатцев – это ветер и жизнь, а его аромат ощущается в венах». Жители с. Мрчаевцы, где проводится «капустиада», рассказывают, что ее символ – легендарная футошская капуста – известна с 1578 г. Соревнование по ее приготовлению начинается с поднятия государственного флага и исполнения песни «Мрчаевцы – село мое родное», что манифестирует единство локальной и национальной идентичности. Таким образом, на фоне общей для Сербии тенденции к формированию имиджа гастрономически привлекательной страны, происходит складывание устойчивых локальных брендов и сопутствующих их продвижению практик.

В XXI в. гастрономические бренды оформились во многих странах мира. Брендование стало не только ключом к налаживанию экспортных каналов, но и к развитию гастротуризма⁷. Наряду с исторически сложившимися брендами такими, как итальянская или грузинская кухня, в ряде стран для привлечения туристов целенаправленно конструируется современный экономически прибыльный кулинарный имидж, яркими примерами которого служат «Новая азиатская кухня» (Сингапур) и «Новая скандинавская кухня» (Дания)⁸. Благодаря американским ученым, положившим в конце 1990-х гг. начало теоретическому изучению гастротуризма, к настоящему времени определено множество его разновидностей⁹. Так, поездки с целью приобщения к традиционной кухне отдельных народов относят к этнокулинарному туризму. Для любителей дегустации напитков существует броваж-туризм или кафе-туризм. Событийные туры ориентированы на посещение мероприятий гастрономической тематики, а сельский туризм – на знакомство с оригинальной культурой питания населения конкретной местности, основанной на экологически чистых терруальных продуктах¹⁰.

Все эти категории туризма имеют большой потенциал для реализации в Сербии. Однако, вопреки распространенному мнению, что гастробрендование стимулирует туристические и финансовые потоки и выступает фактором устойчивого развития территорий¹¹, сербские фестивали не демонстрируют существенного коммерческого успеха. Их посещаемость обеспечивается преимущественно за счет внутреннего туризма, а организация – посредством локальной

инициативы и энтузиазма. Отсутствие гастромаркетинга и внутриэкономическая нестабильность не способствуют их выходу на международный рынок туризма. Сохраняя в себе дух народного праздника, они выполняют главным образом функцию выражения коллективной идентичности.

Формировавшаяся веками в условиях местных ландшафта и климата и вобравшая в себя опыт предков и других народов сербская культура питания сложилась в устойчивую систему пищевых категорий и вкусов и в XXI в. стала выступать важным этническим маркером¹². Отождествление определенных блюд и напитков с понятием сербской кухни актуализировалось в постъюгославский период на фоне поиска самобытных черт сербского национального портрета. Рост мобильности населения и роль еды как способа коммуникации, а также реакция на популяризацию иностранной кухни (японской, итальянской, китайской и др.), послужили стимулом к открытию большого числа ресторанов сербской традиционной кухни по всей стране.

Выражение идентичности через культуру питания и ее репрезентации в качестве этномаркирующего бренда связывают с гастрономизмом¹³. Ярким его проявлением стала конкуренция в области брендинга блюд традиционной кухни между бывшими югославскими республиками¹⁴. Одним из инструментов брендинга стало внесение их в список нематериального культурного наследия ЮНЕСКО. Практически все включенные в него блюда сербской кухни имеют соответствующий им гастротур фестиваль. В г. Сврлик ежегодно в начале августа проходят соревнования по приготовлению «*белмужа*» – блюда из молодого овечьего сыра и кукурузной крупы, представляющего собой наследие пастушьих общин восточной Сербии. Другому защищенному бренду – пиротскому сыру – посвящен фестиваль сыра и качкаваля в г. Пироте. Специалитет традиционной городской кухни – пазарские мантии (пирожки с мясом) – выпекается для публики на «мантиаде» в г. Нови Пазар. На «жумариаде» в с. Кладурово в огромных котлах варят кукурузную кашу с бараниной и зеленым луком, также признанную нематериальным культурным наследием. В разных местах Сербии проходят фестивали, посвященные другим зарегистрированным брендам – искусству приготовления густых сливок «*каймака*», печения хлеба «*циповки*», изготовления легендарного сербского бренди «*ракиш*».

Таким образом, гастротур фестивали в Сербии служат прежде всего способом укрепления коллективной идентичности как локальной, так и этнической, а также ее легитимации посредством гастрономического кода. Они обеспечивают реализацию внутриэтнического диалога, поводом к которому становятся известные всему сообществу аграрно-

кулинарные практики. Гастрофестивали мобилизуют широкие слои населения, позволяют подтверждать им свою причастность к этнической группе через участие в репрезентации культуры питания. Ее вариативность создает среду для конкурентного брендинга локальных гастрономических традиций, а развитие гастротуризма становится новым способом поддержания сербского села и эффективного использования его потенциала в XXI в.

¹ U Srbiji se godišnje održi 2000 turističkih manifestacija (28. 10. 2015)//URL: <https://www.turistickisvet.com/vesti/turizam/u-srbiji-se-godisnje-odrzi-2000-turistickih-manifestacija.html> (дата обраш. 26.06.2020); Manifestacije u Srbiji//URL: <https://www.381info.com/manifestacije-u-srbiji>; Gastronomske manifestacije u Srbiji 2013//URL: <http://www.skgo.org/vesti/detaljno/1117/gastronomske-manifestacije-u-srbiji>; Antonijević M. Žumarijada, mud(r)ijada, tucanijada: Najkompletniji kalendar manifestacija koje Srbi obožavaju, a nisu ni Guča, ni Egzit //URL: <https://www.telegraf.rs/vesti/srbija/2979827-zumarijada-mudrijada-tucanijada-najkompletniji-kalendar-manifestacija-koje-srbi-obozavaju-a-nisu-ni-guca-ni-egzit> (дата обраш. 26.06.2020).

² Дедова М., Тихонова Д. Гастрономические фестивали: виды, отличительные особенности и значение для брендинга туристской дестинации //Вестник международных организаций: образование, наука, новая экономика. СПб., 2013. С. 120–142.

³ Белов М. В. У истоков сербской национальной идентичности. СПб., 2007. С. 6.

⁴ Ovi Srbi su ušli u Ginisovu knjigu rekorda: Njihove discipline su za nevericu. URL: <https://www.telegraf.rs/vesti/srbija/2928715-ovi-srbi-su-usli-u-ginisovu-knjigu-rekorda-njihove-discipline-su-za-nevericu-foto> (дата обращения 26.06.2020).

⁵ Арутюнов С. А. Основные пищевые модели и их локальные варианты у народов России //Традиционная пища как выражение этнического самосознания. М., 2001. С. 10–11.

⁶ Djurović Z. Rakijada u Šljivovici. URL: <http://zoomue.rs/rakijada-u-sljivovici-video/> (дата обращения 26.06.2020).

⁷ Верегенников А. Н., Соломахина Е. А. Гастрономический туризм//Экономика. Инновации. Управление качеством. 2016. № 2. С. 37.

⁸ Kong L., Sinha V. Food, Foodways and Foodscapes. Singapore, 2015. P. 42; Byrkjeflot H., Strandgaard Pedersen J., Svejenova S. From Label to Practice: The Process of Creating New Nordic Cuisine//Journal of Culinary Science & Technology. 2013. № 11:1. P. 36–55.

⁹ Long L. M. Culinary Tourism. Lexington, 2004; Wolf E. Gastronomy tourism: The Hidden Harvest. Dubuque, 2006.

¹⁰ Иванов В. Д. Гастрономический туризм как популярное направление в туристической индустрии//Физическая культура. Спорт. Туризм. Двигательная рекреация. 2018. Т. 3. № 2. С. 106.

¹¹ Балынин К. А. Аспекты диверсификации гастрономического туризма//Сервис в России и за рубежом. 2017. Т. 11. № 1 (71). С. 97.

¹² Тројановић С. Старинска српска јела и пића. Београд, 1896; Илић М. Традиционални рецепти домаће српске кухиње. Београд, 2018.

¹³ DeSoucey M. Gastronationalism: Food Traditions and Authenticity Politics in the European Union Article//American Sociological Review. 2010. № 75 (3). P. 433.

¹⁴ См. напр.: Ima li razlike između hrvatske i srpske sarme? 17.12.2017. URL: https://www.b92.net/zivot/vesti.php?yyyy=2017&mm=12&dd=17&nav_id=1337225 (дата обращения 26.06.2020).

UDC 641.568(4/9)

A. A. Mikhailova

Gastronomic Festivals in Serbia as a Form of Representation of Ethnocultural Identity

Mikhailova Alena Alexeevna, The Russian Museum of Ethnography (St. Petersburg), the Department of Ethnography of the Peoples of Belarus, Ukraine, Moldavia, chief research fellow, Ph. D. (History); alena-muzej@yandex.ru

The report is dedicated to gastronomic festivals which could be considered as one of the most striking modern ways of representing the Serbian ethnic culture. This form of actualization of ethnicity is relatively new for the Balkan countries, and in many aspects echoes the pan-European trend of the gastrotourism development. However, in contrast to such kind of events in other European countries, Serbian festivals do not claim commercial success, but social significance. The purpose of the report is to consider what place these holidays occupy in the public life of today's Serbia and as well as their correlation to traditional culture, ethnicity and globalization. It's concluded that gastronomic festivals in Serbia allows not just to represent the culinary traditions, but also to provide the intra-ethnic dialogue and the strengthening of the collective identity.

Key words: traditional cuisine, gastronationalism, branding, gastrotourism, ethnic identity.