

Чинники поширення чайної субкультури в різних суспільствах

Іван Гром, Класичний приватний університет

Статтю присвячено проблемі еко-географічних, соціально-економічних та соціально-політичних чинників поширення чайної субкультури в різних суспільствах. В результаті проведеного дослідження автором зроблено висновок про те, що споживання чаю є супутнім такій соціальній структурі, яка відповідає ліберальним типам економічних систем або більш архаїчним авторитарним режимам, або їх поєднанню (як у випадку з Китаєм). Це дає підставу припустити, що зазначені суспільства заохочують і поширюють чайну субкультуру або в результаті впливу метрополій (Кенія та Нігерія), або патримоніальних авторитарних режимів, або ж перебувають на аграрному або індустріального фазисі розвитку.

В цілому просуванню консервативному типу розвитку суспільства з традиційними технологіями та запізненою модернізацією відповідають високі показники споживання чаю. Перехідні (транзитні) суспільства із множинною соціальною ідентичністю (яка має місце або за рахунок мультиетнічності, мультиконфесійності, полікультурності, консоціальності тощо) також мають тенденцію до збільшеного споживання чаю. Водночас при поширенні чайної субкультури дослідник має приймати до уваги також низку клімато-географічних та екологічних чинників, зокрема: розв'язаність / нерозв'язаність продовольчої проблеми; доступність / недоступність джерел питної води фізіологічно-мінімальної корисності; засушливість / вологість клімату.

До соціально-економічних чинників поширення чайної субкультури належать незавершена та форсована модернізація при збереженні архаїчних політичних інституцій; високі показники соціальної поляризованості / нерівності, з яких випливає стресованість нижчих верств мораллю нетолерантності; значні розбіжності в рівні життя територіальних спільнот, які сформувалися на колоніальній периферії; незначне місце середнього класу в соціальній структурі, що впливає з нерівності матеріально-фінансового та освітнього капіталу.

Ключові слова: чай, чайна субкультура, соціальна нерівність, наздоганяюча модернізація, лібералізм, патримоніалізм, мультиетнічність, мультиконфесійність, полікультурність, консоціальність

Factors of extension of tea subculture in different societies

Ivan Hrom, Classical private university

The article is devoted to the problem of eco-geographical, socio-economic and socio-political factors of distribution of the tea subculture in various societies. As a result of the study, the author concluded that consumption of tea is a concomitant of a social structure that corresponds to liberal types of economic systems or to more archaic authoritarian regimes, or a combination of them (as in the case of China). This suggests that these societies encourage and distribute the tea subculture either as a result of the influence of the metropolises (Kenya and Nigeria), or patrimonial authoritarian regimes, or are on the agrarian or industrial developmental stage.

In general, the promotion of a conservative type of development of society with traditional technologies and belated modernization corresponds to high rates of tea consumption. Transitional (transitory) societies with multiple social identities (which takes place either through multi-ethnicity, multi-confessionality, multiculturalism, consociativity, etc.) also tend to increase the consumption of tea. At the same time, in the dissemination of the tea subculture, the researcher must also take into account a number of climatic, geographic and environmental factors, in particular: the permissibility / unresolved food problem; availability / unavailability of sources of drinking water of physiologically minimal utility; aridity / humidity of the climate.

Socio-economic factors in the distribution of the tea subculture include harvesting and forced modernization, while maintaining archaic political institutions; high rates of social polarity / inequalities, from which the lower classes stratified the morality of intolerance towards dependents; significant discrepancies in the standard of living of territorial communities that were formed on the colonial periphery; an insignificant place of the middle class in the social structure, accompanying the inequality of material and financial and educational capital.

Keywords: tea, tea subculture, social inequality, catching up modernization, liberalism, patrimonialism, multiethnicity, multi-confessionality, multiculturalism, consociativity

Факторы распространения чайной субкультуры в разных обществах

Иван Гром, Классический частный университет

Статья посвящена проблеме эко-географических, социально-экономических и социально-политических факторов распространения чайной субкультуры в различных обществах. В результате проведенного исследования автором сделан вывод о том, что потребление чая является сопутствующим такой социальной структуре, которая соответствует либеральным типам экономических систем или более архаичным авторитарным режимам, или их сочетанию (как в случае с Китаем). Это дает основание предположить, что указанные общества поощряют и распространяют чайную субкультуру или в результате воздействия метрополий (Кения и Нигерия), или патримониальных авторитарных режимов, или же находятся на аграрном или индустриальном фазисе развития.

В целом продвижению консервативного типа развития общества с традиционными технологиями и запоздалой модернизацией соответствуют высокие показатели потребления чая. Переходные (транзитные) общества с множественной социальной идентичностью (которая имеет место либо за счет мультиэтничности, мультиконфессиональности, поликультурности, консоциальности т.п.) также имеют тенденцию к увеличенному потреблению чая. В то же время, при распространении чайной субкультуры исследователь должен принимать во внимание также ряд климато-географических и экологических факторов, в частности: разрешенность / неразрешенность продовольственной проблемы; доступность / недоступность источников питьевой воды физиологически минимальной полезности; засушливость / влажность климата.

К социально-экономическим факторам распространения чайной субкультуры принадлежат заготовка и форсированная модернизация при сохранении архаичных политических институтов; высокие показатели социальной полярности / неравенства, из которых проистекает стрессированность представителей низших слоев моралью нетолерантности к иждивенцам; значительные расхождения в уровне жизни территориальных сообществ, которые сформировались на колониальной периферии; незначительное место среднего класса в социальной структуре, сопутствующее неравенству материально-финансового и образовательного капитала.

Ключевые слова: чай, чайная субкультура, социальное неравенство, догоняющая модернизация, либерализм, патримониализм, мультиэтничность, мультиконфессиональность, поликультурность, консоциальность

Актуальність дослідження.

Чай як напій є важливим елементом культурних традицій, а його споживання залежить від соціальних процесів, які залежать від цих традицій. Починаючи із стародавніх часів, суспільства поділялися на «чайні» і не «чайні», себто, такі, в яких існують чайні церемонії, сценарії, чайне дозвілля, і такі, де подібних складників культури повсякдення не існує або ж вони не є для неї популярними. Загалом соціо-культурні чинники виробництва і споживання чаю для соціології можна вважати малодослідженим предметом. Чому в одних соціальних умовах чай є напоєм повсякдення, а в інших – напоєм для свят? Чому в одних суспільствах акцент робиться на чайних церемоніях та ритуалах, а в інших існують прискіпливі соціальні очікування щодо гатунку чайного листа? Чому для азійських суспільств з їх економічною та політичною системою чайна церемонія потребує значної кількості часу і спеціально організованого простору, для інших суспільств чаювання являє собою елемент розваг і обідніх перерв у

виробничому процесі? Відповіді на ці запитання потребують системного дослідження соціокультурних умов, в яких виробництво і споживання чаю набувають певних відмінностей.

Мета і завдання статті.

Метою статті є побудова описової характеристики соціокультурних чинників поширення чаю в різних суспільствах. Завданнями статті є: а) визначення суспільств-чайних лідерів; б) встановлення типологічних особливостей суспільств-чайних лідерів.

Невизначена наукова проблема, якій присвячено статтю.

Статтю присвячено проблемі побудови описової характеристики соціокультурних чинників поширення чаю в різних суспільствах.

Аналіз наукових досліджень.

Чай в культурі харчування країн конфуціансько-даоської культури є частиною мобілізаційних сценаріїв повсякденного життя різноманітних соціальних груп, які перебувають в стресово-мобілізаційному соціальному стані, себто, частіше за все, перебувають під пресин-

гом різних культурно-цензурних сценаріїв соціальної поведінки.

До першої групи джерел, з яких науковці отримують інформацію про соціокультурний контекст поширення і споживання чаю, соціо-культурну зумовленість виробництва і споживання чаю, надають різноманітні міфи та легенди. Вони, хоча і не можуть бути безпосереднім доказом для наукового дослідження, слугують джерелом значної кількості символів, які пояснюють походження чаю.

Одна з таких легенд, аналіз якої буде здійснено далі, вказує на цінність для людини психічного стану підвищеного дисциплінарного тону, який цілком відповідає повсякденній інформаційній перевантаженості особи в умовах традиціоналістського суспільства.

Представник китайського (як і будь-якого іншого далекосхідно-азійського соціуму) має стійку потребу постійно перебувати в стані підвищеної активності в силу обставин, пов'язаних із соціальним примусом.

Ці обставини стосуються, з одного боку, підвищених вимог щодо соціальної поведінки, з іншого боку – доволі жорсткого соціального контролю у вигляді соціальних санкцій.

Цензурний примус згодом через його підкріплення технологіями карального соціального впливу стає самопримусом. При цьому «запит» на подібний самопримус міститься у переживаннях героя зазначеної легенди, який констатує стан припливу бадьорості, рівної налаштованості розуму, а також необхідного для китайця заміни інших харчових продуктів (переважно білкового змісту).

Згідно зі змістом зазначеної легенди, китайський імператор одного разу пережив драматичну ситуацію тяжкого захворювання у своєї матері. На допомогу імператорові прийшов чайний куц, заварене листя якого змогло не лише відновити здоров'я родички, що співпало зі своєрідним зціленням. В цьому магічному впливі імператор побачив вищий сенс і здійснив акт релігійного вшанування чайного куца, накривши його своїм червоним халатом. Сам куц було названо Та Хун Пао, що в буквальному перекладі і означало «червоний халат». Для китайської культури сам ритуал дарування вищою сановною особою предмету її особистого вжитку вважався способом прояву честі можновладців щодо представників нижчих соціальних груп, своєрідною почесною.

Якщо імператор здійснював подібний ритуал, то це означало по суті освячення / сакраліза-

цію особи, її переведення до соціальної категорії богів-героїв. Отже, внаслідок здійснення такого ритуалу пантеон китайської релігії було поповнено ще одним божеством під назвою «чай». Саме тому культове ставлення до чаю за всіма ознаками співпадає з повсякденними релігійними ритуалами, одним із яких є пиття чаю.

До другої групи джерел можна зарахувати також філософсько-культурологічні, соціально-філософські та соціально-психологічні концепції, представлені, зокрема, в працях С. Радхакрішнана, Ш.-Л. Монтеке та К.-Г. Юнга, С. Шемякіна [6, 9,14, 16].

Культурна детермінованість споживання чаю досліджується в джерелах з історії філософії та філософії культури. Особливості технологій обробки чаю, а також переважання в раціоні різних суспільств тих чи інших його сортів також є культурно детермінованими. Так, наприклад, в Індії перевага віддається сорту «Assam», який має дещо іншу, у порівнянні з китайськими різновидами чаю, структуру листя. Однак, відмінності стосуються не стільки «анатомії чаю», скільки запитів культурної системи щодо бажаного стану представників еліти або інших соціальних груп.

В цьому сенсі для культурної системи, яка перебуває під впливом релігій індуїзму, цінності спокою і сну є пріоритетнішими в порівнянні з цінностями бадьорості і мобілізації. Саме на це вказує в одній зі своїх фундаментальних праць з індійської філософії С. Радхакрішнан [9, с. 17-18].

Автор констатує вкрай сприятливі природно-кліматичні обставини, в яких опинилася Індія. Тут існували всі можливості для проявів того самого інтровертно-інтроспективного інтересу до глибин свідомості, який обходив будь-яку прагматичну зацікавленість у пристосуванні до зовнішнього середовища.

С. Радхакрішнан констатує (з чим повністю погоджується автор цієї статті), що «Гімалайські гори величезної довжини і висоти, з інших сторін – море сприяли тому, що Індія протягом тривалого часу була захищеною від зовнішніх вторгнень». Надлишковість природних ресурсів зумовила скорочення обсягів кропіткої праці і боротьби за існування. Індуси не сприймали світ як поле битви, на якому відбувалося змагання за багатство, владу, честь і освіту.

За відсутності потреби витратити енергію на вирішення життєвих земних проблем, на освоєння природи і підпорядкування її сил у суспільстві починає переважати вектор умоглядної

(непрагматичної) духовності. З цим вектором культури є пов'язаним і тип кастової стратифікації індійського суспільства, в якому є відсутніми будь-які мотиви щодо вертикальної мобільності. Це означає, що спокій просотує стратифікаційну піраміду і в тому сенсі, що унеможливує будь-яке соціальне невдоволення.

Отже, в світогляді та соціальних практиках переважала зорієнтованість на усамітнення та спокій. Тому чай як елемент культурної системи мав забезпечувати вже не стільки стан стійкої налаштованості на працю і дисципліну, скільки супроводжувати релаксацію та споглядання. До речі, як споглядання, так і досягнення стану просвітленого спокою також були несумісними з мобілізуючими та тонізуючими властивостями чайних напоїв, які є поширеними в Індії і понині.

Типове для населення відлюдництво, забезпечення самою культурою легітимних практик блукання і мандрування в пошуках духовного просвітлення спонукали до романтизації способу життя, доволі незвичного для європейських суспільств. Це злиття із ритмами природи не надавало жодної цінності прагматичному, раціоналістичному і матеріалістичному світогляду.

Величезні лісомасиви зі стежками надавали великі можливості для схимників мирно бродити ними, займаючись різноманітними духовними практиками. Соціальний ескапізм став, по суті, нормою життя для всіх, хто відпочивав від соціальної рутини в злитті з природою.

Отже, субкультурі лісового відлюдництва (включаючи упанішади) мали б відповідати чайні напої із відповідною компонентикою. Загалом йшлося про заміну класичного чаю сумішшю місцевих спецій із додаванням значної кількості молока.

Безпечному життю, багатству природних ресурсів, свободі від тривоги, відчуженості від життєвих турбот, відсутності тиранії практичного інтересу та розвиненому духовному життю відповідала хронічна бідність і нестача джерел питної води відповідної якості. Тому для індуїстської чайної етнокультури є типовим переважання згущених, маслянистих, «жироподібних» видів заварки, що, судячи з усього, відповідає як релаксаційно-снодійному впливу на організм, так і культурному запиту на «сутінкову свідомість».

Виходячи з теорії географічного детермінізму Ш.-Л. Монтеск'є, вкрай сприятливий геокліматичний контекст в прямому сенсі паралізує соціальне кооперування в напрямку боротьби за життя. Це сприяє як загальному регресу промислово-соціальних технологій та матеріалістичної

науки, так і зміщенню інтересу в суспільстві від зовнішнього світу до внутрішнього, що і спричиняє своєрідний «гіпноз» свідомості [6, с. 23-58].

Про цю сутінкову (місячну) свідомість писав К.-Г. Юнг у своїй праці «*Mysterium coniunctionis*». Автор розрізняє «солярну» (денну) і «місячну» (нічну) свідомість. Опозиція двох типів свідомості в даному випадку перебуває в стійкому співвідношенні з двома типами культурних систем, орієнтованими на переважання того чи іншого світосприйняття [16, с. 20-50].

У першому випадку це світосприйняття пов'язане з образом «вселенського сну», який час від часу порушується іграми богів (в індуїзмі). У другому випадку це світосприйняття традиціоналістів і колективістів, які перетворюють власне суспільство на об'єкт обожнювання і виганяють всіх духів на задвірки світобудови (Конфуцій «Лунь Юй» – бесіди і вислови) [7, с. 9].

Третьою групою праць є статті, монографії та дисертації з соціології візуального символізму як напрямку галузевих соціологічних теорій, що сформувався на перетині структурного функціоналізму, структуралізму та символічного інтераціоналізму. А оскільки аналіз візуального символізму є представленим в соціології візуального символізму, то цей напрямок галузевих соціологічних досліджень слугуватимуть теоретико-методологічним підґрунтям для цієї статті. Йдеться про праці Ю. Романенка, присвячені відповідній тематиці [10-11, 15].

В українській соціології дослідженню візуального символізму харчових композицій, рецептур, кулінарних та гастрономічних культур є присвяченими публікації Святненка І. О., в яких здійснено розгорнутий аналіз етнокультурних чинників споживання різних продуктів харчування, включаючи чай [12].

Третьою групою джерел є праці з описової етносоціології споживання чаю, які не є багаточисельними. Тематиці чаю є присвяченими праці В. Похльобкіна, Л. Колесніченко, О. Какудзо, А. Суботіна для яких етнографія і економіка харчування стали теоретичними мейнстрімами праць [2, 4, 8, 13]. До цього списку варто зарахувати також дослідження К. Балда та І. Крамера з англомовної бібліографії [17-18].

Виклад основного матеріалу.

Суспільства в контексті рівня поширеності в них споживання та виробництва чаю можна умовно поділити на культово-чайні, нормально-чайні та недостатньо-чайні. Йдеться про вжитковість чаю в буденному житті, а та-

кож ставлення до чаю з боку влади та широких верств населення, про популярність чаю в ідеології та масовій культурі.

Таблиця 1.

Рівень виробництва та споживання чаю на душу населення в різних країнах

Країни	Рівень виробництва та споживання чаю на душу населення (на 100.000 на рік в кілограмах)
Узбекистан	99,6 – 35-40
Казахстан	99,2- 40-42
Азербайджан	99,1- 41-44
Пакистан	99,0 – 30-35
Китай	98,9 – 50-55
Єгипет	98,5 – 30-35
Марокко	96.1 – 40-45
Індія	95,6 – 25-35
Кенія	95,4 – 40-45
Нігерія	94,3 – 39-38

Серед найбільш чайних суспільств виділяються, перш за все, середньо-азійські, в яких споживання чаю є зумовленим як культурно-ритуальними, так і клімато-географічними чинниками. Особливості клімату та рельєфу характеризуються переважанням низовин і великих міжгірських долин, де влітку температура піднімається вище +40°C за відсутності дощів. Вживання чаю населенням дозволяє підтримувати температурний баланс при збереженні працездатності зрілої вікової групи.

У гірських районах літня спекотливість буває істотно пом'якшеною за рахунок рельєфу, який уможливує випадання дощової маси при збереженні засніженості на гірських хребтах. Зими в усьому регіоні, за винятком південних субтропічних околиць Туркменістану і Узбекистану, є холодними і супроводжуються хуртовинами та морозами [12, с. 20-92].

Цілком закономірним тут є не просто споживання чаю як зігріваючого напою, але і включення чинників, пов'язаних із якістю води, яка в умовах держав Центральної Азії в більшості випадків, є незадовільною. Подібна причина культурової поширеності чаю може бути значущою і

для китайського суспільства, в якому ще в доіндустріальний період існувала проблема якісної питної води.

В період індустріалізації, який співпав з курсом прагматичного соціалізму Ден Сяопіна, проблема якості питної води не просто не зникла, а стала істотно загостреною за рахунок масованих викидів в землю та ґрунтові води відходів промислових виробництв хімічної, металургійної, будівельної індустрії. Тому з часів династії Цин і виникнення культового різновиду чаю Да Хун Пао мало що змінилося.

В Японії чайна церемонія є зацентрованою не стільки на гедоністичних відчуттях учасників церемонії та смакових особливостях чаю, скільки на церемонії як на соціальному ритуалі. З огляду на особливості міфологічного контексту, який є представленим в «Кодзікі» і «Нихонгі», ми можемо інтерпретувати це зміщення як частину японського способу звеличення власної ідентичності.

Це звеличення спирається на їх уявлення про власну богоподібність, і тому робить можливим прояви в ході чайної церемонії витонченого азійського расизму. Чайна церемонія розглядається як «зібрання богів» безвідносно до змісту і смакових особливостей випитого чаю, на що вказує Б. Виногородський [1, с. 4-11].

Таким чином, для японців принциповим в самих чайних церемоніях стають не стільки смакові відтінки та гатункові відмінності чаю, скільки етнічний склад самих учасників. Для таких ритуалів є притаманним збереження високого рівня спільноти, що, до речі, є супутнім відставанню Японії в сегменті інформаційних технологій від Європи та Америки.

Ознаки цього відставання стали помітними наприкінці 80-х, початку 90-х рр. ХХ ст., а сама тенденція супроводжувалася зростанням закритості та наявною фактичною неможливістю для представників інших етнічних спільнот перебувати в життєвому просторі японців.

В цьому контексті США змогли випередити Японію саме з причини створення відкритого етноконтактного середовища, яке складається переважно з мігрантів європейського та азійського походження. Завдяки цьому етноконтактному середовищу стала можливою інтелектуальна інноваційність та формування наукової спільноти, здатної до генерування інноваційних ідей та проектів.

Порівняння Японії з іншими азійськими суспільствами говорить не на її користь, оскільки істотно вищий рівень мобільності сусідніх Ки-

таю та В'єтнаму є свідченням їх спроможності в сегменті міжкультурних комунікацій. Так, одним із трендів розвитку системи освіти в Китаї є практики запрошення представників іноземного студентства та наукових спільнот для подальшого навчання та розвитку наукової кар'єри. Таке послуговування американськими технологіями говорить про те, що Китай, як і США, оцінює глобалістичні перспективи і має значніші, у порівнянні з Японією месіаністичні амбіції.

Водночас, це сприяє насадженню в Китаї матеріалістичної цивілізації та консьюмеризму американського зразка при збереженні традиціоналістськи-авторитарних способів експлуатації та мобілізації робочої сили. Оскільки будь-яке азійське суспільство припускає надексплуатацію та не поширює практики обмеження та скорочення робочого дня на сектор праці, потреба в чаї, високоімовірно, буде істотно вищою в суспільствах, які переживають запізнилу модернізацію, аніж в тих, які вже перейшли на стадію розвитку інформаційного суспільства. Це показує досвід США і Японії, яка перейняла американську модель манчестерського капіталізму, поєднавши його із типовими для Японії практиками понаднормативної експлуатації в рамках пожиттєвого найму.

В цілому суспільствам із високим рівнем виробництва та споживання чаю на душу населення є притаманні спільні культурно-ідеологічні, соціально-політичні та соціально-економічні риси, зокрема:

- 1) Ці суспільства в минулому або були імперіями-метрополіями, або ж змогли вплинути на свою колоніальну периферію, здійснюючи насадження на ній своїх соціальних інституцій та культури. Будь-яка імперія живе в режимі військової мобілізації, тому кофейновий тонус користується попитом не лише серед елітних груп, але і серед нижчих верств населення, яка опиняється в орбіті впливу метрополії.

Так значною є поширеність чаю в африканських суспільствах Кенії та Нігерії, які зазнали культурно-цивілізаційного впливу Великої Британії імперського періоду. Тут є поширеними індійські сорти чаю, який є напоєм повсякденного вжитку в самій Великій Британії.

Часпиття можна вважати щоденним соціальним ритуалом в цьому суспільстві, де сорти чаю варіюються в залежності від призначення (чай ранкового вжитку, обіднього, вечірнього тощо) та характеристиками листа, густини та міцності. Водночас, варто зауважити, що ця варіативність не є притаманною чайній субкультурі Індії. В

останній через обставини, які впливають із бідності, значної соціальної поляризованості та люмпенізованого способу життя представників нижчих каст, є в більшій мірі поширеними так звані «вуличні чаї».

Більша частина виробленого в Індії чайного листа складає предмет експорту через низькі статки автохтонного населення. Саме цим можна пояснити те, що при доволі високих показниках виробництва і середньо-душового споживання чаю індійське суспільство не можна віднести до групи тих, які ставляться до чаю культовим чином. В найбільшій мірі на споживання чаю впливає та сама сутінкова свідомість, яка є типовою для індо-буддійської культурної системи. Збереження стану мобілізаційної бадьорості при низькій продуктивності праці та припущенні дромоманічного способу життя значної частини індусів не є актуальним та релевантним такому суспільству.

- 2) Частина суспільств-лідерів споживання та виробництва чаю є патрімоніальними авторитарними соціумами, які є фондованими на структурах радянської цивілізації. Радянську цивілізацію, за слушною думкою С. Кара-Мурзи, можна віднести до патрімоніально-мобілізаційних, оскільки в умовах СРСР при збереженні планового господарства фактично зберігалася вертикаль феодального типу [3, с. 108-109].

На це вказує також Ю. Романенко, констатуючи збереження режиму перманентної реставрації феодалізму в Україні та РФ. Те саме можна вважати цілком слушним щодо Узбекистану, Азербайджану та Казахстану. Там і нині зберігається паримоніальний авторитаризм, який припускає збереження повновладдя певної частини регіональних спільнот за ознаками кровної спорідненості [15, с. 261-262].

Переважаання непотизму, кронізму та внутрішнього фаворитизму лише доповнює портретування феодального суспільства. За умови значної частини вільного часу для байдкууче-непродуктивних соціальних груп, які Т. Веблен цілком справедливо назвав «ледарюючим класом», чаювання також має підґрунтя для субкультурної популярності саме через цей резерв вільного часу. Аналогічне явище було поширеним в Російській імперії ло часів жовтневого перевороту, де представники феодально-поміщицького стану споживали доволі значну кількість чаю, що вважався тоді елементом розваг та світської комунікації серед дворянства та чиновної інтелігенції. Треба відзначити також

і ту обставину, що в Росії, як і в Китаї, споживання чаю дозволяє вирушувати ще одну фундаментальну проблему – а саме, проблему нестачі продовольства. Серед соціальних груп із низькими статками подібну роль може відігравати споживання міцних алкогольних напоїв та сурогатної їжі.

3) Суспільства із високим рівнем споживання чаю належать до суспільств транзитного (перехідного) типу або ж суспільств, які переживають запізнилу модернізацію. Перехідний стан, який затягнувся в силу тих чи інших екзогенних причин, може бути пов'язаним із колоніальною залежністю, поліетнічністю або поліконфесійністю та іншими обставинами множинної ідентичності, які стають на заваді процесам інтеграції та формування культурної гомогенності.

Прикладами подібних суспільств є, зокрема, Марокко та Пакистан. Ці суспільства характеризуються мультиконфесійною ідентичністю через наявність двох базових релігій: ісламу та індуїзму. Контраверсійність двох зазначених релігій стає чинником перманентної політичної нестабільності і військової диктатури. Немає сумнівів в тому, що ключовим чинником виробництва і споживання чаю в таких суспільствах стає соціальна хаотичність, низька соціальна безпечність, криміналізація суспільного життя, жорсткість соціального контролю на тлі ксенофобії та ін.

4) Суспільства із високим рівнем виробництва та споживання чаю зберігають архаїчні (доіндустріальні) соціальні моделі розвитку та типи соціальної структури, які мають докласове походження (як правило, станове або кастове). Не доводиться дивуватися тому, що за таких обставин ці суспільства є найбільш несприятливими за своїми соціально-економічними характеристиками при супутній ресурсній надлишковості. Водночас в них зберігається аграрний тип економічного відтворення та переважають зовнішньо-інвестиційні способи залучення фінансових ресурсів.

Прикладами таких суспільств є Індія та Єгипет. В Індії зберігається архаїчна кастова структура, яка уможливила фізично-просторову сегрегацію англо-саксонських та європейських мігрантів та автохтонного населення. Репрезентативним в цьому аспекті є образ столиці Індії Делі, яка є поділеною фактично на два територіальні сегменти: британо-європейський та індуїстський. Соціальна поляризованість їх є досить очевидною навіть для неподготовлених дослідників. Йдеться про переважання елементів міської інфраструктури в британо-європейсько-

му сегменті соціального та фізичного простору та всіх ознак занедбаності, антисанітарії, низького рівня життя в районах перебування корінних мешканців.

Майже розкішні соціально-економічні умови будівель аля Лондон, європейські автівки, бруківка, скло і цемент вітрин контрастують із дерев'яними хижками, де мешкають часто 5-7 сімей з представників нижчих каст.

Взагалі в Індії із її популяризованістю чаю «масала», який називають ще «вуличним чаєм» звичайний чай серед представників нижчих кастових груп вважається високоартісним товаром і слугує атрибутом приналежності до британського істеблішменту.

5) Суспільства із високим рівнем виробництва та споживання чаю характеризуються високими показниками коефіцієнту Джині. Коефіцієнт Джині як соціометричний показник характеризує відмінності в доходах між вищими та нижчими верствами в будь-якому суспільстві. Це кількісний показник, який демонструє ступінь нерівності різних варіантів розподілу доходів. Саму модель розрахунку було розроблено італійським економістом, статистиком і демографом К. Джині (1884–1965).

Отже, коефіцієнт характеризує диференціацію грошових доходів населення у вигляді ступеня відхилення фактичного розподілу доходів від абсолютного рівного їх розподілу між всіма членами соціуму. За основу найчастіше береться рівень річного доходу. Іноді використовується процентне подання цього коефіцієнта, зване індексом Джині.

Коефіцієнт Джині розраховується за допомогою так званої кривої Лоренца. За умови гіпотетичної ситуації (однаковість доходів всіх верств населення) коефіцієнт Джині дорівнює нулю. Альтернативна гіпотеза (теж малоімовірний випадок 100% концентрації доходів у одній людині) припускає значення, яке буде дорівнювати одиниці. Отже, величина коефіцієнта Джині в різних суспільствах коливається в діапазоні між нулем і одиницею [5].

«Чайні суспільства» мають значення коефіцієнту Джині, які є наближеними до високих або дуже високих. Так, до подібних суспільств належить Велика Британія, Індія, Пакистан, Марокко, Нігерія, Китай, Узбекистан, Казахстан, Азербайджан.

Сумарно маємо припустити зв'язок коефіцієнта Джині з рівнем поляризованості соціальної структури, а разом із ним – чайної субкультури з рівнем толерантності вищих верств

щодо нижчих. Варто врахувати, що в заможніших суспільствах толерантність щодо бідності часто буває нижчою у порівнянні із суспільствами з нижчими показниками економічних статків. Тому чайні суспільства – це в більшості випадків суспільства поляризованої нерівності, в яких сама проблема або нейтралізується різноманітними інституціями соціального контролю, або ж зберігається у вигляді прихованої соціальної нетолерантності «моралі заможних» щодо «моралі бідних».

Висновки.

Споживання чаю є супутнім такій соціальній структурі, яка відповідає ліберальним типам економічних систем або більш архаїчним авторитарним режимам, або їх поєднанню (як у випадку з Китаєм). Це дає підставу припустити, що зазначені суспільства заохочують і поширюють чайну субкультуру або в результаті впливу метрополій (Кенія та Нігерія), або патримональних авторитарних режимів, або ж перебувають на аграрному або індустріального фазисі розвитку.

В цілому просуванню консервативному типу розвитку суспільства з традиційними технологіями та запізнілою модернізацією відповідають

високі показники споживання чаю. перехідні (транзитні) суспільства із множинною соціальною ідентичністю (яка має місце або за рахунок мультиетнічності, мультиконфесійності, полікультурності, консоціальності тощо) також мають тенденцію до збільшеного споживання чаю. Водночас при поширенні чайної субкультури дослідник має приймати до уваги також низку клімато-географічних та екологічних чинників, зокрема: розв'язаність / нерозв'язаність продовольчої проблеми; доступність / недоступність джерел питної води фізіологічно-мінімальної калорійності; засушливість / вологість клімату.

До соціально-економічних чинників поширення чайної субкультури належать незавершена та форсована модернізація при збереженні архаїчних політичних інституцій; високі показники соціальної поляризованості / нерівності, з яких випливає стресованість нижчих верств мораллю нетолерантності; значні розбіжності в рівні життя територіальних спільнот, які сформувалися на колоніальній периферії; незначне місце середнього класу в соціальній структурі, що впливає з нерівності матеріально-фінансового та освітнього капіталу.

БІБЛІОГРАФІЧНІ ПОСИЛАННЯ

1. Виноградский Б. Путь чая: Школа чайного пути. Часть 1. / Б. Виноградский. – Гермитаж-пресс, 2004. – 92 с.
2. Какудзо О. Книга чая / О. Какудзо. – Минск: Харвест, 2002. – 96 с.
3. Кара-Мурза С. Г. Советская цивилизация / С. Г. Кара-Мурза // Кн. 2: От Великой Победы до наших дней. – 2002. – 687 с.
4. Колесниченко Л. В. Чай. Чайные традиции и церемонии в разных странах мира / Л. В. Колесниченко. – М.: ООО «Издательство АСТ», 2004. – 92 с.
5. Коэффициент Джини по странам. – Режим доступа: <https://theworldonly.org/koeffitsient-dzhini-po-stranam/>
6. Монтескье Ш.-Л. О духе законов / Ш.-Л. Монтескье. – М.: Мысль, 1999. – 674 с.
7. Переломов Л. С. Конфуций: «Лунь юй» / Л. С. Переломов. – М.: Восточная литература РАН, 1998. – 588 с.
8. Похлёбкин В. В. Чай, его история, свойства и употребление / В. В. Похлёбкин. – М.: Центрполиграф, 2004. – 121 с.
9. Радхакришнан С. Индийская философия. Т. 1 / С. Радхакришнан. – М.: Миф, 1993. – 624 с.
10. Романенко Ю. В. Етнічні ідентичності в дзеркалі тілесності та практик харчування / Ю. В. Романенко, І. О. Святненко, А. О. Поцелуйко, А. Ю. Ташченко, Ю. Ю. Медведева. – Київ: Вид-во ДУТ, 2015. – 437 с.
11. Романенко Ю. В. Осевые символы идентичности в государственной атрибутике / Ю. В. Романенко. – Киев: Меркьюри-Подолье, 2017. – 280 с.
12. Святненко І. О. Тіло, тілесність та практики харчування: теоретико-соціологічна рефлексія. Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата соціологічних наук із спеціальності 22.00.01.- теорія та історія соціології / І. О. Святненко. – Запоріжжя, 2014. – 331 с.
13. Субботин А. Чай и чайная торговля в России и других государствах / А. Субботин. – Санкт-Петербург: Издание Александра Григорьевича Кузнецова, 1892. – 692 с.
14. Шемякин Я. Г. Европа и Латинская Америка : Взаимодействие цивилизаций в контексте всемирной истории. Диссертация на соискание ученой степени доктора исторических наук по специальности 07.00.03 / Я. Г. Шемякин. – Режим доступа: <http://www.dissercat.com/content/evropa-i-latinskaya-amerika-vzaimodeistvie-tsivilizatsii-v-kontekste-vsemirnoi-istorii>
15. Этническая идентичность: социосистемологическое измерение геополитики / ред.-коорд. Ю. В. Романенко, Я. В. Зоська, Ю. Ю. Медведева, Ю. В. Романенко, И. А. Святненко, Н. В. Туленков, Е. А. Хомерики. – Киев: Меркьюри-Подолье, 2016.
16. Юнг К.-Г. Mysterium Coniunctionis / К. Г. Юнг. – М.: Рефл-бук; Киев: Ваклер, 1997. – 683 с.
17. Claud Bald: Indian Tea. A Textbook on the Culture and Manufacture of Tea. Fifth Edition. Thoroughly Revised and Partly Rewritten by C. J. Harrison. – Calcutta: Thacker, Spink & Co., 1940 (first edition, 1933).
18. Chow K. (1990). All the Tea in China, China Books & Periodicals Inc / K. Chow, I. Kramer // References are to Czech translation by Michal Synek: Všechny čaje Číny, DharmaGaia Praha.
19. Legends of Yerba Mate. – Retrieved from: <http://guayaki.com/mate/1894/Legends-of-Yerba-Mate.html>

REFERENCES

1. Vinogradskij, B. (2004). *Put' chaja: Shkola chajnogo puti [The Way of Tea: School of the Tea Way]*. Germitazhpress [in Russian].
2. Kakudzo, O. (2002). *Kniga chaja [Book of tea]*. Minsk: Harvest [in Russian].
3. Kara-Murza, S.G. (2002). *Sovetskaja civilizacija [Soviet Civilization]. Kn. 2: Ot Velikoj Pobedy do nashih dnei [in Russian]*.
4. Kolesnichenko, L.V. (2004). *Chaj. Chajnye tradicii i ceremonii v raznyh stranah mira [Tea. Tea traditions and ceremonies in different countries of the world]*. Moscow: OOO «Izdatel'stvo AST» [in Russian].
5. *Koefficient Dzhini po stranam [Gini coefficient by countries]*. Retrieved from: <https://theworldonly.org/koeffitsient-dzhini-po-stranam/> [in Russian].
6. Montesk'е, Sh.-L. (1999). *O duhe zakonov [On the spirit of laws]*. Moscow: Mysl' [in Russian].
7. Perelomov, L.S. (1998). *Konfucij: «Lun' juj» [Confucius: "Lun yu"]*. Moscow: Vostochnaja literatura RAN [in Russian].
8. Pohljobkin, V.V. (2004). *Chaj, ego istorija, svojstva i upotreblenie [Tea, its history, properties and use]*. Moscow: Centrpoligraf [in Russian].
9. Radhakrishnan, S. (1993). *Indijskaja filosofija [Indian philosophy]. (Vol. 1)*. Moscow: Mif [in Russian].
10. Romanenko, Ju.V., Svjatnenko, I.O., Pocolujko, A.O., Tashhenko, A.Ju., & Medvedeva, Ju.Ju. (2015). *Etnichni identichnosti v dzerkali tilesnosti ta praktik harchuvannja [Ethnic Identities in the Mirror of Physicality and Dietary Practices]*. Kyiv: Vid-vo DUT [in Ukrainian].
11. Romanenko, Ju.V. (2017). *Osevyje simvol'y identichnosti v gosudarstvennoj atributike [Axial symbols of identity in state attributes]*. Kiev: Merk'juri-Podol'e [in Russian].
12. Svjatnenko, I.O. (2014). *Tilo, tilesnist' ta praktiki harchuvannja: teoretiko-sociologichna refleksija [Body, corporeality and nutrition practices: theoretical and sociological reflection]*. *Candidate's thesis*. Zaporizhzhja [in Ukrainian].
13. Subbotin, A. (1892). *Chaj i chajnaja trgovlja v Rossii i drugih gosudarstvah [Tea and tea trade in Russia and other states]*. Saint Petersburg: Izdanie Aleksandra Grigor'evicha Kuznecova [in Russian].
14. Shemjakin, Ja.G. *Evropa i Latinskaja Amerika: Vzaimodejstvie civilizacij v kontekste vseмирnoј istorii [Europe and Latin America: Interaction of civilizations in the context of world history]*. *Doctor's thesis*. Retrieved from: <http://www.dissercat.com/content/evropa-i-latinskaya-amerika-vzaimodeistvie-tsvivilizatsii-v-kontekste-vsemirnoi-istorii> [in Russian].
15. Romanenko, Ju.V., Zos'ka, Ja.V., Medvedeva, Ju.Ju., Romanenko, Ju.V., Svjatnenko, I.A., & Tulenkov, N.V. at all (Eds.). (2016). *Jetnicheskaja identichnost': sociosistemologicheskoe izmerenie geopolitiki [Ethnic Identity: Sociological System Dimension of Geopolitics]*. Kiev: Merk'juri-Podol'e [in Russian].
16. Jung, K.-G. (1997). *Mysterium Coniunctionis [Mysterium Coniunctionis]*. Moscow: Refl-buk; Kiev: Vakler [in Russian].
17. *Claud Bald: Indian Tea. A Textbook on the Culture and Manufacture of Tea. Fifth Edition*. Thoroughly Revised and Partly Rewritten by C. J. Harrison. – Calcutta: Thacker, Spink & Co., 1940 (first edition, 1933).
18. Chow, K., & Kramer, I. (1990). *All the Tea in China, China Books & Periodicals Inc. References are to Czech translation by Michal Synek: Všechny čaje Číny*. DharmaGaia Praha.
19. *Legends of Yerba Mate*. Retrieved from: <http://guayaki.com/mate/1894/Legends-of-Yerba-Mate.html>

Іван Сергійович Гром

Аспірант

Класичний приватний університет

69002, м. Запоріжжя, вул. Жуковського, 70-б

Email: : grom.ivan.liko@gmail.com**Ivan Hrom**

Postgraduate

Classical private university

70-b, Zhukovsky Str., Zaporozhye, 69002, Ukraine

Цитування: Гром І. С. Чинники поширення чайної субкультури в різних суспільствах / І. С. Гром // Науково-теоретичний альманах «Грані». – 2019. – Т. 22. – № 4. – С. 45-53.

Citation: Hrom, I.S. (2019). *Chynnyky poshyrennia chainoi subkultury v riznykh suspilstvakh [Factors of extension of tea subculture in different societies]*. *Scientific and theoretical almanac «Grani», 22 (4)*, 45-53.

Стаття надійшла / Article arrived: 08.03.2019

Схвалено до друку / Accepted: 11.04.2019