

Евгения Гуляева

Что делает ресторан этническим? (на примере армянских ресторанов в Санкт-Петербурге)¹

На примере ресторанов армянской кухни в Санкт-Петербурге исследуются вопросы о том, что делает этнический ресторан этническим, что можно узнать об этничности, исследуя ресторан национальной кухни, насколько образ армянской кухни, представляемый в армянских ресторанах, соответствует рассказам информантов-армян. Делается вывод, что состав меню этих ресторанов отражает внутригрупповой взгляд на армянскую кухню. Репрезентация этничности достигается прежде всего дискурсивными способами. Ни владельцы, ни персонал, ни посетители соответствующей этнической группы, ни стилистика интерьера и музыки не являются обязательными условиями для признания ресторана этническим. Однако их наличие учитывается при вынесении суждений о его аутентичности / неаутентичности. При этом информанты-армяне вопрос об аутентичности ресторанов не ставят, эта категория для них не актуальна.

Ключевые слова: армяне, этничность, этнические рестораны, национальная кухня, аутентичность, Санкт-Петербург.

Этнический ресторан (или ресторан национальной кухни)² — благодарный объект исследования, позволяющий изучать функционирование этнической идентичности в современной мультикультурной городской среде, поскольку он является местом, которое актуализирует этничность обывателя, где можно зафиксировать инструментальное отношение людей к «своей» и «чужой» этничности уже потому, что ресторан национальной кухни — пример «эмной» категории, включающей понятие «этнического».

Что же делает этнический ресторан этническим? И что можно узнать об этничности, исследуя ресторан национальной кухни? Какие подходы к изучению этнических ресторанов применялись? И какие рестораны представлены в России? Вот круг вопросов, ответы на которые я постараюсь обозначить в первой части этой статьи.

Изначально мое внимание к ресторанам национальной кухни было связано с тем, что меня заинтересовали армянские рестораны, поскольку я изучала представления об армянской кухне в рассказах армян Санкт-

Евгения Юрьевна Гуляева
Российский
этнографический музей,
Санкт-Петербург
guliaevaevgenia@list.ru

¹ Выражаю благодарность своим коллегам Игбалу Абилову, Дмитрию Баранову, Евгении Захаровой и Эвию Оганнисян за помощь при написании статьи.

² В данной работе я понимаю термины «этнический ресторан» и «ресторан национальной кухни» как синонимы, также не делаю разницы между терминами «кафе» и «ресторан», поскольку граница между ними в настоящее время для большинства обывателей стерта.

Петербурга [Гуляева 2012; 2013]. Перефразируя слова Р. Брубейкера в контексте моего исследования, я не задавалась вопросом, что такое национальная кухня, а спрашивала, каким образом работает это понятие как категория практики, как выражение, бытующее в языке [Брубейкер 2010: 111]. В этом смысле армянский ресторан — один из способов «бытования» понятия «национальная кухня», место ее репрезентации, существующее наряду с рассказами информантов, кулинарными книгами, публицистикой и т.п. Меня интересовало, как в армянском ресторане создается «армянскость». Насколько ресторанный образ армянской кухни похож на то, как о ней рассказывают информанты-армяне? Ответам на эти вопросы посвящена вторая часть статьи.

Основными материалами для исследования послужили наблюдения в этнических кафе и ресторанах Санкт-Петербурга, сведения о них в периодической печати, на их собственных и других сайтах, размещенные в интернете отзывы посетителей, наконец, интервью, прежде всего с армянами Санкт-Петербурга¹, а также с друзьями и знакомыми о причинах их похода в рестораны национальной кухни, о выборе там блюд, с сотрудниками и владельцами некоторых этнических кафе. Следует оговориться, что вопросы о том, на какие категории делятся посетители этнических ресторанов, куда и почему они ходят, остаются за рамками данной работы, поскольку исследование с самого начала было ориентировано на анализ представлений армян об армянской кухне.

Этнические рестораны как объект исследования

Этнические рестораны, как правило, представляли интерес в качестве классических примеров этнической экономики², поэтому их изучением в первую очередь занимались исследователи менеджмента и рынка. В фокусе внимания преимущественно оказывались характеристики такого бизнеса (в основ-

¹ Большинство из моих 30 информантов-армян — это люди 40–55 лет, приехавшие в Санкт-Петербург работать или учиться в конце 1980-х, 1990-е, 2000-е гг., среди них преобладают выходцы из Армении, но есть также те, кто приехал из Грузии, Азербайджана, Абхазии.

² Принято выделять три критерия этнической экономики: самозанятость представителей какой-то этнической группы, предпринимателей этой группы и персонал этой группы (некоторые исследователи считают, что достаточно одного параметра) [Strüder 2003: 6]. Я не буду подробно останавливаться на дискуссиях по поводу критики этой исследовательской рамки (см. об этом: [Бредникова, Паченков 1999; Воронков 2000; Fong, Ooka 2000: 3–5; Strüder 2003: 5–11]). Однако отмечу, что оппоненты этого подхода чаще всего подчеркивают, что «этническая замкнутость» оказывается следствием отсутствия финансовой возможности привлекать работников со стороны. Иными словами, представители своей этнической группы попадают на работу, так как они члены семьи, а представители другой группы не попадают, так как нет финансовых возможностей их принять. Таким образом, критерием приема на работу является экономическая рациональность, а не этничность. Кроме того, не ясно, кто определяет этничность этих людей [Бредникова, Паченков 1999].

ном малого и семейного), конкурентные преимущества и его воздействие на экономику в целом. Примером работы этого направления может считаться статья Пола Стриккланда о предполагаемом влиянии религии, межэтнических связей, брачных отношений и семейной поддержки на ведение бизнеса во вьетнамских ресторанах в г. Виктория (Австралия) [Strickland 2013: 491, 492, 495].

Более близкая для антропологов теоретическая рамка для изучения этнических ресторанов заимствовалась из области постколониальных исследований. Ресторан национальной кухни рассматривался как гибридное явление [Bhabha 2003: 209], появившееся в результате эксплуатации образа «другого» при взаимодействии конкретных этнических культур и стандартизированных способов ведения бизнеса по «западным образцам». Дж.Г. Молц в исследовании о тайских ресторанах в Далласе показывает, что таким инструментом использования «другого» оказываются суждения об аутентичности, являющейся всегда оценочной категорией. Владельцы тайских ресторанов ориентируются на американское восприятие тайской культуры (или, точнее, на свое представление о представлении американцев о тайской культуре), а не на тайское виденье [Molz 2004: 57].

В эссе о кулинарной аутентичности А. Аппадурай одним из первых обратил внимание на то, что содержание кажущегося простым понятия «аутентичности» как своего рода нормы сложно «ухватить». Исследователь поставил вопросы о том, где аутентичность локализуется и кто имеет право о ней судить. Он предлагает не использовать это понятие, поскольку невозможно установить критерии аутентичности постоянно меняющихся традиций. По его мнению, такой вневременной взгляд на исторические процессы ложен [Appadurai 1986: 25].

Для Дж. Молц ближе другая позиция, где предлагается рассматривать аутентичность как субъективно определяемое качество, о котором договариваются и конструируют его, о котором обусловлено определенным социальным контекстом [Molz 2004: 55]. В то время как аутентичность является порождением западной модерности, клиенты этнических ресторанов приписывают ее практикам представителей конкретных этнических групп в странах их исторического проживания и судят об этих практиках по опыту путешествий, медийным образам, сравнению нескольких ресторанов, этничности владельцев и персонала [Molz 2004: 72].

Практика посещения этнического ресторана, безусловно, связана с самоидентификацией: посетитель косвенно напоминает себе о том, чем является его кухня. Дж. МакКлинси сравнил этот процесс с тем, как каннибалы поедают чужака ради усиле-

ния собственной групповой идентичности [MacClancy 1992: 204] (цит. по: [Molz 2004: 66]). Ужин вне дома, начавшись как открытие «другого», оказывается переосмыслением и укреплением «себя», что сближает эту практику с туризмом¹ (накладываются такие же оппозиции: «мы — они» и «здесь — там» [Turgeon, Pastinelli 2002: 251]). Не случайно рассказы посетителей этнических ресторанов похожи на рассказы туристов о путешествиях в поисках разнообразия и аутентичности [Turgeon, Pastinelli 2002: 259–260]. Причем для посетителей той этнической группы, чью кухню ресторан предлагает, это тоже путешествие, но домой. Многие из них воспринимают ресторанную еду как часть своего собственного наследия [Lew 2013].

Этнический ресторан — это не только результат, но еще и место публичного взаимодействия представителей разных групп. В определенном смысле это промежуточное пространство: не там и не совсем здесь. Его можно разделить на публичное и приватное (зал и кухню соответственно). Таким образом, в отношении ресторанов можно использовать восходящую к И. Гофману метафору сцены. Это позволяет смотреть на них как на место для презентации этничности и аутентичности [Molz 2004: 55].

Еще одна парадигма, в рамках которой могут быть рассмотрены этнические рестораны, — изучение национализма. Р. Уилк в статье о «настоящей белизской кухне» касается вопроса о появлении и распространении белизских ресторанов. Первый из них был открыт в Нью-Йорке, следующий — в Лос-Анджелесе. По сути, концепция белизской кухни была изобретена за пределами Белиза [Wilk 1999: 253, note 2]. И очевидно, существование в США других этнических ресторанов спровоцировало появление там белизского. В самом Белизе первый белизский ресторан появился позже. Его открыла супружеская пара репатриантов из США. Состав блюд был сходным с меню многих других заведений общественного питания в Белизе, но первые предлагаемые блюда репрезентировались в качестве «национальных». В течение последующих двух лет рестораны белизской кухни стали широко распространенным явлением в стране [Wilk 1999: 246, 253, note 2]. Можно говорить о том, что категория «белизские рестораны» возникла благодаря понятию «национальная кухня». А оно, в свою очередь, является продолжением понятия «национальная культура», обязанного

¹ Рядом исследователей был предложен термин *кулинарный туризм* (culinary tourism) — практика употребления пищи «другого» и восприятия ее как его репрезентации (не следует путать с *гастрономическим туризмом*). Оставаясь дома, человек получает возможность безопасного пересечения культурных и политических границ и включения этой практики в свою повседневность [Turgeon, Pastinelli 2002: 247; Molz 2004: 57].

своим существованием «спонтанному группистскому языку», т.е. привычке «говорить в неопределенной форме о “румынах” или “венграх”, как если бы они и вправду были внутренне гомогенными и внешне ограниченными группами» [Брубейкер 2010: 99].

В разных частях света число этнических ресторанов неуклонно растет [Turgeon, Pastinelli 2002: 254; Strickland 2013: 483]. Вероятно, это можно объяснить не только процессами национального строительства, но и сдвигом в способах этнической идентификации на индивидуальном уровне вследствие изменения потребительских характеристик общества, расширения рынка, глобализации, массовых миграций и туризма. Если раньше этничность была преимущественно аскриптивной категорией, то сейчас в условиях мультикультурализма люди могут не только выбирать, в какой степени идентифицировать себя со своей культурной группой, но и делать ли это в принципе. В целом, большинство предпочитает продолжать соотносить себя с той или иной этнической группой, самостоятельно определяя, как и когда осуществлять этническую презентацию. Возможность отбора средств выражения этничности способствует ее коммерциализации и превращению в товар [Halter 2002: 194]. А это, в свою очередь, и вызывает вопросы о том, насколько такие проявления этничности будут «аутентичными».

Российский контекст

Количество ресторанов, в частности этнических, в России неуклонно увеличивалось, по крайней мере, до недавнего ухудшения общей экономической ситуации в стране. Это соответствовало глобальной тенденции. Среди учтенных сайтом «Афиша» ресторанов на 1 июля 2014 г. в Москве и Санкт-Петербурге преобладали предприятия, предлагавшие русскую, итальянскую и японскую кухни. На четвертом и пятом местах были заведения, предлагавшие американскую¹ и грузинскую кухни, на шестом, седьмом и восьмом — узбекскую, азербайджанскую и китайскую. На девятом месте находились рестораны французской кухни. Армянская кулинария в Санкт-Петербурге была на десятом месте, в Москве — на тринадцатом².

В большинстве городов-миллионников России картина похожа: русская, итальянская и японская кухни в разном порядке находятся в первой тройке среди наиболее часто предлагаемых. Дальнейший порядок различается, но практически везде

¹ В России американская кухня, по сути, является синонимом фастфуда.

² <<http://www.afisha.ru/spb/restaurants/>>.

грузинских ресторанов больше, чем армянских, узбекских — чем французских, американских — чем китайских¹.

Надо заметить, что на сайте «Афиши» классификация ресторанов была сделана «по кухне», а не по «этнической кухне». Рестораны национальной кухни преобладали, но наряду с ними были указаны рыбные, вегетарианские, паназийские, средиземноморские и предлагающие стейки, пельмени, хачапури, вок² и т.п. В данном случае работает принцип гомогенизации различий, ставящий в один ряд мексиканскую, рыбную, азиатскую и другие кухни³.

Рестораны, специализирующиеся на каком-то кулинарном направлении, редко предлагают только его, о чем свидетельствуют аннотации. Среди них преобладают примерно такие: «русская и восточная», «европейская и японская», «средиземноморская и кавказская» и т.п. Л. Турджен и М. Пастинелли отметили, что число «интернациональных» ресторанов растет, что усиливает тенденцию выстраивания идентичности через определение «другого» (а не через подчеркивание «своего»). [Turgeon, Pastinelli 2002: 263].

Заведения общественного питания сильно отличаются друг о друга, даже если не принимать во внимание существование различных экономических категорий (ресторанов высокой кухни, быстрого обслуживания и т.п.). Но для всех фоновой кухней является «русская». Она оценивается так скорее извне сообщества. Для «своих» эта «русская» часто обозначается как «европейская», иногда как «местная» или «советская». Так, по поисковой системе Zoon из 52 ресторанов, предлагавших армянскую кухню, 41 анонсировали еще и европейскую кухню⁴ и только 20 — русскую [Рестораны армянской кухни].

Кухни титульных народов советских республик Кавказа и Средней Азии можно рассматривать в контексте колониальных отношений. Они обладают сложившейся в советское время (а отчасти и раньше) репутацией «восточной», «экзотичной», «вкусной», «пряной» (особенно грузинская и узбекская), но при этом уже знакомой и отчасти «своей».

¹ <<http://www.afisha.ru/spb/restaurants/>>.

² Очевидно, что пиццерии, хинкальные, суши и некоторые другие заведения корреспондируют в массовом сознании с конкретными этническими группами, и в этом смысле их нельзя назвать «этнически нейтральными».

³ Б. Ридингс отметил суть этого принципа, его «логика, превращающая самобытность в одно из имен различия, без разбора помещаемое в ряд других (из страха исключения), дает самобытное право голоса лишь при условии признания себя одним из множества <...> идея самобытности — лишь одна из жертв гомогенизации, осуществляемой подобными списками. Мультикультурализм неизбежно гомогенизирует любые различия как одинаково отклоняющиеся от нормы» [Ридингс 2010: 181, 182].

⁴ Интересно, что в Ереване такая кухня чаще анонсируется как «восточно-европейская».

В появлении среднеазиатских и кавказских предприятий не последнюю роль играет также наличие значительного числа приезжих из соответствующих регионов¹. Спрос на предприятия общественного питания выходцы с Кавказа и из Средней Азии удовлетворяют удобным для себя способом, предлагая свою кухню. Кроме того, этнические кафе могут отвечать и на спрос в среде мигрантов и, таким образом, составлять часть мигрантской инфраструктуры.

Рестораны кавказской кухни

Рестораны армянской кухни и владельцами, и посетителями чаще всего соотносятся с категорией ресторанов кавказской кухни, поэтому остановлюсь на последней подробнее.

В кавказском ресторане могут как подавать блюда разных народов Кавказа, так и предлагать какую-то одну кухню в качестве основной, но описывать ресторан именно как кавказский. Например, азербайджанский по владельцам, персоналу, названию, составу блюд ресторан «Апшерон» на первой странице меню анонсирует кавказские и европейские блюда, приготовленные лучшими поварами из Баку [ПМА СПб: Дневник 2.09.2015]. Очевидно, что определение «кавказские», выступая в качестве своеобразного «зонтичного термина», призвано сориентировать несведущих в азербайджанской кухне посетителей.

Грузинская кухня как наиболее известная чаще других бывает ведущей в кавказских ресторанах, да и собственно грузинских ресторанов значительно больше, чем ресторанов, предлагающих кухню других народов Кавказа. Владельцы армянских и азербайджанских кафе (да и многих других не грузинских), предлагая грузинские блюда, безусловно, рассчитывают на привлечение более широкой аудитории.

Я ожидала, что азербайджанских и армянских ресторанов будет примерно поровну, но оказалось, что азербайджанских ресторанов почти в два раза больше². Чем можно объяснить такой высокий уровень предложения азербайджанской кухни в ресторанном сегменте рынка?³

Совершенно точно, это нельзя связать с численным преобладанием азербайджанского населения над армянским, поскольку

¹ Интересно, что прямой корреляции между долей тех или иных ресторанов и числом мигрантов из соответствующих регионов нет [Turgeon, Pastinelli 2002: 254].

² В 2014 г., по данным «Афиши», ресторанов грузинской кухни в Санкт-Петербурге было 254, азербайджанской — 92, армянской — 49 <<http://www.afisha.ru/spb/restaurants/>>.

³ Не думаю, что армян меньше в ресторанном бизнесе, но точно меньше в секторе, предлагающем свою национальную кухню.

ку армян в России, в частности в Санкт-Петербурге и Москве, даже больше, чем азербайджанцев.

Возможно, сказывается наличие в Азербайджане института чайханы, игравшего и до сих пор играющего роль своеобразных мужских клубов. Иными словами, в Азербайджане существует своя культурная основа для развития ресторанного бизнеса, поскольку чайхана предполагает как наличие определенного публичного пространства, так и привычность самого занятия — содержания чайханы. В пользу этой версии говорит и то, что азербайджанские рестораны остаются преимущественно мужским пространством и обслуживание, как правило, производят официанты-мужчины. Можно также предположить, что отсутствие местного традиционного алкоголя в Азербайджане сказалось на большем внимании к еде.

Говорить о существовании в Армении явления, подобного азербайджанской чайхане, сложно. И не потому, что самым употребительным напитком в Армении является заварной кофе, а потому что такого типа заведений, особенно в провинции, мало. В Ереване, конечно, существует огромное число кафе и ресторанов, но это больше связано с глобальными тенденциями развития ресторанного бизнеса.

Контраргументом могла бы быть версия о восхождении генеалогии азербайджанских ресторанов к городским и придорожным духанам (лавка, магазин, трактир от араб. *dukan* ‘лавка’) и караван-сараям (постоялый двор от перс. *kārwān* ‘караван’ и *serāi* ‘дворец’) Кавказа, в своей основе имеющим городскую культуру всего Переднего Востока (собственно, и чайхану можно считать частью этой традиции). Но эта гипотеза предполагает, что у армян должны были бы сложиться сходные или даже более выигрышные условия для развития ресторанного бизнеса, поскольку армяне, исторически составлявшие значительную часть горожан Кавказа, нередко «держали» в своих руках торговлю, ремесленные производства и сферу услуг.

Кроме того, если чайханы — это актуальное настоящее и недавнее прошлое, то караван-сарай скорее нет. И поэтому неясно, насколько правомерно связывать их с реалиями, существующими сейчас. Например, А. Кесимоглу, описывая практику посещения кафе в Стамбуле, приходит к выводу, что кафе — городское современное пространство, которое хотя и ассоциируется у многих с традиционными кофейнями *kahvehane*, но скорее пришло им на смену (о чем свидетельствует и использование термина «кафе», а не «kahvehane»). То, что кафе воспринимается как аутентичное и традиционное явление, на взгляд исследовательницы, говорит о гибридном характере современности [Kesimoglu 2015: 6–7]. Точно так же, возможно,

следует относиться и к азербайджанским кафе и ресторанам — явлению скорее недавнего прошлого, но становящемуся легитимным благодаря отсылкам к духанам и караван-сараям.

Нельзя также не учитывать, что в случае ресторанов национальной кухни импульс развития нередко идет из диаспоры, как в описанном выше белизском примере. Возможно, рестораны стали бизнесом, сопутствующим занятию мигрантов-азербайджанцев в нише розничной торговли овощами и фруктами на рынках крупных городов России в 1990-е и 2000-е гг.

Все эти предположения требуют проведения дополнительного исследования, что не входит в задачи данной работы. Поэтому в качестве предварительного итога можно лишь утверждать, что в азербайджанской среде сложились условия для развития ресторанного дела. На это указывают, в частности, наблюдения Е. Варшавера и А. Рочевой. Исследователи выделили «азербайджанский бизнес» в качестве одного из четырех идеальных типов сообществ, возникающих в этнических кафе Москвы¹:

Кафе и рестораны — это одна из важных ниш, в рамках которой предприниматели из Азербайджана ведут дела, и такие рестораны разного уровня довольно равномерно распределены по Москве, логично предположить <...>, что их совокупность является пространственной основой функционирования данного сообщества. Администратор одного из ресторанов, которым владеет уроженец Азербайджана, рассказала, что каждый вечер в кафе собираются азербайджанские бизнесмены, но конкретный их набор изо дня в день меняется. Этот паттерн воспроизводился от одного кафе к другому. <...> И формат заведений будет схожий: барная стойка, над ней белые часы, сигаретный дым, азербайджанская еда [Варшавер, Рочева 2014: 111].

В описании Е. Варшавером и А. Рочевой формата азербайджанских кафе кажется интересным то, что маркеры этнического фактически сводятся к еде. Возможно, это объясняет то, что наличие значительного числа азербайджанских ресторанов не очень заметно в городском пространстве Санкт-Петербурга.

Если рассуждать об азербайджанской кухне в России, то, видимо, можно говорить о том, что в сознании рестораторов и посетителей она легче и лучше сочетается с популярными узбекской и восточной, соответственно ее предлагают чаще. Влияет, вероятно, еще и конфессиональный аспект: азербайджанское в качестве мусульманского тоже ассоциируется с Востоком. Так, уже упоминавшийся ресторан «Апшерон» на фасаде над окнами на козырьках имеет, помимо прочего, надписи «кав-

¹ Наряду с «земляческими», «исламскими» и «сообществами шаговой доступности» [Варшавер, Рочева 2014: 109–111].

казская кухня» и «восточная кухня» [ПМА СПб: Дневник 2.09.2015], а над рестораном «Кувшин» расположена крупная вывеска «Восточная кухня», а уже на дверях — более мелкая «Азербайджанская кухня» (кстати, в нем предлагают блюда узбекской кухни) [ПМА СПб: Дневник 6.06.16].

При всей сложности армяно-азербайджанских отношений есть рестораны, в которых предлагают и азербайджанскую, и армянскую кухни. Интересно, что в них дискурсы «этнических различий» и «культурного плагиата», становящиеся особенно острыми в вопросах конструирования национального, нивелированы. Один мой информант-армянин, имевший опыт работы на предприятиях общественного питания, заявил, что рестораны армянской, азербайджанской и грузинской кухни отличаются только названиями [ПМА СПб: Интервью 10: муж., 50, сотрудник торгового комплекса, приехал из Тбилиси в 1980-е гг.], т.е. по предлагаемому ассортименту блюд они похожи. Не случайно в интервью регулярно появляется оценка меню азербайджанских и армянских ресторанов как «общекавказских». Другой армянин (повар армянского ресторана) сказал, что он в Санкт-Петербурге первоначально работал в азербайджанском ресторане:

На Луначарском «Чинар»... ресторан открыли... туда пригласили. Я думал, что там армянский, а там азербайджанский. Там хозяин азербайджанец, но меня пригласил армянин, а потом сюда... [ПМА СПб: Интервью 11: муж., 50, повар, приехал из Еревана в 1990-е гг.].

В ресторане «Апшерон» шеф-повар включила в меню армянский, по ее словам, *жангялов хац*¹, пояснив, правда, что это тот же азербайджанский *кутаб*, но больший по размеру и с начинкой только из зелени. В винной карте ресторана присутствовали гранатовое и ежевичное вино из Армении (наряду с французскими, чилийскими, азербайджанскими, грузинскими и другими винами) [ПМА СПб: Дневник 2.09.2015: жен., 40, повар, приехала из Азербайджана в 2000-е гг.]. Таким образом, карабахский конфликт и негативное отношение азербайджанцев к армянам и армян к азербайджанцам в рамках националистического дискурса в ресторанном бизнесе не артикулируется.

По количеству армянские предприятия общественного питания среди кавказских занимают третье место. Рестораны абхазской и дагестанской кухни в пространстве Санкт-Петербурга единич-

¹ *Жангялов хац* — визитная карточка кухни карабахских армян. К сожалению, неясно, является ли включение этого блюда в меню случайностью или сознательным желанием продемонстрировать территориальную целостность Азербайджана. Последнее может быть похоже на включение данных о численности армянского населения неподконтрольных азербайджанскому правительству территорий Нагорно-Карабахской Республики в официальную статистику Азербайджана.

ны, осетинская кухня представлена службами доставки осетинских пирогов, часто совмещающими еще и доставку пиццы, русских пирогов и суши. Кафе других народов Кавказа, по моим сведениям, в Санкт-Петербурге нет. Впрочем, очевидно, что кухня более малочисленных народов Кавказа вполне может предлагаться в рамках кавказской или кухни доминирующего в регионе их исторического проживания этнического большинства.

Какие рестораны Санкт-Петербурга можно считать армянскими?

До определенного момента существование этнических ресторанов было для меня само собой разумеющимся явлением. Благодаря посвященным им исследованиям они стали феноменом, зафиксированным эмпирически. Однако определения этнических ресторанов, которые я нашла, были исключительно рабочими. Одно из них подразумевало тот ресторан, вывеска или объявление которого предлагали национальную или региональную кухню другой страны [Turgeon, Pastinelli 2002: 252]. Недостатком этого определения является то, что исключаются рестораны такого типа, как ресторан русской кухни в России или французской — во Франции. Другое определение предлагало считать этническим предприятие, производящее и продающее еду, географически, исторически или этнически связанную с культурой, считающейся отличной как ее представителями, так и остальными [Strickland 2013: 484], что указывает на диалогическую природу этнической идентификации. Наконец, третье, более узкое определение дали Е.А. Варшавер и А.Л. Рочева. В рамках их проекта они признавали кафе этническим «в случае удовлетворения трех условий: наличие блюд национальной кухни; присутствие среди посетителей представителей видимых меньшинств (как минимум, по отдельным событиям или с некоторой регулярностью); видимые меньшинства должны быть и среди работников кафе» [Варшавер, Рочева 2014: 108]. Последние два условия сближают это определение с критериями, предъявляемыми для выделения этнической экономики.

Учитывая вышесказанное, я обратилась к информации о ресторанах Санкт-Петербурга, но не смогла ответить на вопрос, какие из них являются армянскими? На разных поисковых сайтах в раздел «армянская кухня» попадает от 15 до 52 предприятий. Большинство из них предлагает несколько кулинарных направлений. Не всегда ясно, кто владеет этими ресторанами и кафе, кто там работает и кто их посещает. Я бы могла сказать, что армянскими ресторанами являются те, которые считаются таковыми моими информантами, но суждений по этому поводу в интервью с армянами было слишком мало, и необходимости рефлексировать на эту тему у них обычно нет

в силу фонового характера последней. Не армяне же, как правило, ориентируются на официальную репрезентацию кафе. Постановка этого вопроса отчасти похожа на поиски «аутентичных» ресторанов, но мне не столько нужно было оценить степень их «настоящести», сколько, определив критерии, отобрать данные для сопоставления с материалами интервью.

Я решила выбрать в первую очередь те рестораны, которые предлагают армянскую кухню в качестве основной при дополнительных «русской», и/или «европейской», и/или «кавказской», и/или «грузинской», и/или «восточной». Мне представляется, что упоминание перечисленных кухонь является следствием нахождения в России, поскольку они для армянских ресторанов являются «фоновыми».

Другим критерием было название ресторана. Подавляющее большинство из них никак не указывало на то, что там может предлагаться армянская кухня (например, «Бахрома», «Джаз-френия», «Ибо», «Как раньше», «Кон-Коронель», «Привал охотника», «У медведя» и т.п.). Поэтому я решила отобрать те рестораны, название которых могло бы прочитываться как армянское с точки зрения большинства российских армян. Ресторан «Абрикос» подходил под эти условия, поскольку одноименный фрукт воспринимается как один из символов Армении. А такие рестораны, как «Ели-Пили» и «Любимый Хабиб»¹ со значительной «армянской составляющей» в меню, продуктами из Армении, армянскими хозяевами — нет. Таким образом, первоначальный список армянских ресторанов сократился на две трети.

А. Тадевосян в исследовании, посвященном повседневному практикам армянских мигрантов, пишет, что армянские рестораны и кафе одновременно служат двум целям: объединяют мигрантов и репрезентируют их в принимающем сообществе посредством еды [Tadevosyan 2014: 56]. В работе А.А. Пустарнаковой, посвященной репрезентации этнически «других» в городском пространстве Самары, упомянутые две функции становятся основанием для разделения ресторанов на две группы: «для этнически своих» (прежде всего мигрантов) и «для этнически других». В первой группе «этническая “дружба” не репрезентируется для достижения экономических целей» [Пустарнакова 2008]. Такие заведения, как правило, находятся на окраинах или в отдаленных городских пространствах и привлекательны благодаря кухне и кругу общения. Во второй этническое «иное» превращается в товар и в городском пространстве визуализируется присутствие «других» [Пустарнакова 2008]. Полагаю, ресторан не всегда можно однозначно отнести к той или

¹ Хабиб — ‘любимый’ (арабск.).

иной категории. Е.А. Варшавер и А.Л. Рочева вообще приходят к выводу, что сообщества в этнических кафе не собираются по этническому принципу [Варшавер, Рочева 2014: 109]. Однако чем больше ресторан ориентирован на «внешнего» посетителя, тем больше задействуется маркеров этнического. Если ресторан больше ориентирован на «своего», то становятся менее значимыми последовательность в составе меню, интерьер, одежда официантов. Такие предприятия точнее будет рассматривать как кафе, которыми владеют армяне, и / или где повар — армянин, и поэтому там предлагают армянские блюда наряду с теми, которые армянскими не считаются.

Нельзя не принимать во внимание еще и экономическую составляющую в разделении ресторанов на эти две категории: «для своих» и «для чужих». Очевидно, что владельцы дорогого ресторана имеют возможность более тщательно продумывать соответствие состава меню заявленной кухне, обращаться к профессиональным художникам для создания «этнически окрашенного» интерьера, заказывать «подходящие» столовые приборы, форму официантов и т.п. На долю дешевых ресторанов остаются название, кухня и привлечение в ряды постоянных клиентов родственников, друзей и земляков. В фокус внимания данного исследования попали рестораны с разной ценовой политикой.

В итоге были выбраны пять ресторанов для личного посещения и анализа меню («Амроц на Невском», «Эривань», «Киликия», «Арарат», «У Гагика» — перечислены в порядке от более дорогих к более дешевым). Я также привлекла материалы по московскому ресторану “Gayane’s”, владелица которого активно популяризирует армянскую кухню на телевидении, участвуя в различных шоу.

Состав меню

Репрезентация армянской кухни — одна из задач, которую ставят перед собой рестораторы и повара. Целевой аудиторией при этом являются не только «другие», но и «свой»:

Наши армяне, которые не были бы долго в Армении... хотели, чтобы они знали, что у нас было что-то свое. Действительно... И правда, они удивляются, как мы смогли это сделать... [ПМА СПб: Интервью 2: муж., 50, повар, приехал из Еревана в 2000-е гг.]

Представления о традиционности национальной кухни влияют на то, что повара одновременно и опираются на традицию, и отталкиваются от нее. В одних случаях к «знаменитым армянским блюдам» добавляют авторские, «но с армянским наклоном» [ПМА СПб: Интервью 11: муж., 50, повар, приехал из Еревана в 1990-е гг.]. В других случаях происходит «нарушение» традиции:

Саркисян: Зато это, может, первый армянский ресторан хоть с какой-то философией и концепцией.

Мунипов: А какая концепция? Чем он отличается от других?

Нахапетян: Тем, что нарушает традиции. <...> Или тартар. У армян нет такого блюда. У нас в меню оно называется «Украденная долма» — Жирик рассказывал, что в детстве, когда мама готовила долму, он крал фарш прямо из мясорубки и ел его. <...>

Гукасян: Мне как раз про это блюдо из “Dolmata” рассказывали — про долму, которую не варят. Я даже не сразу поняла, что это просто тартар, который завернули в листики винограда и подсунили очень консервативным людям под видом долмы. Конечно, никто в Армении в жизни бы не стал есть сырое мясо просто так [Инспекция 2014].

Наконец, возможно также восстановление / изобретение традиции:

Очевидно старое возродил в европейском стиле, в новом стиле для того, чтобы... Одним словом, то, что было забыто, восстановили... Лучшее — это забытое старое...

<...>

Армения же была от моря до моря. У нас огромное количество блюд, которые именно из морской рыбы, но поскольку сейчас моря нет, это сложно готовить. <...> Да, у нас было, это было традиционное для нас. <...> Толма с мидиями. Да, <...> поскольку я думаю, что у нас было море... Поскольку это мидия уже был и тогда <...> Да, это просто я так думаю, что можно... раньше так сделали... <...> почему индейцев это, китайцев есть, а у нас почему [нет]? Если у нас это было море, почему у нас нету? Если у нас было море, значит, у нас это было... таким образом, это исчезло, но было. А чем же питались воины, воины, например, да? [ПМА СПб: Интервью 2: муж., 50, повар, приехал из Еревана в 2000-е гг.]

Структура меню в армянских ресторанах «классическая» (от холодных закусок и салатов до десерта и винной карты), но дополнительно везде, как и во многих других кавказских заведениях, были включены разделы: «блюда, приготовленные на углях» (шашлыки, *люля-кебаб*, овощи и др.) и «приготовленные в печи *тандыр*» (от лаваша до запеченного барашка).

Следует заметить, что общая доля «армянских» кушаний составляет как минимум половину¹. Блюда, упоминаемые информантами наиболее часто, присутствуют во всех меню, при-

¹ Материалы интервью давали общие ориентиры для анализа меню, и условным эталоном стала кухня армян из Армении. Таковой она выступала для большинства моих собеседников, а также для меня было очевидно, что культурная и языковая преемственность в их среде выше, чем в среде армян любой диаспоры.

чем как праздничные (шашлык, *толма*), так и повседневные (*спас*, суп из *авелука*, яичница с помидорами и т.п.). В этом смысле ресторанные меню позволяют составить представление, близкое к тому, что создается из обобщения слов информантов. Можно даже говорить об инварианте армянского меню. Но очевидно, что информанты никогда не упоминают блюда в порядке, соответствующем структуре меню.

Что касается содержания разделов, то оно не стандартизировано. Не все блюда, которые есть в одних ресторанах, готовят в других (*тарони* [Эривань]); одно и то же блюдо может в одних ресторанах быть среди основных блюд, в других среди горячих закусок (*толма* [Киликия; Gayane's]). Или в одних будет называться *аришта*, а в других — *вермишель по-армянски*¹ [Амроц; Gayane's]. Не везде широко употребляемое название супа *пити* (используемое в том числе азербайджанцами) [Арапат; Киликия] будет заменяться на «более армянское» *путук* [Gayane's]. Где-то название блюда на русском языке транслитерируется одним образом, а где-то другим (*хаурма* [Амроц] и *кавурма* [Киликия]). Интересно отметить, что в меню, в отличие от армянских кулинарных книг, не избегают слов *кебаб*, *кюфта*, *каурма* и *хашлама* (см., например, [Эривань; Киликия]), напротив, *тыал* (*каурма*) и *кололак* (*кюфта*) не встретились ни разу. Видимо, рестораны по сравнению с кулинарными книгами более точно отражают и транслируют обыденные знания армян (как домохозяек, так и поваров).

Наименование и описание блюд — главные инструменты, заставляющие их идентифицировать в качестве «армянских». Перед рестораторами всегда стоит дилемма, как назвать блюдо, например *лобхашу* [Амроц] или *суп из фасоли* [Эривань]. Для «внешнего» посетителя одно название более «аутентично», а другое более понятно. При этом блюда, не имеющие эквивалентов в русской кухне (русском языке или «международной» кулинарной терминологии), сохраняют свои армянские названия (*спас*, *мацун*, *тжвжжик*). Помимо использования эпитета «армянский», можно обозначить четыре наиболее типичные дискурсивные стратегии, «национализирующие» состав кушаний.

Первая предполагает использование армянского названия, причем как простого перевода (*лезу* — ‘язык’, *сунк* — ‘гриб’, *лоби* — ‘фасоль’), так и придуманных, например «Тигран Мец» («Тигран Великий») для салата типа «цезарь» [Амроц], «Им Гюх» («моя деревня») для салата из помидоров, огурцов, болгарских перцев, красного лука и зелени [Gayane's].

¹ Слово *аришта* на русский язык чаще переводят как 'лапша'.

Вторая стратегия, характерная и для кулинарных книг, — использование географических названий: *грибы по-дилижански* [Эривань], *ячница по-эчмиадзински*, *бозбаш ереванский* [Амроц], *салат «Севан»* [Gayane's]. При этом в меню рассматриваемых ресторанов преимущественно используются топонимы современной Армении (включая Карабах), а не исторической¹ (допускаю, что в других ресторанах исторических отсылок больше). Из последних упоминаются г. Ван (и Васпуракан — область исторической Армении, центром которой является г. Ван) и Киликия (но последняя только в ресторане Киликия). Встретились по одному блюду «по-мушки» и «по-карски». Географические названия часто служат именами ресторанов: «Ани», «Киликия», «Эребуни», «Эривань»². Часть из них связана еще и с представлениями о ключевых точках армянской истории. Здесь сконструированная история пересекается с воображаемой географией.

Эпитет «армянский» может рассматриваться не только как этнический, но и как географический. Особенно в случае, когда подчеркивается происхождение продуктов из Армении и то, что приготовлено, важнее того, как приготовлено (например, *фасоль зеленая из Армении* [Амроц], *варенье из Армении* [Эривань], *сыр армянский* [Арагат, Киликия]).

Третья стратегия — это ссылка на экспертов. Рестораны предлагают *хашламу бабушки Афиян*, *напиток тети Розы*, *мамину долму* [Gayane's] (ср. название сети ресторанов “Dolmama” в Ереване и Москве), *шашлыки от дяди Вилика* [Амроц], *блюда шеф-повара Армена Пиначяна*. Названия ресторанов «У Гагика» и “Gayane's” следуют этому же принципу.

Наконец, последняя стратегия предполагает наличие развернутых комментариев к блюдам в меню. Подчеркиваются в первую очередь древность, традиционность, значение армянских названий и происхождение с территории Армении. Именно эти темы выделяют и информанты, рассказывая об армянской кухне.

«Иноэтничная» составляющая в меню тоже есть. Наиболее заметна грузинская кухня с *хачапури*, *хинкали*, *сациви*, *пхали*, *харчо*, *ткемали* и т.п. Она отчасти анонсируется (например, «Новинки — дары Грузии» [Эривань]). Тюркская по терминам составляющая по большому счету «незаметна» для взгляда изнутри: *буглама*, *борек*, *кутабы* воспринимаются «своими», так же как это происходит со «спорными» *кюфтой*, *хашем* и т.п.

¹ Правда, топонимы современной Армении отсылают к истории переселенцев из Западной Армении.

² Ср. азербайджанские «Гянджа», «Ширван», «Старый Баку» и грузинские «Старый Тбилиси», «Колхида».

В ресторане «Киликия» сильна средиземноморская составляющая меню (пиццы, пасты), что может легко объясняться средиземноморским расположением Киликийского армянского царства. А в меню «Арарата» вторая половина меню посвящена «европейской кухне» (см. выше о ней). Что касается «русской кухни», то, с одной стороны, определения «по-русски» не используются, с другой, задействована кулинарная терминология на русском языке. И хотя она может казаться этнически «нейтральной» (например, *жаркое, оладьи, бараньи ребра, запеченные с картофелем, котлеты с картофельным пюре* и т.п.), она может влиять на восприятие блюда как «русского».

Винные карты выбранных ресторанов демонстрирует противоположную меню тенденцию: там предлагаются напитки, произведенные в разных частях света. Однако практически во всех разделах «космополитичных» по своей сути винных карт есть продукция Армении: белые, красные и игристые вина, пиво, коньяки, фруктовые водки, чай из горных трав, минеральные воды, лимонады, соки и компоты. Эта «армянская» составляющая выглядит весьма представительной, однако структурным ядром «армянскости» выступает еда, а не напитки.

Интерьер, атмосфера и правила поведения

В репрезентации «армянского» огромное значение имеют визуальные знаки. Можно отметить несколько общих принципов.

В отделке характерно использование камня или его имитации. Это может быть стилизация под памятник армянской средневековой церковной архитектуры, каменную кладку или просто подчеркивание того, каким камнем выполнена отделка (например, в материалах о ресторане «Эривань» подчеркивают, что камин отделан знаменитым армянским туфом [Изысканность 2004]). Камень нередко используется другими кавказскими ресторанами, он отсылает к образу горной страны. Особенностью армянских ресторанов является использование изображения горы Арарат, оно помогает отличить армянское кафе от любого другого.

Еще один мотив — виноградная лоза, как в виде искусственных растений [У Гагика], так и кованых решеток [Киликия]. Впрочем, ее тоже можно обнаружить в интерьере других кавказских кафе.

Для этнических ресторанов этнографический стиль является одним из самых характерных. В случае армянских ресторанов (и шире — кавказских) его элементами становятся настенные ковры, медная и керамическая утварь (как старая, так и современная ручной работы, т.е. выполненная по «традиционным»

технологиям), национальные музыкальные инструменты, орнамент на скатертях и шторах, резьба по камню и дереву на дверях и барных стойках и т.д. Всё это преимущественно знаки «деревенской» культуры, как написано на сайте «Эривани»: «Малый этнический зал оформлен в крестьянском стиле» [Эривань]. Часто на стенах сделаны изображения застольных и других бытовых сцен прошлого в духе художников О. Шмерлинга или Н. Пиросмани [У Гагика].

Интересно, что «этнические» залы в ресторане «Амроц» точнее было бы назвать «историческими», настолько очевидна стилизация под археологические памятники и архитектурные формы древней и средневековой Армении. На мой взгляд, не случайно, что археологическая древность приравнивается к этнической культуре — это часть визуальной репрезентации древности самих армян.

Нередко рестораторы отказываются от этнического стиля в пользу более «современного» и нейтрального интерьера [Ара-рат], который в принципе мог бы представлять любую другую кухню.

В выбранных мною ресторанах я не заметила использования стилизаций национального костюма или его элементов. Надписи на армянском языке встречаются, но нечасто. Армянская музыка звучит, но совершенно очевидно, что далеко не все время. Как меню не содержит исключительно армянские блюда, так и список воспроизведения — исключительно армянские композиции.

Помимо интерьера и музыки огромное значение для создания атмосферы приписывается характеру взаимодействия персонала и посетителей и последних между собой. В материалах беседы в ресторане “Dolmama” я нашла два интересных в этом отношении фрагмента:

Саркисян: Вообще в классическом армянском ресторане за вас решает официант — это такой распорядитель, это человек, который будет тебя кормить. Ему можно даже ничего не говорить, он сам знает. Есть известная история про клиента, который говорит: «Я же заказывал не это», а официант ему: «Я же вижу, вам сегодня нужно поесть другое блюдо» [Инспекция 2014].

Официант во всех ресторанах выступает как эксперт, но в данном случае ожидается, что он не просто разъясняет суть услуг, но выступает в роли человека, знающего, «как надо» организовать и провести застолье. При этом в выбранных ресторанах официантами были и мужчины, и женщины. Преобладали первые, как в азербайджанских ресторанах, не наблюдалось.

Вторая цитата характеризует отношения между посетителями:

***Нахапетян:** Так и получается: я пришел через пару недель после открытия, занято три столика, никто друг с другом не знаком. Через полчаса начинается: «А вы были в ереванской “Dolmata”?» Потом уже сдвигают столы... Кончилось тем, что я оплатил счет. Но пообщались шикарно [Инспекция 2014].*

Такой стиль поведения очень часто приписывается мужчинам — выходцам с Кавказа¹, для которых рестораны и бары играют роль «пристанищ мужского братства, выраженных в форме *супра* [застольей. — Е.Г.]» [Маннинг 2010: 290], где принято демонстрировать свою щедрость и расточительность. Исследовательница рассказов о советском прошлом в сельском Азербайджане Л. Йалчин-Хекманн приводит слова своего информанта о том, как в советское время мужчины имели возможность посещать рестораны один за другим с друзьями практически каждый вечер. Сейчас же многие стесняются встречать знакомых в чайхане, поскольку не имеют возможности угостить их чаем. Они предпочитают оставаться дома, чтобы не оказаться в неудобном положении [Yalçın-Heckmann 2005: 431, 432].

Обе отмеченные ситуации воспринимаются как часть культуры кавказцев с внутренней и с внешней точек зрения, хотя дискурсивно в разных контекстах они могут оцениваться как специфика армянской традиции.

В целом интерьер, атмосфера и правила поведения в армянских кафе не имеют особой специфики по сравнению с другими кавказскими, за исключением изображения горы Арарат.

Аутентичны ли армянские рестораны?

Судя по отзывам в интернете, дискурс «аутентичности» весьма характерен для суждений об армянских ресторанах:

(О Киликии) Не дотягивает до хорошего армянского ресторана по ряду причин: меню не аутентичное, наполовину — итальянская кухня <...>, нет некоторых интересных традиционных блюд и напитков (женгелев хац, например), имеющиеся традиционные блюда слишком адаптированы (взять хотя бы картошку-фри к кер-у-сусу). Тан показался обычным кефиром, никакого характерного привкуса, который был в Ереване — нет. <...> Отличный интерьер теряет свою национальную окраску из-за музыкального оформления — российской попсой!²

¹ Ср. сцену в ресторане в фильме Георгия Данелия «Мимино».

² <<http://www.afisha.ru/spb/restaurant/22480/review/333105/>>.

Для определения «подлинности» ресторана посетителям важно было знать этничность повара и / или владельца. Например, в Ереване мне посоветовали не ходить в петербургскую «Киликию», поскольку за мангалом там стоят таджики [ПМА Армения: Дневник 25.10.10]. А в отзыве о кафе «У Гагика» «настоящий» повар гарантировал аутентичность кухни:

Очень понравился ресторан «У Гагика». Здесь шикарная армянская кухня, которую встретишь не везде. Повар здесь — настоящий армянин. Поэтому и блюда у него получаются очень изысканными, вкусными¹.

Владельцы и персонал ресторанов тоже анонсируют свое предприятие в терминах «традиционности» и «аутентичности»:

Амроц — ресторан, двери которого открыты для всех, кто ценит традиционное армянское гостеприимство, прелесть национальной кухни, подаренные нам древней культурой Армении. Ресторан Амроц — крепость настоящего армянского духа [Амроц].

Вы хотели бы узнать, что представляет собой настоящая армянская кухня? В Санкт-Петербурге лучшие блюда армянской национальной кухни вас всегда ждут в кафе «Киликия»! [Киликия].

Аутентичная кухня локализуется в прошлом, а настоящие продукты — в Армении.

Для большинства моих информантов-армян посещение армянского ресторана не являлось ни повседневной, ни экзотичной практикой. Чаще всего причиной для похода туда оказывался интерес друзей — не армян к армянской кухне:

Я всех друзей приучила к армянской кухне... Я нашла армянское кафе на Московском проспекте... [ПМА СПб: Интервью 6: жен., 40, преподаватель, приехала из Гюмри в 1980-е гг.].

Другая причина — встреча в кругу своих. Например, одна из информанток рассказывала, что для сбора всей большой семьей они идут в ресторан, так как ни у кого дома разместиться не получается. Чтобы сэкономить, идут в тот, где работают знакомые, и это оказывается ресторан с владельцами-армянами [ПМА СПб: Интервью 7: жен., 50, косметолог, бакинская армянка, приехала из Еревана в 1990-е гг.]. В ресторанах нередко проходят мероприятия армянской диаспоры (Новый год, день памяти жертв геноцида, конкурс красоты среди армянок и т.п.). В Санкт-Петербурге основной площадкой для таких акций (объявления о которых распространяются по социальным сетям, и для желающих участвовать продаются билеты)

¹ <http://traveltipz.ru/trips/restaurants/id/11903_otzyvy-u-gagika-saint-petersburg-russia>.

является ресторан «Амроц»¹ [ПМА СПб: Дневник 15.05.2016: жен., 30, антрополог, приехала из Еревана в 2010-е гг.].

Одна информантка, отвечая на вопрос о том, почему она пошла бы в армянский ресторан, предположила, что могла бы это сделать ради некоторых продуктов из Армении. Ресторан делает их относительно более доступными: не надо лететь в Ереван и обратно [ПМА СПб: Интервью 1: жен., 40, научный сотрудник, приехала из Еревана в конце 1980-х гг.]. Таким образом, можно утверждать, что посещение армянского ресторана в Санкт-Петербурге армянином в той или иной степени основано на армянской самоидентификации.

Здесь было бы интересно пересказать слова информантки, сравнившей ереванские рестораны, «Амроц» и «Эривань». «Амроц» ей напоминает рестораны, располагающиеся, как правило, на окраинах Еревана и предназначенные для свадеб, поминок, последних звонков и подобного рода банкетов с достаточно типичным меню. Перенесенный в Ереван, «Амроц» вряд ли бы воспринимался как этнический ресторан (он был бы «типичным» рестораном в Армении). Армянским он стал именно в Санкт-Петербурге и усилил эту позицию, став местом для проведения различных мероприятий диаспоры: про странство «для армян, которые хотят потусоваться вместе».

«Эривань» — заведение совсем другого рода, он выполняет представительские функции (его хозяин долгое время был председателем армянской общины Санкт-Петербурга), именно сюда приглашают влиятельных гостей, а не в «Амроц». «Эривань», оказавшись в Ереване, был бы скорее всего расположен в центре города, продолжал бы восприниматься как этнический и почти не использовался бы в «ритуальных» целях [ПМА СПб: Дневник 15.05.16: жен., 30, антрополог, приехала из Еревана в 2010-е гг.]. Парадокс в том, что категории «этнический ресторан» больше соответствуют те предприятия, которые ориентированы на «этнически других», между тем эти «другие» склонны искать аутентичность этнических ресторанов в их ориентации на «своих».

Что меня удивило, «свои», судившие о «своем», не ругали армянские рестораны за отсутствие аутентичности, как можно было бы ожидать. Ведь *хашлама* в ресторане всегда будет не такой, как дома. Как это можно объяснить?

¹ По словам этой же информантки, «Амроц» — место встречи ереванских (хаястанских) армян, туда не ходят старые питерские армяне, грузинские, карабахские и др. Тбилисские армяне встречаются в каких-то других ресторанах, в частности «Урарту» около станции метро «Фрунзенская»; бакинцы ходят в азербайджанские рестораны, например «Старый Баку» около Сенной площади [ПМА СПб: Дневник 17.05.2016: жен., 30, антрополог, приехала из Еревана в 2010-е гг.].

Страх отсутствия «подлинности», как правило, появляется тогда, когда практики меняются и возникает ощущение утраты. Видимо, у моих информантов (среди них преобладают именно мигранты¹) нет ощущения потери армянских кулинарных традиций, они их практикуют наряду с другими и не переживают по поводу «единственно верных» способов приготовления, отдавая себе отчет в том, что каждый готовит по-своему. То, что готовят повара, им знакомо. А для тех, кто происходит не из Армении, хотя и не знакомо, легитимировано экспертным знанием хаястанских поваров. Иными словами, армянские рестораны соответствуют ожиданиям моих информантов-армян.

Наконец, сфера питания в процессе армянской самоидентификации не так значима², как история, религия и язык, а главное, кажется, что ее легче восполнить и восстановить. Этот аспект отличает армян от грузин, для которых национальная кухня — предмет особой гордости, воспринимаемый как дар грузинской земли³, и от азербайджанцев, больше использующих кухню для репрезентации своей этнической культуры (ср., например, журналы «Ереван» и «Баку»: в первом кулинарного раздела нет, а во втором — есть)⁴. Возможно, это объясняет, почему ресторанов армянской кухни меньше, чем грузинской и азербайджанской.

Заключение

Определение «этнический ресторан» обязано своим существованием наличию категории «национальная кухня». Разбирая в данной статье пример армянских ресторанов, я пришла к выводу, что меню в целом отражает внутригрупповой взгляд на

¹ Ср. с тем, что владельцы-иммигранты подчеркивали адаптацию блюд этнических кафе к местным вкусам, а рестораторы, родившиеся в Канаде, настаивали на аутентичных кулинарных традициях исторической родины [Turgeon, Pastinelli 2002: 256, 257].

² Некоторые информанты вообще не считают армянскую кухню подходящей для ресторана, особенно в сравнении с грузинской кухней.

³ Вероятно, это восприятие грузин восходит к фольклорному сюжету о том, что грузинам Бог даровал ту землю, которую поберег для себя: «Когда Бог раздавал земли народам, грузины опоздали и пришли уже после раздачи. Всевышний спросил: “Что вы сделали?! Почему опоздали?” Грузины (в переводе “землепашцы”) ответили: “Мы пили вино, за Тебя пили”. Тогда Бог ответил: “Я отдаю вам земли, которые оставил для себя”, — такую легенду рассказывают гиды каждому, кто впервые приезжает в солнечную Грузию» [Ковальчук 2008].

⁴ В работе «Воины памяти» В. Шнирельман пишет, что «постоянно ведущаяся борьба с исламом, с одной стороны, и недоверие советской власти к тюркам, с другой, долгое время исключали религиозную и языковую принадлежности из тех основ, на которых азербайджанцы могли строить свою этническую идентичность. Поэтому территориальный фактор и приобрел для них гипертрофированное значение как единственный критерий, позволявший заявить о своей самобытности» [Шнирельман 2003: 189–190]. Мне кажется, что еще одним следствием ограниченности ресурсов для строительства азербайджанской идентичности стало внимание к традиционной культуре. «Фольклорность» этничности стала своего рода компенсацией, и пища очень хорошо вписывается в эту парадигму.

армянскую кухню. Параметры, по которым эта кухня вообразается, являются общими для большинства кулинарий (закуски, супы, десерты и т.п.), а ее наполнение соответствует представлениям о «своих» блюдах. Репрезентация этничности достигается прежде всего дискурсивными способами (от названий ресторанов и предлагаемых блюд до расширенных аннотаций в меню: они позволяют составить представление об основных темах армянского националистического дискурса).

Ни владельцы, персонал и посетители соответствующей этнической группы, ни стилистика интерьера и музыки не являются обязательными условиями для признания ресторана этническим. Однако их наличие учитывается при вынесении суждений об аутентичности / неаутентичности — универсальных понятиях при оценке степени традиционности и этничности тех или иных явлений культуры, в частности предлагаемой в ресторане кухни. Армянские рестораны Санкт-Петербурга оправдывают ожидания армянского сообщества, поэтому «свои» вопрос об «аутентичности» ресторанов не ставят, эта категория актуальна преимущественно «для внешних» посетителей.

Список сокращений

- ПМА Армения — Полевые материалы автора, собранные во время экспедиции Российского этнографического музея в Республику Армения в октябре-ноябре 2010 г.
- ПМА СПб — Полевые материалы автора, собранные в Санкт-Петербурге в 2007–2015 гг.

Источники

- Амроц. <<http://www.amrots.ru/>>.
- Арапат. Фотографии меню и интерьера ресторана «Арапат». 2007. Архив автора.
- Изысканность и благородство во всем, или ресторан как часть субкультуры // Հիշվանք — Веруем: Газета армянской общины Санкт-Петербурга. 2004, август.
- Инспекция: армяне тестируют ресторан Dolmama // Афиша-Город. 2014, 24 сент. <<http://gorod.afisha.ru/eating/gor-nahapetyantash-sarkisyan-vardui-nazaryan-i-drugie-ob-armyanskoy-diaspore-i-edel/>>.
- Киликия. <<http://kilikia.spb.ru/>>.
- Ковальчук И. Грузия в легендах: храм виноватого царя и висящий в небе кедр // Сегодня.ua. [Информационный сайт]. 2008, 28 апр. <<http://www.segodnya.ua/world/hruzija-v-lehendakh-khramvinovatoho-tsarja-i-vicjashchij-v-nebe-kedr.html>>.
- Рестораны армянской кухни в Санкт-Петербурге // Zoon. Информационный портал о компаниях, оказывающих разные услуги населению. <<http://spb.zoon.ru/restaurants/type/armyanskaya/>>.

У Гагика. <<http://www.ygagika.ru/>>.

Эривань. <<http://erivan.ru/>>.

Gayane's. <<http://gayanes.ru/>>.

Библиография

- Бредникова О., Паченков О.* Экономические мигранты из Азербайджана в Санкт-Петербурге: проблемы адаптации и интеграции // *Caucasian Regional Studies*. 1999. Vol. 4. No. 1. <<http://poli.vub.ac.be/publi/crs/rus/0401-04R.htm>>.
- Брубейкер Р.* Мифы и заблуждения в изучении национализма // Герасимов И., Могильнер М., Семенов А. (ред.). Мифы и заблуждения в изучении империи и национализма. М.: Новое издательство, 2010. С. 62–109. <http://abimperio.net/books/Myths_and_Misconceptions.pdf>.
- Варшавер Е.А., Рочева А.Л.* Сообщества в кафе как среда интеграции иноэтничных мигрантов // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2014. № 3 (121). С. 104–114.
- Воронков В.* Существует ли этническая экономика? // Бредникова О., Воронков В., Чикадзе Е. (ред.). Этничность и экономика: Сб. ст. по материалам международного семинара (Санкт-Петербург, 9–12 сентября 1999). СПб.: ЦНСИ, 2000. Труды. Вып. 8. <<http://cisr.ru/publications/etnichnost-i-ekonomika/>>.
- Гуляева Е.Ю.* Кулинарные практики и этничность (по материалам наблюдений и интервью с армянами Петербурга) // Этнографическое обозрение. 2012. № 5. С. 24–40.
- Гуляева Е.Ю.* Представления о «своей» кухне у армян Петербурга (по материалам интервью и наблюдений за кулинарными практиками) // Ботяков Ю.М. (ред.). Кавказский город: потенциал этнокультурных связей в урбанистической среде. СПб.: МАЭ РАН, 2013. С. 363–392.
- Маннинг П.* Теория «периферийного кафе»: «Воды Лагидзе» и периферийная городская модерность // Антропологический форум. 2010. № 12. С. 272–296. <http://anthropologie.kunstkamera.ru/files/pdf/012/12_manning.pdf>.
- Пустарнакова А.А.* Репрезентация этнических других в городском пространстве: Автореф. дис. ... канд. соц. наук. Самара, 2008. <<http://www.dissercat.com/content/reprezentatsiya-etnicheskikh-dругikh-v-gorodskom-prostranstve>>.
- Ридингс Б.* Университет в руинах / Пер. А. Корбудт. М.: Издательский дом ГУ ВШЭ, 2010. 304 с.
- Шнирельман В.А.* Войны памяти: мифы, идентичность и политика в Закавказье. М.: ИКЦ «Академкнига», 2003. 601 с.
- Appadurai A.* On Culinary Authenticity // *Anthropology Today*. 1986, Aug. Vol. 2. No. 4. P. 25.
- Bhabha H.K.* Cultural Diversity and Cultural Differences // Ashcroft B., Griffiths G., Tiffin H. (eds.). *The Post-Colonial Studies Reader*. L.; N.Y.: Routledge, 2003. P. 206–209.

- Fong E., Ooka E.* The Social Consequences of Participating in the Ethnic Economy // Research supported by the Social Sciences and Humanities Research Council of Canada. Toronto, 2000. 17 p. <http://waqfacademy.org/wp-content/uploads/2013/02/Eric-Fong-Emi-Ooka-EF-EO.-03_2000.-The-Social-Consequences-of-Participating-in-the-Ethnic-Economy.-Canada.-University-of-Toronto.pdf>.
- Halter M.* Shopping for Identity: The Marketing of Ethnicity. N.Y.: Schocken Books, 2002. 244 p.
- Kesimoglu A.* Authenticity, Tradition & Modernity: A Study of Taste and Eating out in Istanbul. 2015. <<https://www.inter-disciplinary.net/probing-the-boundaries/wp-content/uploads/2015/07/Kesimoglu-food4-dpaper.pdf>>.
- Lew A.A.* Overseas Chinese American Foods. Draft paper prepared for The 2013 International Conference on Chinese Food Culture (Chinese Food Culture Association), 15–20 October 2013, Kunming, Yunnan, China. 5 p. <https://www.academia.edu/4607839/Overseas_Chinese_American_Foods>.
- MacClancy J.* Consuming Culture: Why You Eat What You Eat. N.Y.: Henry Holt & Co, 1992. 246 p.
- Molz J.G.* Tasting and Imagined Thailand: Authenticity and Culinary Tourism in Thai Restaurants // Long M.L. (ed.). Culinary Tourism. Kentucky: The University Press of Kentucky, 2004. P. 53–75.
- Strickland P.* Examining the Impact of Four Key Cultural Dimensions on Ethnic Restaurants in Victoria in Australia // Asia Pacific Journal of Tourism Research. 2013. Vol. 18. No. 5. P. 483–500. <<http://dx.doi.org/10.1080/10941665.2012.680976>>.
- Strüder I.R.* Do Concepts of Ethnic Economies Explain Existing Minority Enterprises? The Turkish Speaking Economies in London // Research Papers in Environmental and Spatial Analysis Series 88. Department of Geography and Environment London School of Economics. 34 p. <<http://www.lse.ac.uk/geographyandenvironment/research/researchpapers/rp88.pdf>>.
- Tadevosyan A.* Migration and Everyday Life: Movement Through Cultures and Practices. Yerevan: “Gitutyun” Publishing House, National Academy of Sciences of Armenia, 2014. 140 p.
- Turgeon L., Pastinelli M.* “Eat the World”: Postcolonial Encounters in Quebec City’s Ethnic Restaurants // The Journal of American Folklore. 2002, Spring. Vol. 115. No. 456. Folklore in Canada. P. 247–268.
- Wilk R.* “Real Belizean Food”: Building Local Identity in the Transnational Caribbean // American Anthropologist. 1999. Vol. 101. No. 2. P. 244–255.
- Yalçın-Heckmann L.* Remembering the Dead and the Living of the Kolkhoz and Sovkhoz: The Past and Present of Gendered Rural Life in Azerbaijan // Ab Imperio. 2005. No. 2. P. 425–440.

What Makes an Ethnic Restaurant Ethnic?: Armenian Restaurants in St Petersburg

Evgenia Gulyaeva

The Russian Museum of Ethnography
Inzhenernaya str., 4/1, St Petersburg, Russia
guliaevaevgenia@list.ru

Based on research on Armenian restaurants in St Petersburg and on interviews with Armenians living in St Petersburg about Armenian cuisine, this article questions what makes an ethnic restaurant ethnic, what can be learned about ethnicity from such restaurants, and how the representation of Armenian cuisine in Armenian restaurants relates to narratives of Armenian informants.

The conclusion is that it is difficult to determine what type of restaurant can be identified as Armenian, since the criteria used for the definition of a restaurant as being ethnic are ambiguous. The contents of Armenian restaurant menus reflect the Armenian inner group vision of Armenian cuisine. The representation of ethnicity is achieved primarily in a discursive way. Neither owners and staff, nor the visitors of the relevant ethnic group, nor indeed interior style or music are considered to be necessary elements for the restaurant to be recognised as an ethnic one. At the same time, these qualities are taken into consideration when a judgement about authenticity is being made. In the end, the question of authenticity of an Armenian restaurant is not essential or significant for Armenian informants, whose attitude to definition tends to be flexible and accommodating.

Keywords: Armenians, ethnicity, ethnic restaurants, national cuisine, authenticity, St Petersburg.

References

- Appadurai A., 'On Culinary Authenticity', *Anthropology Today*, 1986, Aug., vol. 2, no. 4, p. 25.
- Bhabha H. K., 'Cultural Diversity and Cultural Differences', Ashcroft B., Griffiths G., Tiffin H. (eds.), *The Post-Colonial Studies Reader*. London; New York: Routledge, 2003, pp. 206–209.
- Brednikova O., Patchenkov O., 'Economic Migrants from Azerbaijan in St.Petersburg: Problems of Adaptation and Integration', *Caucasian Regional Studies*, 1999, vol. 4, no. 3. <<http://poli.vub.ac.be/publi/crs/eng/0401-04.htm>>.
- Brubaker R., 'Myths and Misconceptions in the Study of Nationalism', Hall J. (ed.), *The State of the Nation: Ernest Gellner and the Theory of Nationalism*. Cambridge: Cambridge University Press, 1998, pp. 272–305.

- Fong E., Ooka E., 'The Social Consequences of Participating in the Ethnic Economy', *Research supported by the Social Sciences and Humanities Research Council of Canada*. Toronto, 2000, 17 pp. <http://waqf-academy.org/wp-content/uploads/2013/02/Eric-Fong-Emi-Ooka-EF-EO.-03_2000.-The-Social-Consequences-of-Participating-in-the-Ethnic-Economy.-Canada.-University-of-Toronto.pdf>.
- Gulyaeva E. Yu., 'Kulinarnye praktiki i etnichnost (po materialam nablyudeny i intervyyu s armyanami Peterburga)' [Cooking Practices and Ethnicity (Based on Interviews and Observations of Armenians of St Petersburg)], *Etnograficheskoe obozrenie*, 2012, no. 5, pp. 24–40. (In Russian).
- Gulyaeva E. Yu., 'Predstavleniya o "svoey" kuchne u armyan Peterburga (po materialam intervyyu i nablyudeny za kulinarnymi praktikami)' [Beliefs of "Their Own" Kitchen among Armenians of St Petersburg (Based on Interviews and Observations of Cooking Practices)], Botyakov Yu. M. (ed.), *Kavkazskiy gorod: potentsial etnokulturnykh svyazey v urbanisticheskoy srede* [Caucasian Town: Potential of Ethno-cultural Relations in Urbanistic Milieu]. St Petersburg: MAE RAN, 2013, pp. 363–392. (In Russian).
- Halter M., *Shopping for Identity: The Marketing of Ethnicity*. New York: Schocken Books, 2002, 244 pp.
- Kesimoglu A., 'Authenticity, Tradition & Modernity: A Study of Taste and Eating out in Istanbul'. 2015. <<https://www.inter-disciplinary.net/probing-the-boundaries/wp-content/uploads/2015/07/Kesimoglu-food4-dpaper.pdf>>.
- Lew A. A., 'Overseas Chinese American Foods': Draft paper prepared for The 2013 International Conference on Chinese Food Culture (Chinese Food Culture Association), 15–20 October 2013, Kunming, Yunnan, China, 5 pp. <https://www.academia.edu/4607839/Overseas_Chinese_American_Foods>.
- MacClancy J., *Consuming Culture: Why You Eat What You Eat*. New York: Henry Holt & Co, 1992, 246 pp.
- Manning P., 'The Theory of the *Café Peripheral*: Laghidge's Waters and Peripheral Urban Modernity', *Forum for Anthropology and Culture*, 2012, no. 7, pp. 189–210.
- Molz J. G., 'Tasting and Imagined Thailand: Authenticity and Culinary Tourism in Thai Restaurants', Long M. L. (ed.), *Culinary Tourism*. Kentucky: The University Press of Kentucky, 2004, pp. 53–75.
- Pustarnakova A. A., *Reprezentatsiya etnicheskikh drugikh v gorodskom prostranstve* [Representation of Ethnic Others in Urban Space]. Abstract of a Candidate's thesis in Sociology, Samara, 2008. <<http://www.dissercat.com/content/reprezentatsiya-etnicheskikh-drugikh-v-gorodskom-prostranstve>>. (In Russian).
- Readings B., *The University in Ruins*. Cambridge, MA; London: Harvard University Press, 1997, 256 pp.
- Shnirelman V. A., *Voiny pamyati: mify, identichnost i politika v Zakavkazye* [Wars of Memory: Myths, Identities and Politics in Transcaucasia]. Moscow: IKTs "Akademkniga", 2003, 601 pp. (In Russian).

- Strickland P., 'Examining the Impact of Four Key Cultural Dimensions on Ethnic Restaurants in Victoria in Australia', *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 2013, vol. 18, no. 5, pp. 483–500. <<http://dx.doi.org/10.1080/10941665.2012.680976>>.
- Strüder I. R., 'Do Concepts of Ethnic Economies Explain Existing Minority Enterprises? The Turkish Speaking Economies in London', *Research Papers in Environmental and Spatial Analysis*, Series 88, Department of Geography and Environment London School of Economics, 34 pp. <<http://www.lse.ac.uk/geographyandenvironment/research/researchpapers/rp88.pdf>>.
- Tadevosyan A., *Migration and Everyday Life: Movement Through Cultures and Practices*. Yerevan: "Gitutyun" Publishing House; National Academy of Sciences of Armenia, 2014, 140 pp.
- Turgeon L., Pastinelli M., "'Eat the World": Postcolonial Encounters in Quebec City's Ethnic Restaurants', *The Journal of American Folklore*, 2002, Spring, vol. 115, no. 456, pp. 247–268.
- Varshaver E. A., Rocheva A. L., 'Soobshchestva v kafe kak sreda integratsii inoetnichnykh migrantov' [Communities in Cafes as Milieu of Integration of Migrants of Other Ethnic Origins], *Monitoring obshchestvennogo mneniya: ekonomicheskie i sotsialnye peremeny* [Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes], 2014, no. 3 (121), pp. 104–114.
- Voronkov V., 'Sushchestvuet li etnicheskaya ekonomika?' [Does Ethnic Economics Exist?], Brednikova O., Voronkov V., Chikadze E. (eds.), *Etnichnost i ekonomika. Sb. statey po materialam mezhdunarodnogo seminarina (Sankt-Peterburg, 9–12 sentyabrya 1999)* [Ethnicity and Economics. A Collection of Papers of an International Seminar]. St Petersburg: CISR, 2000. <<http://c isr.ru/publications/etnichnost-i-ekonomika/>>. (In Russian).
- Wilk R., "'Real Belizean Food": Building Local Identity in the Transnational Caribbean', *American Anthropologist*, 1999, vol. 101, no. 2, pp. 244–255.
- Yalçın-Heckmann L., 'Remembering the Dead and the Living of the Kolkhoz and Sovkhoz: The Past and Present of Gendered Rural Life in Azerbaijan', *Ab Imperio*, 2005, no. 2, pp. 425–440.