

**“ЧАЙ ЗОВЕТ ЛЮДЕЙ”:
ЧАЙНЫЕ ГРУППЫ, ГОРОДСКИЕ ТРАПЕЗЫ
И НИЗОВАЯ ПОЛИТИКА В ЗАПАДНОЙ АФРИКЕ**

Ключевые слова: Западная Африка, Мали, Нигер, Сенегал, Буркина-Фасо, Кот-д’Ивуар, чай, уличные чаепития, чайные группы, социальные иерархии, мужское общение, возрастная стратификация, низовая политика

Приготовление чая и коллективное чаепитие в Западной Африке представляют собой заметный социологический феномен. Это настоящий спектакль, в котором задействованы различные технические приемы, сенсорный и социальный опыт участников. Из импортного экзотического колониального товара чай превратился в подлинно национальный напиток и приобрел широкую популярность в разных слоях общества. Его потребление стало важным социотехническим механизмом на стыке пищевых практик и форм общения, мобилизующим технологические, сенсорные и социальные навыки тех, кто заваривает чай, и тех, кто его пьет. Распространение чая и его демократизация сопровождаются распространением и демократизацией характерных форм совместной трапезы и социальной жизни, связанных с потреблением этого напитка. Чай играет важнейшую роль в производстве западноафриканских воображаемых сообществ и способствует формированию туристического имиджа региона; он стал частью успешно распространившейся изобретенной традиции, что заслуживает изучения.

Популярность, которую снискал в Африке зеленый чай, представляет собой заметный исторический и социологический феномен. Все началось с того, что англичане завезли китайский зеленый чай в Марокко, а уже в Северной Африке в напиток стали добавлять листья мяты. В конце XIX в. и затем на протяжении XX в. чай распространяется по трем осям: с севера на юг Сахары, из больших городов в малые и от аристократии к широким массам населения. Таким образом, географическое распространение чая сочетается с его “демократизацией” (*Diawara, Röschenhaler* 2012)¹. На первом этапе торговцы-мавры познакомили с чаем и способами его употребления население Сенегала, Мали и Нигера, позже благодаря коммерсантам и — шире — всему населению дьюла чай проник в Буркина-Фасо и Кот-д’Ивуар. Однако колониальное происхождение чая и привычки его потребления сегодня забылись в результате “национализации”, или “этнизации”, напитка, перекавалифицированного в “мавританский”, “сенегальский”, “малийский” или “туарегский” чай². Этот напиток играет важнейшую роль в производстве воображаемых сообществ в Африке (*Nugent* 2010: 94) и в создании туристического имиджа континента; способы его потребления стали частью изобретенной традиции, успешное распространение которой заслуживает изучения.

Феномен локализации этого напитка тем более удивителен, что чай и сейчас в основном поставляется из Китая. Конечно, призывы выращивать его в Западной Африке раздавались еще в колониальный период (*Bois* 1937: 353), а сразу после об-

ретения независимости Мали китайцы даже попытались реализовать такой проект в регионе Сикасо. Возобновленные в начале 1990-х годов под названием “Операция чай”, эти попытки вылились в 2011 г. в создание “Общей чайной компании Мали” (SGTM). Но объем ее производства остается крайне незначительным, а благодаря высокой цене продукта он больше идет на экспорт, чем потребляется на месте. Конечно, в ходу и напитки из местных растений, которые иногда ошибочно называют чаем (напр., в колониальную эпоху гибискус был известен как “суданский чай”, или *kani* — “чай аборигенов”). Но именно китайский зеленый чай приобрел устойчивую популярность.

Такой успех объясняется не только вкусовыми или целебными качествами напитка. Чаепитие представляет собой важный социотехнический механизм на стыке пищевых практик и форм общения, мобилизующий технологические, сенсорные и социальные навыки тех, кто заваривает чай, и тех, кто его пьет. В Западной Африке напиток чаще всего готовят во дворе или на улице, в кругу друзей или товарищей по работе. Чайные группы — их называют *grins* в Мали, Буркина-Фасо и Кот-д’Ивуаре и *fada* в Нигере — служат одновременно дискуссионными клубами, в которых проявляются социальные взаимоотношения и иерархии. В Сенегале термин *ataya*, обозначающим чай, нередко именуют также и чайные сообщества. С обретением независимости распространение чая и его демократизация сопровождаются распространением и демократизацией характерных форм совместной трапезы и социальной жизни, связанных с его потреблением³.

Лексика и практики, связанные с чаем, в Западной Африке

В языках Западной Африки слова, обозначающие чай, в основном происходят от мавританского *atay*, в свою очередь, видимо, восходящего к английскому *tea* (в арабском языке существует свой термин). На языке бамбара чай называется *tai*, туареги Мали называют его *atay*, а волоф — *attaya* (слово означает как “чай”, так и “заваривать чай”). Нужно отметить, что местные языки различают чай как напиток и чай как сушеный чайный лист, название последнего (*warga*) заимствовано из арабского, как и слово чайник (*baraada*). Слова для обозначения сахара, в свою очередь, чаще всего взяты из французского. Наименования сортов чая, присутствующих на западноафриканском рынке, напротив, как правило, отсылают к местным реалиям — названию регионов (напр., “Азавад”) или, чаще, африканских животных (“Газель”, “Лев”, “Лошадь”). Торговых марок чая очень много; с 1990-х годов бесчисленные производители фасуют привозимый из Китая чай в порционные пакеты, упакованные блоками по десять штук. Покупатели приобретают пакеты поштучно, наиболее обеспеченные — блоками.

Как и сам чай, чайники и небольшие стаканчики, из которых его пьют, — чаще всего импортные⁴. Обычно для приготовления напитка (широко распространено выражение “поставить чай”) используются два чайника. В один насыпается заварка, затем он доверху заливается водой и ставится прямо на угли мальгашской печки. Чай, медленно сваренный на углях, особенно ценится; попытки заменить угольные печки на газовые плиты долгое время были безуспешны (*Abou Bacry* 1981). Пока закипает вода, друзья или коллеги, собравшиеся вместе, беседуют. Примерно через полчаса чай выливается из первого чайника во второй, туда же добавляется сахар. Затем заваривающий чай наливает его в один стакан и широким движением руки, за счет чего образуется длинная струя, переливает в другой. Эта операция повторяется несколько раз, ее цель — размешать сахар и вспенить напиток. Молодежь придает большое значение точности и энергичности жеста: помимо вкуса напитка важна и эстетическая составляющая. Молодой сенегалец объяснил мне: “Это искусство. Пена украшает стакан”. К чаю иногда добавляют мятные или ванильные пастилки,

свежую или сушеную мяту — это более характерно для взрослых, чем для молодежи, и особенно распространено в Сенегале. Как только первый чай выпит, те же листья используются для приготовления второго и третьего чая аналогичным способом.

Первый чай должен быть крепким и горчащим, достаточно сладким и очень пенным (он ассоциируется с силой и мужественностью), второй — слабее, а третий — совсем слабый, большинство любителей напитка его выливают. С этими тремя чаями связаны определенные присказки, рассчитанные на туристов: “...первый чай силен как смерть, второй нежен как жизнь, третий сладок как любовь” или “...первый чай — для мужчин, второй — для женщин, третий — для детей”. “Три чая” стали настоящей туристической достопримечательностью. Чай наливают туристам в сувенирных лавках, где он подается как напиток гостеприимства, а на деле служит для приманивания покупателя. Между тем местное население относится с некоторым недоверием к чаю, которым угощает незнакомец: в отличие от разделенного с сотрапезниками и признаваемого безопасным, напиток, приготовления которого человек не видел, считается подозрительным⁵. Многие матери предупреждают своих детей от чая, предложенного на улице посторонним человеком, поскольку он может нести опасность глаза или порчи, а то и отравления⁶.

К чаю нередко покупается у разносчиков или в мелких лавках кое-какая еда: арахис, реже — оладьи, шашлык или жареное мясо. В отличие от основной, необходимой пищи, которую едят дома, эти продукты рассматриваются как баловство, лакомство, которое делят за чаем (*Dumestre* 1996: 700). Некоторые любят выкурить сигарету после стаканчика чая, наименее обеспеченные курильщики делят один “бычок”. В Сенегале многочисленные адепты движения Байе Фолл — последователи Шейха Ибрагима Фолла — совместно покуряют за чаем косяк⁷. Национальный напиток (“сенегальский чай”) конкурирует здесь с кофе Туба⁸, имеющим религиозное значение, т.к. считается, что его “изобретателем” был основатель братства муридов, самого известного среди суфийских братств Сенегала (*Gueye* 2007). Во всех случаях оплатить чай или сопровождающее его съестное, угостить сигаретой или косяком — “один из способов продемонстрировать свое место в группе и приобрести власть” (*Ag Bendeche et al.* 1998: 51). Во многих чайных группах, особенно молодежных, практикуются взносы на чай и сахар, но иногда это вызывает напряженность. Один подросток в Уагадугу рассказал: “Некоторые жульничают. Все знают, что деньги у них есть, но взносов они не платят”. И наоборот, члену группы может не понравиться, что один и тот же человек для поднятия своего престижа регулярно платит за всех, т.к. это создает явное неравенство, противоречащее эгалитаристским установкам, обычно царящим в чайных сообществах.

Городские трапезы, возрастные группы и мужское общение

Приготовление и потребление чая дают возможность наблюдать особые практики общения, иногда сформированные скрытыми иерархиями и регулярными тренингами. Чайные сообщества в подавляющем большинстве случаев чисто мужские, они объединяют близких по возрасту людей одинакового семейного статуса. Внутри групп существует распределение обязанностей в зависимости от способностей и возможностей каждого. Житель Каеса на западе Мали рассказывает: “...[в группе (*grin*)] каждый может найти свое место. Кто-то хорошо заваривает чай. Кто-то умеет добывать интересную информацию. Кто-то развлекает остальных”. Однако того, кто заваривает чай, не всегда выбирают только исходя из его умения. При назначении на эту роль могут учитываться социальный статус и уважение, которым человек пользуется в квартале. В молодежных группах приготовление чая иногда доверяют подросткам лет десяти, которые обучаются этому делу, сначала наблюдая за старшими, а потом и повторяя их жесты. Социальные и семейные иерархии проявляются

также в чаепитиях вне группы: днем на работе, где подчиненный готовит чай для начальника, или вечером дома, где для главы семьи его заваривает жена, ребенок или прислуга. Но организация групповых чаепитий и само присутствие чайных групп в общественном пространстве говорит еще больше о сложном переплетении иерархий вокруг этого напитка. Порядок распределения стульев или стаканов чая по старшинству, принесение и потребление чая или съестного, место традиционного сбора группы в общей структуре квартала — все это отражает сложные отношения и логики различения между социально “старшими” и “младшими” (*Vincourt, Kouyaté* 2012; *Bondaz* 2013).

Внутренний распорядок чайных групп чаще всего регулируется неписаными правилами, но некоторые сообщества подходят к делу с большей строгостью, фиксируя принятые нормы на бумаге и даже распространяя их среди членов, — как, например, некая *fada* в Тахуа (Нигер), чей “чайный закон”, впрочем, остается исключительным случаем:

Ст. 1. Пришедший неожиданно должен подождать, пока все присутствующие не будут обслужены.

Ст. 2. Все члены группы должны всегда получать одинаковое количество чая.

Ст. 3. Разливающий чай всегда должен начинать с ближайшего к нему сидящего по правую руку.

Ст. 4. Запрещено оставлять чай для отсутствующих, кроме особых случаев.

Ст. 5. Разливающий чай не имеет права наливать себе, пока не обслужит всех присутствующих.

Ст. 6. Никто не имеет права требовать чая, пока разливающий ему не нальет.

Ст. 7. В случае нехватки чая все члены *fada* должны незамедлительно оплатить его покупку.

Ст. 8. После того как чай поставлен, никто, кроме поставившего его, не имеет права добавлять сахар без его разрешения.

Ст. 9. Тот, кто ставит чай, обязан мыть чайник и стаканы после каждого раза.

Ст. 10. Количество сахара регламентируется всеми членами *fada*⁹ (Чайный закон 2011).

Чайные группы иногда очень жестко структурированы, а их внутренние социальные иерархии нарочито афишируются. Это характерно для большинства *grins* в Бамако и Бобо-Диуласо, а также для *fada* в Маради и Зиндере, объединенных в федерации¹⁰. Такие группы стремятся к организации в форме ассоциаций, предусматривающих членские карточки и иерархию статусов: глава или президент, казначей, секретарь, иногда — в зависимости от числа членов — заместители. Хотя обычно чайные группы объединяют от нескольких человек до дюжины, в некоторые входят десятки, а то и сотни участников. В 2007 г. крупнейшая в Нигере *fada* из Маради насчитывала тысячу членов. Устанавливающиеся внутри групп иерархии могут провоцировать напряженность; как рассказывает подросток из Бамако, “...несогласия в группе часто возникают из-за шефа. Он близок с одним из членов, и даже если тот ведет себя неправильно, всегда его защищает”. Такие более или менее структурированные группы берут себе название на местном, на французском, или — чаще всего — на английском языке (*Black Power, Volcan City, Star Boys, Mafia Gang...*). Некоторые названия отсылают к зарубежным реалиям (в Нигере, напр., существуют *fada*:

White House, Belgique Show, Brésilien Fada, Japon-Japon way), другие, наоборот, утверждают местную идентичность (в Мали *grin Djon Ton* отсылает к истории империи Сегу, в Нигере *fada Islamia* делает акцент на религиозной принадлежности членов). Название группы обычно написано рядом с местом встречи — перед лавкой либо домом одного из членов — прямо на стене или на разукрашенной вывеске и часто сопровождается рисунком, играющим роль эмблемы (напр., название *fada* “Лев” может быть написано на рисунке со львом) и олицетворяющим мощь (дикие звери) или мужественность (мускулистое тело, оружие), а иногда сочетающим в себе несколько символов: сердце, рукопожатие, флаг... Рядом с названием могут быть написаны имена членов группы или дата ее создания. Молодежь, расписывающая стены своего квартала граффити, часто объединяется в чайные группы на основе общего увлечения и дает им название футбольного клуба или рэп-группы¹¹.

Чаепитие — не единственная цель таких собраний, существование чайных групп объясняется целым комплексом мотивов. Конечно, главное удовольствие, связанное с чаем, заключается в общей беседе — не случайно на местных языках чайные группы нередко иносказательно называют “площадкой для дискуссий” (*Youngstedt* 2004). Темой обсуждений часто становятся политические новости, чем объясняется тот факт, что некоторые политические ток-шоу на телевидении носят название чайных групп (напр., *Ataya* на канале *Walf TV* в Сенегале или *Le grin* на *ORTM* в Мали). Однако дискуссии — не единственное занятие чайных групп. Члены их могут быть вовлечены в самые разные действия: от игры в карты до торговых операций и организации совместных праздников. Таким образом, чайные группы способствуют развитию досуга и новых форм молодежного общения в Западной Африке (*Hien* 2012).

С 1990-х годов в некоторых крупных городах, например в Бамако или Дакаре, существуют смешанные чайные группы, которые становятся в т.ч. местом встреч мужчин и женщин, отношения между которыми с наступлением темноты принимают характер легкого флирта. В Бамако и — в меньшей степени — в Бобо-Диуласо появляется также все больше чисто женских групп. Здесь обычно пьют не зеленый, а так наз. белый чай — разведенную в кипятке сгущенку, *bissap* — холодный напиток из цветков гибискуса и — особенно часто — чай “Липтон”. В эти женские группы входят старшеклассницы, студентки или просто подруги, собирающиеся, чтобы послушать радио, посмотреть фильмы (в основном сериалы) (*Schulz* 2002; 2006: 115). Таким образом, в современном городском контексте Западной Африки чаепития являются важной составляющей переосмысления мужской и женской социальности (*Bondaz* 2013).

Молодежные чайные группы становятся в то же время объектом этических суждений, их различают по степени соблюдения моральных и религиозных норм. Один из жителей Каеса выделял, в частности, “группы вокруг чая” (собирающиеся ради совместного чаепития) и “группы вокруг секса” (собирающиеся ради флирта). В Маради (Нигер) молодой человек рассказывал, что в Ниамее “*fada* — это место для танцев. Они собираются раз в месяц, чтобы выпить и потанцевать”. Если чайные группы хауса предстают обычными местами повседневного общения, то столичные группы воспринимаются как составляющая праздничной и ночной жизни.

Подобные моральные оценки могут свидетельствовать о конфликте поколений. Так, в Уагадугу сорокалетний мужчина объяснял: “...в прежние времена тех, кто пьет чай, считали наркоманами. Сейчас это уже нормально”. В Бамако, где чайные сообщества появились раньше, различают группы “стариков”, уважаемые и ценимые окружающими организации, и группы “молодых”, критикуемые старшими. Некоторые родители даже запрещают своим детям входить в такие объединения. В Бамако можно услышать выражения “чай безработных”, в Ниамее — “студенческий чай”, намекающие на праздность части молодежи. В странах с мощным присутствием ислама, где набирают силу ваххабитские течения, критике подвергаются сме-

шанные группы, в которых возможен флирт. Нарекания вызывает и то, что некоторые молодежные сообщества, собирающиеся днем за чаем, вечером продолжают свои разговоры в укромном месте за пивом. Помимо общественного осуждения такого поведения как несовместимого с нормами религиозной морали, некоторые группы, известные ожесточенностью своих дискуссий или считающиеся бандами правонарушителей, порицаются иногда и на страницах газет. Распри, возникающие время от времени между разными группами и изредка выливающиеся в драки, являются аргументами для противников таких молодежных объединений. Но критику со стороны старшего поколения вызывает прежде всего то, что *grins*, *fada* или *ataya* способствуют эмансипации молодежи. В этом смысле конфликты вокруг чаепитий являются частным случаем конфликта поколений во всей Западной Африке (Gomez-Perez, Leblanc 2012).

Низовая политика и власть чая

Находящиеся на границе между семейным домовладением или лавкой и улицей чайные группы большую часть дня и даже ночи делят между собой пространство кварталов крупных городов. Члены групп охотно берут на себя функции гарантов порядка, наблюдая за происходящим на улице. Нередко бывает, что молодежь, занятая чаепитием, на время превращается в “группу быстрого реагирования” — например при поимке вора. Такие случаи, попадающие в СМИ, свидетельствуют о зарождении новых форм городского насилия в Западной Африке.

С другой стороны, время от времени чайные группы вовлекаются в политические события первого плана. В Мали эти сообщества сыграли историческую роль после обретения независимости (Rillon 2010: 69–70) и в свержении президента Мусы Траоре в 1991 г. (Schulz 2002: 811). В частности, в Бамако группа *Zotto Boys* активно участвовала в демонстрациях против Траоре, которые привели к государственному перевороту. Год спустя в 1992 г. ее члены были даже приглашены на инаугурацию первого президента демократического Мали Альфа Умара Конаре (Joy 2011: 392–393). В Нигере появление и быстрое распространение *fada* (букв. “дворцовый двор”) тесно связано с расцветом местных радиостанций в 1990-х годах (кстати, поначалу *fada* были радиоклубами) (Lund 2009: 103–106). В зоне хауса *fada* особенно четко организованы. Крупнейшая в Маради чайная группа (всего в городе их насчитывалось 70 в 2007 г.) объединяет около тысячи человек, у нее есть президент, вице-президент, казначей, генеральный секретарь, советник. Группа занимается вопросами санитарии и взаимопомощи: она организует сдачу донорской крови и помощь людям в больницах, помогает в уборке города, рынков, мечетей, кладбищ (вместе с другими *fada*). Чайные группы Нигера и Нигерии совместно участвуют в больших ежегодных собраниях, а радио продолжает их объединять, в т.ч. поверх границы. Один из жителей Маради объясняет, например: “...границы не существует. Радио говорит на одном языке. Чайные группы Маради и Нигерии обмениваются взаимными поздравлениями”. Попытки использования чайных сообществ в политических целях предпринимаются постоянно, и наиболее известные группы берут деньги за размещение агитационных материалов в местах их сбора.

В конце 1990-х годов в Сенегале зарождение *bul faale* (выражение, означающее “не беспокойся”, “будь невозмутим”) также было отмечено ростом числа чайных групп. Это общественное объединение, вызванное к жизни экономическим кризисом, ударившим по молодежи, в дальнейшем политизировалось (Biaya 2000; Havard 2001). К нему примкнули участники хип-хоп-культуры, некоторые композиции рэперов стали поистине гимнами молодежи того времени. Одна из них, кстати, называлась *Ataya* — “Чай” (Positive Black Soul 1995). В ходе президентской кампании 2012 г. дакарские чайные группы присоединились к политическому движению “На-

доело!”, находящемуся в оппозиции действовавшему президенту Абдулау Ваду. Во время политического кризиса в Кот-д’Ивуаре чайные группы стали “местом политической мобилизации” сторонников Алассана Уаттары (*Vincourt, Kouyaté* 2012: 94).

Во всей Западной Африке популярность чая и чайных групп заставляет политиков выделять крупные суммы на раздачу населению чая и сахара. В Мали, например, эти траты могут достигать нескольких миллионов африканских франков (*Diawara, Röschenthaler* 2012: 39–40). В период выборов в каждом квартале основных городов молодежь занята распределением пачек чая и мешочков с сахаром между чайными группами (часть они забирают себе для личных нужд). Некоторые особенно известные или стратегически удачно расположенные объединения получают деньги за агитацию в пользу того или иного кандидата. Как отметил Жюльен Киффер, президентская избирательная кампания 2005 г. в Буркина-Фасо “превратилась во всеобщий обмен подарками и услугами, что принесло немалую выгоду чайным группам — *grins*” (*Kieffer* 2006: 74). В Сенегале «[у] политиков <...> вошло в привычку устраивать “чайную церемонию” для праздной молодежи, привлекая ее тем самым на свою сторону <...> Напиток может оказаться полезным для гуманизации и политизации молодежи» (*Biaya* 2000: 26). Но успешность попыток политиков превратить чайные группы в свою клиентелу со всей определенностью оценить нелегко. Некоторые формы клиентелизма наблюдаются в том случае, когда политик сам состоит в чайной группе. Совместные чаепития используются тогда для обмена информацией или завоевания рынков, а порой и для “решения проблем”. Это делает более понятным народное выражение “дать на чай”, имеющее отношение к коррупции (*Blundo, Olivier de Sardan* 2007: 132).

* * *

Приготовление чая и коллективное чаепитие в Западной Африке — это целый спектакль, в ходе которого задействуются различные технические приемы, сенсорный и социальный опыт участников. Чай — не просто напиток, распространившийся в самых широких слоях общества и приобретший такую популярность, что многие специалисты предупреждают об опасности диабета из-за большого количества потребляемого с ним сахара. Чаепития отныне прочно включены в практику мужского общения и наложились на ранее существовавшую возрастную стратификацию (напр., в Мали — молодежные группы взаимопомощи тон/*ton*). Быстрый рост числа чайных групп в последние годы изменил внешний облик крупных городов Западной Африки. Чай отражает новые социальные и экономические проблемы, а потому становится и настоящим объектом политики.

В октябре 2013 г. в Бамако был реализован необычный маркетинговый ход: малийский предприниматель Али Траоре, желая сделать деньги на народной поддержке французской интервенции, выбросил на рынок новую марку чая “Франсуа Олланд”, некоторое время имевшую успех. Этот факт показателен для понимания возможностей экономического, социального и политического использования чая, которые лишь намечены в этой статье. Приготовление и коллективное потребление чая, из колониального товара превратившегося в важный элемент как социальных отношений местных сообществ, так и международных связей, свидетельствуют не только о всемирном и транснациональном распространении самого напитка, но в первую очередь о современных трансформациях обществ, куда он проникает, становясь объектом множественных изменчивых культурных практик.

Пер. с фр. Е.И. Филипповой

Примечания

¹ Анализ внедрения чая в повседневную жизнь в другом контексте — в Восточной Африке — представлен в *Holtzman* 2003.

² О последнем см.: *Bisson* 2008; *Gagnol, Brugerette de Fraissinette* 2009; *Gagnol* 2014.

³ Этнографические данные, лежащие в основе данной статьи, были собраны в 2007 г. в Нигере, в 2010 г. в Мали и в 2013 г. в Сенегале и Буркина-Фасо. Данные, собранные в Мали, были частично использованы в предыдущей статье автора (*Bondaz* 2013).

⁴ Стаканчики объемом 80 мл долгое время импортировались из Марселя (*Diawara, Röschenthaler* 2012: 50). Чайники иногда производятся местными кузнецами, но с учетом низкой цены импортных не пользуются широкой популярностью.

⁵ Чай, предложенный незнакомцем на улице, в этом смысле не имеет ничего общего с чаем, который продают на автовокзалах или на дорогах около терминалов оплаты или постов жандармерии, где машинам приходится останавливаться. В первом случае речь идет о даре человека, намерения которого неясны, во втором — о товарно-денежном обмене, операции, которую любитель чая контролирует сам.

⁶ В то же время мне ни разу не приходилось сталкиваться со слухами относительно “заколдованного чая”, обвиняющими в злом умысле правительство или китайцев, слухами, подобными тем, что имели хождение в Кении в начале 1990-х годов (*Droz* 1997: 103–106).

⁷ Подробнее о Байе Фолл см.: *Savishinsky* 1994; *Pézeril* 2008.

⁸ Кофе Туба — традиционный сенегальский напиток, который готовят с добавлением черного гвинейского перца и молотой гвоздики (*Примеч. пер.*).

⁹ Орфография и грамматика “чайного закона” слегка изменены для улучшения понимания.

¹⁰ В Кот-д’Ивуаре с 2003 г. существует даже организация, претендующая на статус общенациональной, называемая “Объединение чайных групп Кот-д’Ивуара” (RGCI).

¹¹ Подробнее об этих графических практиках см.: *Bondaz* 2013 (Мали); *Kieffer* 2006: 73 (Буркина-Фасо).

Источники и материалы

Чайный закон 2011 — La loi du thé. Société // Bienvenue dans la capitale de l’Ader. <http://ader.mondoblog.org/2011/04/05/la-loi-du-the>
Positive Black Soul 1995 — Positive Black Soul-Salaam // Discogs. <https://www.discogs.com/Positive-Black-Soul-Salaam/release/2078957>

Научная литература

- Abou Bacry L.* La donnée socio-culturelle de l’empreinte de la technique. Le cas d’une substitution technologiques dans les zones urbaines au Sénégal // Culture technique. 1981. n° 2. P. 225–231.
Ag Bendeche M., Chaulica M., Malvy D. Alimentation de rue, mutations urbaines et différenciations sociales à Bamako (Mali) // Sciences sociales et santé. 1998. n° 16 (2). P. 33–59.
Biaya T.K. Jeunes et culture de la rue en Afrique urbaine (Addis-Abeba, Dakar et Kinshasa) // Politique Africaine. 2000. n° 80. P. 12–31.
Bisson J. Les trois verres de thé au Sahara. Convivialité, symbolique, allégeance // Le Saharien. 2008. n° 185. P. 23–38.
Blundo G., Olivier de Sardan J.-P. État et corruption en Afrique. Une anthropologie comparative des relations entre fonctionnaires et usagers (Bénin, Niger, Sénégal). Paris: APAD-Karthala, 2007.
Bois D. Les Plantes alimentaires chez tous les peuples et à travers les âges. Histoire, utilisation, culture. Vol. IV, Les plantes à boissons. Paris: Paul Lechevalier Editeur, 1937.
Bondaz J. Le thé des hommes. Sociabilités masculines et culture de la rue au Mali // Cahiers d’études africaines. 2013. n° 209–210. P. 61–85.
Diawara M., Röschenthaler U. Green Tea in the Sahel: The Social History of an Itinerant Consumer Good // Canadian Journal of African Studies/La Revue canadienne des études africaines. 2012. n° 46.1. P. 39–64.
Droz Y. Si Dieu veut... ou suppôts de Satan? Incertitudes, millénarisme et sorcellerie chez les migrants kikuyu // Cahiers d’études africaines. 1997. n° 37 (145). P. 85–117.

- Dumestre G. De l'alimentation au Mali // *Cahiers d'Études africaines*. 1996. n° XXXVI (4/144). P. 689–702.
- Gagnol L. Les exigences et les malentendus du savoir-boire: le “rituel” du thé chez les Touaregs // *Awal. Cahiers d'études berbères*. 2014. n° 42. P. 69–92.
- Gagnol L., Brugerolle de Fraissinette A. Le rituel du thé chez les Touaregs // *Le Saharien*. 2009. n° 191. P. 25–37.
- Gomez-Perez M., Leblanc M.-N. (dir.) *L'Afrique des générations. Entre tensions et négociations*. Paris: Karthala, 2012.
- Gueye C. Entre frontières économiques et frontières religieuses: le café Touba recompose le territoire mouride // *La Ville sénégalaise. Une invention aux frontières du monde* / Dir. J.-L. Piermay, C. Sarr. Paris: Karthala, 2007. P. 137–151.
- Havard J.-F. Ethos “bul faale” et nouvelles figures de la réussite au Sénégal // *Politique africaine*. 2001. n° 82. P. 63–77.
- Hien Ollo Pépin. Dynamique urbaine et nouvelles formes de négociation de l'existence sociale: les jeunes et les “grins de thé” dans la ville de // *Negotiating the Livelihoods of Children and Youth in Africa's Urban Spaces. Négociation pour sa vie: les enfants et les jeunes dans les espaces urbains de l'Afrique* / Dir. Michael. F.C. Bourdillon, A. Sangare. Dakar: CODESRIA, 2012. P. 187–199.
- Holtzman J.D. In a Cup of Tea: Commodities and History among Samburu Pastoralists in Northern Kenya // *American Ethnologist*. 2003. No. 30 (1). P. 136–155.
- Joy C. Negotiating Material Identities: Young Men and Modernity in Djenné // *Journal of Material Culture*. 2011. No. 16 (4). P. 389–400.
- Kieffer J. Les jeunes des “grins” de thé et la campagne électorale à Ouagadougou // *Politique africaine*. 2006. n° 101. P. 63–82.
- Lund C. Les dynamiques politiques locales face à une démocratisation fragile (Zinder) // *Pouvoirs locaux au Niger* / Dir. Mahaman Tidjani Alou, J.-P. Olivier de Sardan. Paris: Karthala, 2009. P. 89–112.
- Nugent P. Do Nations Have Stomachs? Food, Drink and Imagined Community in Africa // *Africa Spectrum*. 2010. No. 45 (3). P. 87–113.
- Pézeril C. Islam, mysticisme et marginalité. Les Baay Faal du Sénégal. Paris: l'Harmattan, 2008.
- Rillon O. Corps rebelles: la mode des jeunes urbains dans les années 1960–1970 au Mali // *Genèses*. 2010. n° 81. P. 64–83.
- Savishinsky N.J. The Baye Faal of Senegambia: Muslim Rastas in the Promised Land // *Africa*. 1994. No. 64 (2). P. 211–219.
- Schulz D.E. “The World is Made by Talk” Female Fans, Popular Music, and New Forms of Public Sociality in Urban Mali // *Cahiers d'Études africaines*. 2002. n° XLII (4/168). P. 797–830.
- Schulz D.E. Mélodrames, désirs et discussions. Mass-média et subjectivités dans le Mali urbain contemporain // *Médias visuels et femmes en Afrique de l'Ouest* / Dir. J.-F. Werner. Paris: l'Harmattan, 2006. P. 109–144.
- Vincourt S., Kouyaté S. Ce que “parler au grin” veut dire: sociabilité urbaine, politique de la rue et reproduction sociale en Côte-d'Ivoire // *Politique Africaine*. 2012. n° 127. P. 91–108.
- Youngstedt S.M. Creating Modernities through Conversation Groups: The Everyday Worlds of Hausa Migrants in Niamey, Niger // *African Studies Review*. 2004. No. 47 (3). P. 91–118.

Research Article

Bondaz, J. “Tea Is Calling to People”: Tea Communities, Street Meals, and Local Policies in West Africa [“Chai zovet liudei”: chainye gruppy, gorodskie trapezy i nizovaia politika v Zapadnoi Afrike]. *Etnograficheskoe obozrenie*, 2019, no. 2, pp. 32–42. <https://doi.org/10.31857/S086954150004882-0> ISSN 0869-5415 © Russian Academy of Sciences © Institute of Ethnology and Anthropology RAS

Julien Bondaz | <http://orcid.org/0000-0001-9920-0288> | j.bondaz@univ-lyon2.fr | Université Lumière Lyon 2 (18 quai Claude Bernard, 69365 Lyon Cedex 07, France)

Keywords

West Africa, Mali, Niger, Senegal, Burkina Faso, Côte d'Ivoire, tea, tea communities, street meals, social hierarchies, male communication, age stratification, local policies

Abstract

Tea making and communal tea drinking in West Africa is a notable sociological phenomenon. It is a real spectacle comprising a variety of actions, skills, sensory and social experience of the participants. Tea, which used to be an imported exotic commodity, has turned into what may be properly called national drink, gaining popularity among people of different walks. Consumption of tea has become an important social practice at the juncture of food and communication; it has connected the social and sensory habits and dispositions of those who make tea and those who drink it. Furthermore, the democratization of tea has brought along the democratization of meal as a particular form of social life. Today, tea also features prominently in the cultural production of imagined communities and the shaping of touristic image of the region — it has become part of the invented tradition, which makes it a subject worthy of detailed scholarly investigation.

References

- Abou Bacry, L. 1981. La donnée socio-culturelle de l’empreinte de la technique. Le cas d’une substitution technologiques dans les zones urbaines au Sénégal [The Socio-Cultural Data of the Imprint of the Technique: The Case of Technological Substitution in Urban Areas in Senegal]. *Culture technique* 2: 225–231.
- Ag Bendeche, M., M. Chaulica, and D. Malvy. 1998. Alimentation de rue, mutations urbaines et différenciations sociales à Bamako (Mali) [Street Food, Urban Mutations and Social Differentiations in Bamako (Mali)]. *Sciences sociales et santé* 16 (2): 33–59.
- Biaya, T.K. 2000. Jeunes et culture de la rue en Afrique urbaine (Addis-Abeba, Dakar et Kinshasa) [Youth and Street Culture in Urban Africa (Addis-Abeba, Dakar and Kinshasa)]. *Politique africaine* 80: 12–31.
- Bisson, J. 2008. Les trois verres de thé au Sahara. Convivialité, symbolique, allégeance [The Three Glasses of Tea in the Sahara: Conviviality, Symbolics, Allegiance]. *Le Saharien* 185: 23–38.
- Blundo, G., and J.-P. Olivier de Sardan. 2007. *État et corruption en Afrique. Une anthropologie comparative des relations entre fonctionnaires et usagers (Bénin, Niger, Sénégal)* [State and Corruption in Africa: A Comparative Anthropology of Officials/Customers Relationships]. Paris: APAD-Karthala.
- Bois, D. 1937. *Les Plantes alimentaires chez tous les peuples et à travers les âges. Histoire, utilisation, culture. Vol. IV, Les plantes à boissons* [The Food Plants in All Peoples and throughout the Ages. History, Utilization, Culture]. Paris: Paul Lechevalier Editeur.
- Bondaz, J. 2013. Le thé des hommes. Sociabilités masculines et culture de la rue au Mali [Men’s Tea: Male Sociabilities and Street Culture in Mali]. *Cahiers d’études africaines* 209–210: 61–85.
- Diawara, M., and U. Röschenhaler. 2012. Green Tea in the Sahel: The Social History of an Itinerant Consumer Good. *Canadian Journal of African Studies-La Revue canadienne des études africaines* 46.1: 39–64.
- Droz, Y. 1997. Si Dieu veut... ou suppôts de Satan? Incertitudes, millénarisme et sorcellerie chez les migrants kikuyu [If God Wants... or Satan’s Henchmen]. *Cahiers d’études africaines* 37 (145): 85–117.
- Dumestre, G. 1996. De l’alimentation au Mali [Food in Mali]. *Cahiers d’Études africaines* XXXVI (4/144): 689–702.
- Gagnol, L. 2014. Les exigences et les malentendus du savoir-boire: le “rituel” du thé chez les Touaregs [Requirements and Misunderstandings of Drinking Know-How: The Tuareg’s Tea Ritual]. *Awal. Cahiers d’études berbères* 42: 69–96.
- Gagnol, L., and A. Brugerolle de Fraissinette. 2009. Le rituel du thé chez les Touaregs [The Tuareg’s Tea Ritual]. *Le Saharien* 191: 25–37.
- Gomez-Perez, M., and M.-N. Leblanc, eds. 2012. *L’Afrique des générations. Entre tensions et négociations* [Africa of Generations: Between Tensions and Negotiations]. Paris: Karthala.
- Gueye, C. 2007. Entre frontières économiques et frontières religieuses: le café Touba recompose le territoire mouride [Between Economic Borders and Religious Borders: The Touba Coffee Recompose the Mouride Territory]. In *La Ville sénégalaise. Une invention aux frontières du monde* [The Senegal Life: The Invention at the World’s Borders], edited by J.-L. Piermay and C. Sarr, 137–151. Paris: Karthala.
- Havard, J.-F. 2001. Ethos “bul faale” et nouvelles figures de la réussite au Sénégal [Ethos “Bul Faale” and New Figures of Success in Senegal]. *Politique africaine* 82: 63–77.

- Hien Ollo Pépin. 2012. Dynamique urbaine et nouvelles formes de négociation de l'existence sociale: les jeunes et les "grins de thé" dans la ville de [Urban Dynamics and New Forms of Negotiations of Social Existence]. In *Negotiating the Livelihoods of Children and Youth in Africa's Urban Spaces. Négocier pour sa vie: les enfants et les jeunes dans les espaces urbains de l'Afrique*, edited by Michael F.C. Bourdillon and A. Sangare, 187–199. Dakar, CODESRIA.
- Holtzman, J.D. 2003. In a Cup of Tea: Commodities and History among Samburu Pastoralists in Northern Kenya. *American Ethnologist* 30 (1): 136–155.
- Joy, C. 2011. Negotiating Material Identities: Young Men and Modernity in Djenné. *Journal of Material Culture* 16 (4): 389–400.
- Kieffer, J. 2006. Les jeunes des "grins" de thé et la campagne électorale à Ouagadougou [The Youth from the Tea "Grins" and the Electoral Campaign in Ouagadougou]. *Politique africaine* 101: 63–82.
- Lund, C. 2009. Les dynamiques politiques locales face à une démocratisation fragile (Zinder) [Local Political Dynamics in the Face of Fragile Democratization]. In *Pouvoirs locaux au Niger* [Local Powers in Niger], edited by Mahaman Tidjani Alou and J.-P. Olivier de Sardan, 89–112. Paris: Karthala.
- Nugent, P. 2010. Do Nations Have Stomachs? Food, Drink and Imagined Community in Africa. *Africa Spectrum* 45 (3): 87–113.
- Pézeril, C. 2008. *Islam, mysticisme et marginalité. Les Baay Faal du Sénégal* [Islam, Mysticism and Marginality: The Baay Faal in Senegal]. Paris: l'Harmattan.
- Rillon, O. 2010. Corps rebelles: la mode des jeunes urbains dans les années 1960–1970 au Mali [Rebel Corps: Urban Youth Fashion in 1960–1970th in Mali]. *Genèses* 81: 64–83.
- Savishinsky, N.J. 1994. The Baye Faal of Senegambia: Muslim Rastas in the Promised Land. *Africa* 64 (2): 211–219.
- Schulz, D.E. 2002. "The World is Made by Talk" Female Fans, Popular Music, and New Forms of Public Sociality in Urban Mali. *Cahiers d'Études africaines* XLII (4/168): 797–830.
- Schulz, D.E. 2006. Mélodrames, désirs et discussions. Mass-média et subjectivités dans le Mali urbain contemporain [Melodramas, Desires and Discussions: Mass-Media and Subjectivities in Contemporary Urban Mali]. In *Médias visuels et femmes en Afrique de l'Ouest* [Visual Media and Women in Western Africa], edited by J.-F. Werner, 109–144. Paris: l'Harmattan.
- Vincourt, S., and S. Kouyaté. 2012. Ce que "parler au grin" veut dire: sociabilité urbaine, politique de la rue et reproduction sociale en Côte-d'Ivoire [What does It Mean "to Speak in the Grin": Urban Sociability, Street Politics and Social Reproduction in Ivory Coast]. *Politique Africaine* 127: 91–108.
- Youngstedt, S.M. 2004. Creating Modernities through Conversation Groups: The Everyday Worlds of Hausa Migrants in Niamey, Niger. *African Studies Review* 47 (3): 91–118.