

## Чай из пакетика и американская клубника

### Чай

Сан Франциско, район морского порта, местное злачное место. В предбаннике какой-то китайской выставки небольшая лавочка – китайские заварные чайники. Несколько десятков разных видов, в основном небольшие, настоящие китайские. Недешево, самые дешевые – долларов 15. В Китае, наверное, такие стоят не больше доллара, но тут Америка.

Я не удержался – покупаю один, маленький, глиняный, с каким-то иероглифом, выдавленным в глине. Продавец, естественно, китаец. Разговариваем – чайники действительно из Китая. Говорит, что у глиняного чайника (он и внутри без глазури) стенки постепенно будут становиться тоньше, будут вымываться. А про чай он произносит оду: «Приходишь домой, усталый, завариваешь чай – и обо всем забываешь».

В том же Сан Франциско, в китайском ресторанчике, прежде всего приносят чай. Каждому – чайничек и маленькую чашечку.

Но китайский ресторан – чуть ли не единственное место в Америке, где можно пить настоящий чай. В нормальном американском ресторане – чай только из пакетика. И когда официант спрашивает – вам что: кофе, чай, а я спрашиваю в ответ, есть ли у них loose tea, меня обычно просто не понимают. Чай бывает только из пакетика. Даже в индийском ресторане.

Вообще, по статистике, только 1% людей, пьющих чай в Америке, пьют настоящий, листовой чай, loose tea, который вы завариваете в чайнике. Процентом 70 пьют чай из пакетиков, а остальные – что-то вообще невообразимое: растворимый чай, ice-tea, и прочую гадость.

В стандартном супермаркете обычно несколько метров полок занято чаем, но это все пакетики, пачки разных размеров, разные фирмы. Иногда есть один сорт настоящего чая, почему-то, как правило, это “Lipton brisk tea”, не самый мой любимый сорт. В некоторых супермаркетах есть специальный отдел для гурманов. Там обычно бывает чай в коробках, как правило, Twynning – “Earl Grey”, “English breakfast”, etc. Но это дорого, долларов 5 – 5,5 за стограммовую коробочку. А мне ее на неделю не хватит. Есть, конечно, и специальные магазины. В соседнем с Амхерстом Нортхэмптоне есть магазинчик всяких сладостей, специй, чего-то еще, и в нем специальный чайный прилавок. Сортам десять развесного черного и зеленого чая хороших сортов. Но это еще дороже, долларов 6 и больше за четверть фунта. Т.е. не то, что в Америке чаю нельзя купить. Тут, конечно, все можно купить. Вопрос только в том, сколько времени и денег нужно потратить на это.

Поэтому я привожу обычно из Москвы мой «Lipton yellow label» индийского развеса, пачек 15. Не такой уж я гурман, нормальный листовой чай меня вполне устраивает. И цена – меньше доллара за пачку – тоже вполне терпимая. Месяца на два привезенного запаса мне хватает. А потом опять в супермаркете удивляешься – почему же американцы пьют эту бурду из пакетика, вместо того, чтобы заварить настоящий чай. Дело, конечно, не в деньгах. Пакетики стоят, наверное, дороже, чем даже Twynning. Главное, видимо, простота, технологичность. Приготовление, чая, как и почти все другое, это автоматическое действие, транзакция – опускаешь пакетик, заливаешь кипятком. Но ведь эта технологичность, «автоматизация» – в обмен на вкус, на кайф...

То же самое с кофе. Его пьют больше, чем чая. Но тоже, в основном, очень среднего вкуса, или растворимый, или из кофейной машины. Пить можно, конечно. Но это опять же «технологичный» кофе, совсем не то, что настоящий турецкий кофе из джезве.<sup>1</sup>

Чай и кофе – только примеры. Американцы, при их богатстве и разнообразии всего в магазинах, очень часто готовы есть и пить что-то далеко не самое вкусное.

Квинтэссенция этого технологического подхода к пище – “fast food”, «быстрая еда», всякие «Макдональдсы» и т.п. Я вовсе не против «Макдональдса». На дороге, когда торопишься, это не хуже, чем бутерброд всухомятку.<sup>2</sup> Но когда в жизни много спешки, этих fast things, возникает готовность обменять вкус, кайф – на простоту и технологичность. Жизнь, как последовательность транзакций.

Это стремление к технологичности в еде перекликается с тенденцией к «автоматизации жизни», о которой я писал в другом месте («Американцы – порядочные люди»).

### **Американская клубника**

О том же, но чуть с другой стороны. Случай из советской жизни – рассказ Саши Раскиной лет пятнадцать тому назад. Делегация советских рабочих ездила в Америку. Вернувшись, один из них рассказывает: «А американская клубника – такая крупная, такая чистая, такая красная! А на вкус – обыкновенная клубника...»<sup>3</sup>

И действительно, клубника в американском супермаркете такая – крупная, чистая, красная.. Но увы, совершенно резиновая на вкус. Зато почти круглый год. Впрочем, теперь все это уже и в Москве так же. Такая же импортная клубника почти круглый год. Резиновая. И такие же резиновые помидоры. Все советские начальники, от Хрущева до Ельцина, ругали эти помидоры.

Опять же, тут летом у фермеров можно купить и вкусную клубнику, и вполне приличные помидоры. Но не в супермаркете! Там и летом все резиновое. Но покупают... Вот это меня удивляет! Видимо, для многих американцев, может быть даже для большинства, внешний вид, «красота» продуктов, важнее их вкуса. Клубника должна быть крупной, красной, чистой... Остальное не так важно.

Это уже другая «технологичность», технологичное изготовление хорошо хранящихся и красивых суррогатов. Какая-то подмена. Подлинных вещей их символами. Не жизнь, а ее модель. Я, конечно, слегка утрирую, но все же...

### **Почему?**

Опять же, я вовсе не хочу сказать, что американцы всегда едят какую-то гадость. Поест тут любят и умеют. Тот же «День благодарения», Thanksgiving,

---

<sup>1</sup> Мы только что посмотрели фильм “Green card”. Там герой, француз, которого играет Депардье, пробует кофе, которым его угощает героиня, и спрашивает: «Это что?...кофе?» И говорит: «Я сварю вам сейчас настоящий кофе...». Мелет зерна, варит. Ритуал вместо транзакции, и, как результат, кайф вместо стандартизованного вкуса.

<sup>2</sup> Вот что меня почему-то раздражало – это очередь в первый московский «Макдональдс» на Пушкинской, когда он появился. Вроде бы ее уже давно нет. Эта очередь была, наверное, советской «молодежной» реакцией на новенькое «ихнее».

<sup>3</sup> Саша Раскина отрицает, что это ее история. Она вспоминает похожую – ее подруга, Ниночка Серман, давно эмигрировавшая в Америку, писала ей в 1976 г. : «Саша, это правда, клубника и помидоры у них круглый год, но Саша, честное слово, они невкусные».

о котором я уже писал – это священное действо, приготовление и поедание целых гор вкусной и самой разнообразной еды. Да что говорить, почти в каждом журнале, в газете – кулинарный раздел, по телевизору несколько кулинарных каналов. И рестораны – итальянские, тайландские, эфиопские, каких только нет, вся планета представлена.

И при этом – чай из пакетика, резиновая клубника и резиновые помидоры в супермаркете. Стандартный американский хлеб, стандартная ветчина или «хот дог» – все это очень невкусно. Почему же они готовы мириться с этим?