

УДК 39

DOI: 10.33876/2311-0546/2026-3/71-86

Научная статья

© Т. В. Пискунов

КОНЦЕПТ МАКДОНАЛЬДИЗАЦИИ В КУЛЬТУРЕ ПИТАНИЯ СОВРЕМЕННОЙ МОРДВЫ

На основе полевых материалов, собранных автором в 2023–2025 гг. в Республике Мордовия, анализируется влияние макдональдизации на трансформацию культуры питания современной мордвы. Методологической основой выступает концепция Дж. Ритцера, который выделяет эффективность, предсказуемость, калькулируемость и контроль в качестве ключевых элементов рационализации в современном обществе. В статье рассмотрена адаптация мордовских блюд под глобализованные форматы фастфуда, стритфуда, гибридной кухни и т. д. Кроме того, важное место в работе занимает дискурс об аутентичности в контексте «изобретенных традиций» и этнобрендинга, а также трансформация алиментарных практик мордвы среди сельского населения. Эффективность выражается в ускорении процесса приготовления и потребления пищи: в фудтраках и кафе мордовской кухни блюда готовятся не более 10–15 минут, используются полуфабрикаты. Предсказуемость проявляется в стандартизации меню, в ресторанах присутствуют знакомые потребителю позиции. Автор приходит к выводу, что макдональдизация в Мордовии носит фрагментарный характер: сетевые рестораны быстрого питания представлены лишь в столице региона, однако ее элементы (стандартизация, упрощение, предсказуемость) проникают как в деятельность локальных этнических кафе и фудтраков, так и в повседневное домашнее питание. Процессы адаптации и адаптации приводят к смещению «регистра истинности», где аутентичность определяется не только древностью рецепта, но и создаваемой атмосферой.

Ключевые слова: мордовская кухня, макдональдизация, аутентичность, общественное питание, глобализация

Ссылка при цитировании: Пискунов Т. В. Концепт макдональдизации в культуре питания современной мордвы // Вестник антропологии. 2026. № 3. С. 71–86.

UDC: 39

DOI: 10.33876/2311-0546/2026-3/71-86

Original article

© *Timofey Piskunov*

THE CONCEPT OF MCDONALDIZATION IN THE FOOD CULTURE OF MODERN MORDOVIA

Based on field materials collected by the author in 2023–2025 in the Republic of Mordovia, this article analyses the impact of McDonaldization on the transformation of the food culture of modern Mordovia. The methodological framework is based on G. Ritzer's concept, which identifies efficiency, predictability, calculability, and control as key elements of rationalization in contemporary society. The article examines the adaptation of Mordovian dishes to globalized formats of fast food, street food, hybrid cuisine, etc. Furthermore, an important focus of the work is the discourse on authenticity in the context of "invented traditions" and ethno-branding, as well as the transformation of Mordovian alimentary practices among rural populations. Efficiency is expressed in the acceleration of food preparation and consumption: in food trucks and Mordovian cuisine cafés, dishes are prepared in no more than 10–15 minutes, and semi-finished products are used. Predictability manifests in the standardization of menus, with restaurants featuring items familiar to consumers. The author concludes that McDonaldization in Mordovia is fragmentary: fast-food chains are present only in the regional capital, yet its elements (standardization, simplification, predictability) permeate both local ethnic cafés and food trucks, as well as everyday home cooking. The processes of adaptation and adoption lead to a shift in the "registers of truth," where authenticity is determined not only by the antiquity of a recipe but also by the atmosphere being created.

Keywords: mordovian cuisine, McDonaldization, authenticity, restaurant industry, globalization

Authors Info: Piskunov, Timofey V. — Master Student, Ethnology Department, Faculty of History, Lomonosov Moscow State University (Moscow, Russian Federation). E-mail: tpiskunov22@gmail.com ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0006-8594-0596>

For citation: Piskunov, T. V. 2026. The Concept of McDonaldization in the Food Culture of Modern Mordovia. *Herald of Anthropology (Vestnik Antropologii)* 3: 71–86.

Введение

Основными механизмами, повлиявшими на культуру питания современной мордвы, следует считать глобализацию и урбанизацию, а также ускорение темпа жизни человека. В этих условиях все большую значимость приобретает процесс рационализации. Под влиянием урбанизации стираются этнические различия, компоненты материальной культуры (пища, утварь, одежда) принимают общероссийские и общеευропейские формы (Мезин 1994: 18). Мордовская традиционная кухня утрачивает повседневное бытование и в настоящее время характеризуется как праздничная (подробнее см.: Пискунов 2025б: 112–116).

Цель данной статьи — проанализировать влияние макдональдизации на трансформацию культуры питания мордовского народа в условиях глобализации и урбанизации. Автор ставит перед собой следующие задачи: 1) рассмотреть основные черты макдональдизации на примере мордовской культуры питания, 2) определить отношение местного населения к данному процессу, 3) рассмотреть дискурс об аутентичности в контексте трансформации питания. Методологию исследования составляют дескриптивная этнография, семиотический подход, а также конструктивистская оптика изучения традиций и идентичности. В ходе сбора эмпирических данных автор использовал методы полевой этнографии.

Полевые материалы были собраны автором в ходе индивидуальных выездов в Республику Мордовию в ноябре 2023, в сентябре 2024 и октябре 2025 гг. (Кочкуровский, Лямбирский, Старошайговский, Рузаевский и Большеберезняковский районы Мордовии, а также столица республики г. Саранск), а также при общении с членами Мордовского землячества в г. Москве в феврале — марте 2024 г.

Включенное наблюдение применялось автором при анализе ресторанов и кафе. Эмпирические заметки позволили автору сформировать представление о том, как презентуются разные кухни в ресторанах г. Саранска, какие блюда и напитки в них представлены, какие из них пользуются наибольшим спросом. В сельской местности автор наблюдал, какие блюда подают гостям, чтобы продемонстрировать мордовскую кухню, каковы пищевые предпочтения местного населения в повседневной жизни.

Концепция макдональдизации

В данной работе теоретическую основу составляет теория «макдональдизации общества», являющаяся развитием веберовских идей об инструментальной рационализации современного общества. Данная концепция получила название в честь ресторанов быстрого питания «Макдональдс». По мнению автора, американского социолога Дж. Ритцера, «Макдональдс» — эталонное предприятие с точки зрения рационализации алиментарных практик. Дж. Ритцер выделяет четыре главных элемента рационализации современного общества: эффективность, предсказуемость, контроль и калькулируемость, а также такой парадокс как иррациональность рационального. Эффективность автор определяет как оптимальный метод обеспечения перехода от одного состояния к другому, как правило, данный фактор коррелирует со скоростью производства, потребления и т. д. Просчитываемость или калькулируемость характеризуется акцентированием на количественных аспектах продаваемых товаров (размер порции, стоимость) и услуг (время, необходимое для получения чего-либо). Дж. Ритцер объясняет калькулируемость так: «когда чего-то много, или оно доставляется быстро, это означает, что оно хорошо» (Ритцер 2011: 76). Предсказуемость означает, что все продукты и услуги будут одинаковыми в любое время и в любом месте, покупатель не столкнется с неожиданностями. Контроль также связан с желанием избежать не только неожиданностей, но и проблем, в условиях ограниченного времени и ресурсов. Однако, в большей степени, контроль направлен на сотрудников организаций. В трансформации культуры питания современного населения Мордовии, как будет показано далее, также можно найти данные элементы рационализации.

При применении концепции «макдональдизации» стоит учитывать ряд особенностей и ограничений. Во-первых, в алиментарной сфере макдональдизация вос-

принимается как образец ведения ресторанного бизнеса (*Ритцер* 2011: 93–94). В исследуемом поле сеть ресторанов «Вкусно и точка» (в прошлом «Макдональдс») является наиболее часто упоминаемым образцом ресторанов быстрого питания. На нее ориентируются и другие заведения по всему миру. Исключением не стала и Мордовия: В селе Умет Зубово-Полянского района популярно кафе «Морддовинс» (что созвучно «Макдоналдсу» и Мордовии, ранее оно называлось «Мордоналдс»). При этом в меню этой точки питания щи, пельмени, компоты, т. е. не характерные для «Макдоналдса» позиции. Таким образом, «Макдоналдс» является брендом-иконой сам по себе, а не как ресторан с бургерами и картофелем фри.

Другая особенность концепции макдональдизации заключается в изучении локальных отличий. Дж. Ритцер отмечает сохранение локализации на примере блюд в «Макдоналдсах» разных стран (*Ритцер* 2011: 432–434). В то же время макдональдизация при этом предполагает и унификацию. Рассматриваемое поле (Республика Мордовия) имеет незначительные отличия от других регионов России, а ассортимент сети «Вкусно и точка» в Мордовии не отличается от меню в других регионах РФ. Однако в сфере быстрого питания данной республики спорадически проявляется этническая специфика.

В-третьих, одной из причин рационализации питания является бурный рост городского населения. Численность городов Мордовии по сравнению с 1980-ми не увеличилась. Население г. Саранска в 1989 г. составляло 312 128 человек (ВПН 1989), в 2024 г. — 310 898 человек (Росстат 2024). Другие же города Мордовии имеют менее 50 000 человек. Таким образом, отсутствие активной урбанизации позволяет предположить, что процесс макдональдизации в республике выражен слабее, чем в растущих агломерациях.

Историография алиментарной культуры мордвы

Изучение мордовских пищевых практик можно разделить на три хронологических этапа: дореволюционный, советский и современный. Дореволюционный этап характеризуется описательными трудами таких авторов как П. И. Мельникова-Печерского и В. Н. Майнова с помощью которых представляется возможным реконструировать пищевые практики мордвы второй половины XIX в. О ритуальной пище мордвы и ее функциях впервые было написано мордовским ученым М. Е. Евсевьевым в работе «Братчины и другие религиозные обряды мордвы Пензенской губернии» (*Евсевьев* 1914). В частности, в работе содержатся сведения о присутствии в праздниках календарного цикла хлеба, каши, свиной головы и других продуктов питания (*Мокишина* 2013: 114–116).

В советский период алиментарные практики освещались, как правило, в контексте материальной культуры или религиозных обычаев. В работах Н. Ф. Мокшина — одного из наиболее известных специалистов по этнографии мордвы, изучение пищи не являлось магистральной линией научной деятельности. Однако, в работе «Материальная культура мордвы» (*Мокин* 2002), а также в других статьях подробно рассматриваются обряды, в которых особое место занимают напитки, например, свекольный квас *поза* или медовый напиток *пурэ* (*Сушкова, Мокин* 2008: 274–284). Традиционное питание мордвы-каратаев подробно описано В. Н. Белицер (*Белицер* 1960: 227–255). В исследовании изменений бытования традиционной пищи важ-

ным является труд В. А. Балашова «Бытовая культура Мордвы. Традиции и современность». Он зафиксировал сокращение повседневного приготовления эрзянских и мокшанских блюд и их переход в ранг праздничных. Согласно, показателям за 1985–1986 гг., около 43% опрошенных употребляют мордовские угощения лишь по праздникам (Балашов 1992: 128).

В постсоветский период сохранилась исследовательская парадигма, ориентированная на изучение традиционной и обрядовой пищи мордвы. В диссертации М. Г. Якунчевой «Система и этикет питания мордвы конца XIX — начала XX века» комплексно рассматривается ритуальное, праздничное и повседневное питание того времени (Якунчева 2004). Семантика и функции обрядового питания мордвы становятся предметом анализа в работах Г. А. Корнишиной (Корнишина 2014: 144–149). Кроме того, активное развитие получают исследования, посвященные мордовским диаспорам. Заслуживают внимания работы И. А. Кандриной и Л. Н. Щанкиной о мордве Дальнего Востока, в которых авторы пишут о сохранении локальных рецептов после миграции, а также о трансформациях, вызванных изменением природно-хозяйственных условий и этнокультурных связей (Кандрина, Щанкина 2011). Уфимский исследователь Ф. Г. Галиева рассматривает пищу мордвы, проживающей в Башкортостане. Автор отмечает сохранение традиций, сформировавшихся на исторической родине, а также фиксирует изменения в технологиях приготовления из-за повсеместной газификации (Галиева 2026: 75–83).

При этом, направления современного «food studies», такие как изучение сферы общественного питания и современных форматов питания (стритфуд, фастфуд), а также туристического брендинга через алиментарные практики не получили должного распространения на примере мордовской культуры. Указанное обстоятельство обуславливает актуальность текущего исследования.

Аутентичность в макдональдизированном мире

Существуют различные точки зрения при анализе влияния рационализации производства на культуру питания. Сторонники первой считают, что «культура потребительских ценностей» (для которой характерна покупка большого количества стандартизированных товаров) минимизирует и ослабляет «оригинальную культуру» (George 2010: 376–388). Они считают, что перед хозяевами заведений стоит выбор между аутентичностью и привлечением туристов (Cole 2007: 943–960). Так, антрополог Д. Макканнелл в книге «Турист. Новая теория праздного класса» рассматривает туризм не просто как индустрию развлечений, а как сакральный ритуал поиска аутентичности. Согласно Д. Макканнеллу, турист словно паломник, который в отчужденном мире испытывает ностальгию по подлинности, в том числе и в пищевых практиках. Туристы ищут так называемое «заднее пространство сцены», т. е. непарадную сторону жизни местных жителей. Однако, в этом поиске возникает проблема «постановочной аутентичности» (*staged authenticity*) — ситуации, в которой локальные общества или культуры сознательно конструируют свое «подлинное» прошлое для удовлетворения туристического спроса (Макканнелл 2016). Например, в мордовских культурных центрах блины *пачат* не просто предлагают к употреблению, но и погружают посетителей в «аутентичную» этническую атмосферу. Им помогают женщины, одетые в народные костюмы, блины готовят в каменной печи,

а не в духовом шкафу. Это создает так называемую культурную атмосферу. Культурную атмосферу можно определить как режим создания и потребления культуры, в котором в результате взаимодействия людей с окружающей обстановкой возникает особое настроение. В данном процессе, как отмечают М. Колехмайнен и К. Мякинен важную часть составляет со-производство (*Kolehmainen, Makinen* 2019: 448–449). В рамках теории атмосфер аутентичность перестает быть объективным свойством объекта (например, блинов *пачат*) и превращается в аффективное качество, которое проживается гостем.

Кроме того, существует оптика исследований, в которых аутентичность и коммерциализация не являются «дихотомической парой понятий» (*Xie* 2003: 5–16). Определение аутентичности является дискуссионным. Малазийский исследователь Х. Хуссин полагает, что дефиниция понятия «аутентичность» субъективна: методы приготовления еды варьировались в разных семьях и в разное время, поэтому нельзя утверждать, что существует какая-либо единая «аутентичная» кухня (*Luebe, Hussin* 2019: 54). Мордовская кухня не является исключением: в семьях используют различные технологии приготовления блюд. Существуют примеры, в которых новации воспринимаются носителями культуры как давняя традиция. В рассмотрении вопроса аутентичности и ее восприятия интересна концепция историка-конструктивиста Э. Хобсбаума «изобретенной традиции», описанная им в одноименном тексте (*Хобсбаум* 2000). Автор считает, что многие практики, которые считаются носителями традиционными, на самом деле являются сознательно созданными в относительно недавнем прошлом. С. И. Рыжакова в статье «"Хлебные мантры" и "Японские чаши" у латышей. К вопросу о проблемах аутентичности и "регистрах истинности" в современной этнографии» приводит этнографический пример из современной Латвии. Творчество керамиста Ингриды Жагаты воспринимается как народное латышское искусство, при этом, игнорируется тот факт, что ее техника базируется на японских традициях: работа способом «хризантемы», подбор цветов, формы и орнаментация изделий (*Рыжакова* 2006: 111–113). Далее автор статьи приводит концепцию М. Фуко о «регистре истинности», согласно которой истинность — это исторически изменчивый набор правил, определяемый обществом в конкретный период времени. Французский исследователь считал, что аутентичность — это не внутренне присущее качество объекта (*intrinsic*), а социально сконструированное явление, дискурс, который складывается вокруг него (*Рыжакова* 2006: 117–119).

Характерным примером «изобретенной традиции» Э. Хобсбаума в культуре питания мордвы является котлета из мясного фарша и печени с панировочными сухарями — медвежья лапа (*овтонь лапат*). В первой кулинарной книге по мордовской кухне 1977 г. издания нет упоминаний об этом блюде (*Зотова* 1977). Появилось оно предположительно уже в 1980-х годах в ресторане «Национальный» г. Саранск. Присутствует рецепт медвежьей лапы и в постсоветской книге «Мордовская кухня» с подписью «фирменное блюдо» (*Маркова* 2008: 110), характерной для новшеств советского периода. Таким образом, данное блюдо не имеет давней традиции приготовления, а является «изобретенной традицией», хотя в интернет-ресурсах можно встретить историю о том, что «в стародавние времена женихи, прежде чем взять невесту в жены, должны были доказать, что они — настоящие мужчины и достойны своей избранницы. Для этого молодые люди ходили в лес на медведя и в качестве свидетельства подвига приносили на свадебный стол медвежью лапу» (*Белоусов*

2018). При этом в нарративах информантов сведения кардинально различаются. Например, один из информантов утверждает, что медвежья лапа — блюдо эрзянское: «Хоть и говорят, что медвежья лапа — мордовское блюдо, но у нас (у мокши — *прим. автора*) этого нет. Мы не готовим и не готовили, это эрзянское направление» (ПМА. Старошайговский р-н. д. Старая Теризморга. Сентябрь 2024 г.). Другой респондент высказал версию, согласно которой блюдо появилось в ресторане «Национальный» г. Саранск в конце 1970-х — начале 1980-х (ПМА. г. Саранск. Сентябрь 2024 г.). Еще один информант рассказала, что, хотя в их семье *овтонь лапат* не готовят, но ее соседка долгое время делает это блюдо и, вероятно, этот рецепт имеет давние корни (ПМА. Большеберезняковский р-н. д. Паракино. Октябрь 2025 г.).

«Медвежья лапа» проходит три стадии традиционализации — процесса перевода случайного, иного, чуждого в разряд своего, привычного и наследуемого (Рыжакова 2006: 124), а именно: *реализацию* (создание в ресторане), *актуализацию* (включение в кулинарные книги в качестве «фирменного блюда») и *интеграцию* (блюдо готовят в мордовских деревнях). Таким образом, она является примером смещения «регистра истинности», аутентичным теперь признается необязательно блюдо с глубокой историей, но и блюдо, которое эффективно отражает «мордовскость» здесь и сейчас (удобное, продаваемое, связанное с красивой историей про свадебный обряд).

Переходя к анализу общественного питания Мордовии, приведу статистические данные развития этой сферы. На 2025 г. в г. Саранске находятся три ресторана «Вкусно и-точка», четыре «Бургер кинга» и один «Ростикс». В других населенных пунктах Мордовии эти сети не представлены. Первый «McDonalds» появился в г. Саранске в 2012 г. (Сибирская 2012), первый «Бургер Кинг» — в 2019 г., а первый «KFC» — в 2020-м. После 2022 г. «McDonalds» и «KFC» остановили свою деятельность на территории РФ, их место заняли «Вкусно и-точка» и «Ростикс» соответственно. Появление общемировых сетей заведений быстрого питания является проявлением макдональдизации. Посещение данных предприятий быстрого обслуживания стало частью алиментарных практик населения Мордовии.

Эффективность

В основе эффективности как принципа макдональдизации, согласно Дж. Ритцеру, лежат: ускорение процесса производства, упрощение состава продукта, конвейерное изготовление пищи. Кроме того, он отмечает, что в «макдональдизированных» заведениях клиент выполняет некоторые задачи, которые в обычных ресторанах выполняют сотрудники (Ритцер 2011: 208). Ускорение процесса потребления чаще всего является ключевым фактором при выборе заведений фастфуда. Так, часть информантов отметили, что употребляют фастфуд в исключительных случаях, чаще всего, когда они опаздывают, но им необходимо поесть.

«— Посещаете ли Вы заведения фастфуда? Если да, то какие? (Соб. Пискунов Т.)

— Да бывает, что вот заедешь во «Вкусно и-точка», возьмешь себе кофе... То, что быстро стандартизировано готовится: картошка, кофе, креветки берем. А так я не сторонник фастфуда. Шаурму какую-нибудь я не ем» (ПМА. Лямбирский р-н. д. Берсенева. Ноябрь 2023 г.).

Новые точки общественного питания, которые позиционируют себя как заведения национальной кухни, также вобрали в себя модель эффективности. В отличие

от ресторанов, в фудтраках и в кафе «Наварим-нажарим» приготовление блюд занимает не более 10–15 минут. Меню данных точек питания содержит меньше позиций, блюда отличаются простотой приготовления или используются заранее заготовленные полуфабрикаты (например, пельмени). Кроме того, блюда подаются в пластиковых или картонных тарелках, в бумажной обертке. Таким образом, процесс уборки лежит на клиенте, а сотрудникам не нужно мыть посуду (ПМА. г. Саранск. Сентябрь 2024 г.). Кроме того, некоторые блюда имеют технологические особенности, что затрудняет их приготовление в домашних условиях.

Подобную модель имеют и работающие в г. Саранске с конца 2023 г. (*Черная* 2023) фудтраки с мордовскими блюдами и напитками. В меню этих точек «Сыкваши» — пирог с мясом, который подают с салатом и ореховым соусом, «Кочум лангса сывель» — блюдо, напоминающее брускетту с огурцами, зеленью и мясной начинкой, «Пельмени Паракинские» и т. д. В фудтраках с напитками используются названия, посвященные историческим деятелям или мифологическим персонажам, связанные с мордовской землей. Такими примерами являются напитки «Флот Ушакова», «Пугачевский пунш», «Сычковские мотивы» или «Вирява» (богиня леса у мордвы) (*Пискунов* 2025а: 272–276).

«— Все-таки иногда удавалось сходить в какие-то там заведения питания? То есть в кафе, в рестораны, там, в городе или, наоборот, в детстве? (Соб. Пискунов Т.)

— Нет, вывозим, конечно, детей. Хочется им, конечно, какой-нибудь ресторанчик, хочется роллы, суши поесть. Но как сказать... Ну поедят они, ну нравятся им.

— Дети роллы любят? В основном из неместной кухни роллы предпочитают? (Соб. Пискунов Т.)

— Да-да. Любят они» (ПМА. Кочкуровский р-н. д. Подлесная Тавла. Ноябрь 2023 г.).

Просчитываемость и контроль

При рассмотрении факторов просчитываемости и контроля в системе питания городской мордвы необходимо учитывать следующие нюансы. Во-первых, некоторые аспекты затрагивают «внутреннюю кухню» организаций общепита, например, иерархию и личные связи сотрудников заведения. Во-вторых, зачастую самоконтроль потребителя зависит от его индивидуального выбора и убеждений, например, есть люди, которые думают о еде в контексте количества потребляемых калорий (*Counihan* 1992: 56–58). Эти индивидуальные особенности респондентов с трудом поддаются систематизации. В-третьих, некоторые факторы, такие как кассы самообслуживания, принцип «Больше за те же деньги», оформленный в виде комбо и сетов, различные акции характерны для современного общепита в целом.

Так, рестораны «Метод Бига» и «Биг Пиг», принадлежащие одному владельцу, который использует собственное хозяйство для производства яиц, сыра и других молочных продуктов, что позволяет контролировать качество и объемы продукции. Сеть «Додо пицца», которая имеет точку в г. Саранске, гарантирует доставку за час, а в случае задержки заказа они дарят клиентам купон на бесплатную пиццу.

В приложении доступна камера наблюдения, так клиент может наблюдать за процессом приготовления еды, все сотрудники одеты в единую форму, таким образом, они становятся частью системы. Это является формой контроля над персоналом и созданием стандарта для потребителя. Не только доставка, но и время обслуживания становятся важным аспектом. Короткое время ожидания (5–10 минут) — это показатель, который ценят потребители. Таким образом популяризируются новые форматы питания. Однако некоторые блюда не вписываются в данный формат и не встречаются в современных фудтраках или кафе. Например, суп с галушками — *сал-ма ям* или блюдо с крахмальной лапшой — *церепка*. «Наварим-нажарим» и фудтраки «Куйгорож» не используют мясо диких животных, поскольку оно требует долгой обработки, а данные заведения нацелены на быстрое приготовление пищи. Необходимо отметить при этом наличие блюд из кабана и лосятины в других ресторанах.

Предсказуемость

Предсказуемость — это еще одна характерная черта современных заведений мордовской кухни. Как уже говорилось, в российских ресторанах и кафе, в том числе и в Мордовии, популярен формат гибридной кухни. Даже в ресторане, который позиционируют себя как заведение мордовской кухни, есть общеизвестные в России блюда-«бестселлеры». В ресторане «Мордовское подворье» готовят куриные крылья, салат «Мимоза», шашлыки, морепродукты в винном соусе. В ресторанах европейской кухни присутствуют как «Цезарь», мидии в винном соусе, стейки «Рибай» и «Стриплойн», так и некоторые блюда мордовской кухни.

Спрос на популярные позиции является примером предсказуемости поведения потребителя. По мнению Дж. Ритцера, «в рационализированном обществе люди предпочитают знать, чего им ожидать в любой обстановке и в любое время. Они не любят неприятных сюрпризов. Они хотят быть уверенными, что, когда они сегодня заказывают свой «Биг Мак», он будет абсолютно таким же, как вчера или завтра» (Ритцер 2011: 260). Посетители могут выбрать знакомое по названию блюдо, если опасаются ошибиться с выбором.

Д. Макканнел вводит понятия зрелищной и маркерной вовлеченности. Посетителя ресторана интересуют конкретные маркеры: меню с описаниями, униформа официантов, орнамент на тарелках, нарративы об «исконности» блюд (Макканнел 2016: 164–165). В общероссийских и мировых сетевых заведениях маркерная вовлеченность в значительной степени стандартизирована и предсказуема (фразы кассиров, логотипы, дизайн упаковки). При этом в локальных кафе и ресторанах наблюдается гибрид маркеров аутентичности (эрзянский и мокшанский орнамент, названия блюд) и маркеров глобализации (пицца, «Цезарь», «Стриплойн»). Кроме того, фудтраки и кафе с мордовской едой не предлагают экзотические блюда, например, с мясными субпродуктами. В меню, как правило, представлены привычные для большинства людей блины или пельмени.

Информанты старшего поколения предпочитают столовые, так как для них ассортимент этих заведений более предсказуем и по вкусовым и по финансовым характеристикам.

«В Саранске выбирали что подешевле и ближе к деревне: суп щи, блины брали. В столовых» (ПМА. Старошайговский р-н. д. Старая Теризморга. Сентябрь 2024 г.).

Другое важное проявление предсказуемости — стандартизация упаковки. Вкус блюда может иметь некоторые неожиданности: его можно недосолить, пережарить, принести холодным. При этом каждый раз его обернут в одну и ту же упаковку или подадут на тарелках с одним и тем же орнаментом. Стандарты есть и в дизайне помещения. Американский исследователь В. Беласко считает, что один из основателей франшизы McDonalds Р. Крок построил идеальный бизнес этнического фастфуда, создав пространство, похожее на больничное, в котором яркое освещение, персонал обычно состоит из хорошо одетых подростков и молодежи, яркая униформа, быстрое обслуживание, простое фотогеничное меню, а само заведение хорошо видно с дороги. По этой же причине, в XX столетии в США итальянские кафе были более распространены, нежели китайские, поскольку последние казались мрачными и таинственными, а их меню и официанты — «непостижимыми» (Belasco 1987: 20–21).

В ресторанах Мордовии, как и в большинстве других российских заведений, наблюдается «ритуальность» обслуживания. Кассиры или официанты используют стандартные фразы, чтобы поздороваться с клиентом, обработать заказ или предложить к блюду закуску или напиток.

Важным событием в истории современной Мордовии является Чемпионат мира 2018 г. по футболу, когда г. Саранск был одним из городов-организаторов. В столицу республики приехали тысячи иностранцев. В связи с этим у местных ресторанов появилась задача создать продукты, которые объединяли бы предсказуемые глобализированные черты и локальный мордовский колорит. Одним из таких проектов стал *пачат*-бургер, в котором соединились главный символ мордовской кухни — толстые блины *пачат* и символ глобализации питания и макдональдизации — бургер.

«— В 2017 году к нам пришел запрос, что к нам приедут туристы и нужно сделать национальную кухню, но с акцентом на общую массу, чтобы им подходило, понравилось. Бургеры все знают, все любят. А пшеничные мордовские блины подходят подо все» (ПМА. г. Саранск. Сентябрь 2024 г.).

Данное блюдо является примером *адаптации* (принятия чужого элемента в свою среду) и *адаптации* (изменения себя под воздействием внешних условий), которые вводит С. И. Рыжакова в вышеупомянутой статье.

Старбакизация

Дж. Ритцер отметил, что если бы он писал книгу сейчас, то она бы называлась «старбакизация общества» (Ритцер 2011: 508). “Starbucks” — сеть кофеен, основанная в 1971 г. в США. На сентябрь 2018 г. сеть Starbucks объединяла свыше 29 тыс. торговых точек в 75 странах мира (Иванова, Пименова 2019: 159). В России эти кофейни были в нескольких крупных городах до 2022 г. В г. Саранске данная сеть не была представлена. Тем не менее, у заведений г. Саранска и других городов проследить старбакизированные черты представляется возможным. “Starbucks” и схожие сети кофеен можно определить как «третье место», то есть как пространство для неформальных встреч. Starbucks изменил образ жизни американцев. Исследователь Эн-Ин Лин, исследуя заведения этой сети в Тайбэе, считает, что единообразное оформление, стандартизированный товар, т. е. макдональдизированные черты, а также пространство и атмосфера внутри заведения создали образ «третьего места» (En-Ying Lin 2012).

Дж. Ритцер считает, что старбакизация по сравнению с макдональдизацией сглаживает ее недостатки и имеет некоторые отличия. Одним из таких является «со-

здание оазиса»: «Например, вместо жестких и неудобных сидений «Макдональдса» «Старбакс» предложил то, что можно определить, хотя бы частично, как мягкие кресла, диваны, а также комфортные стулья и столы». Дж. Ритцер пишет о «романтическом привкусе» посреди рутинного дня, а также о «позволительной роскоши» (Ритцер 2011: 514–515). Таким образом, старбакизацию можно определить как макдональдизацию вместе с созданием культурных атмосфер. Заведения выходят за рамки лишь предоставления услуги, им важно создать «образ места» у покупателя, который зависит от обстановки.

Интерьеры саранских ресторанов, например, «Мордовского подворья» или кафе «Наварим-нажарим» включают в себя этнический орнамент, широкие сиденья, полки с соленьями, деревянную резьбу, напоминающую интерьер деревенских домов. Эти предметы создают ощущение комфорта и чувство родного дома в городской среде. Таким образом, интерьер также является характерной чертой контроля над потребителем.

Макдональдизация вне общепита

Макдональдизация охватывает не только сферу общепита, но и домашний быт. Улучшение условий жизни в сельской местности упростило процесс приготовления пищи. К XXI в. газификация пришла во многие мордовские деревни, газовые плиты вытеснили печи.

«Газ провели к нам в 90-м году, до этого были печки, в них все пекли» (ПМА. Рузаевский р-н. с. Перхляй. Сентябрь 2024 г.).

Оптимизация быта заключается и в распространении продуктовых магазинов. Респонденты сравнивали ассортимент магазинов советского времени, 1990-х годов и современности:

«У меня родители в девяностые годы мололи, ездили куда-то на мельницу, где-то в деревне у нас, мололи пшеницу, и мы прямо уже из этой муки сами пекли хлеб. Потому что продуктов в магазине особо не было». (ПМА. Кочкуровский р-н. д. Подлесная Тавла. Ноябрь 2023 г.).

Данный процесс является трудоемким и долговременным, получаемый хлеб является уникальным (а главный признак предсказуемости — продукт идентичен в разных местах).

В настоящее время значительную роль играют продуктовые магазины. Информанты отмечают как положительные стороны походов в магазин (экономия времени и сил), так и недостатки (качество продуктов значительно хуже домашних).

«— Вот три магазина. Едешь днем с работы домой, едешь через магазин. Вечером едешь снова, мы на велосипедах катаемся, снова через магазин.

— А что в магазинах покупаете? (Соб. Пискунов Т.)

— Хлеб — это сто процентов. Молоко, вот корову продали. Соль, сахар, спички, стиральный порошок. А когда и колбаску возьмем» (ПМА. Старошайговский р-н. д. Старая Теризморга. Сентябрь 2024 г.).

Макдональдизация проявляется в том, что более простые в приготовлении блюда и напитки вытесняют более сложные несмотря на то, что последние являются этническими символами

«Сейчас уже в ход пошли газированные напитки. Нам в облегчение. Раньше позу делали. Сейчас уже и соки пошли, не каждый может себе позволить позу готовить. Уже лень, неохота» (ПМА. Старошайговский р-н. д. Старая Теризморга. Сентябрь 2024 г.).

Повседневный рацион ряда информантов также можно назвать макдональдизированным несмотря на то, что он не содержит фастфуда и не кажется новшеством глобализованного мира. Завтрак, обед или ужин чаще всего представляет собой определенный набор блюд, приготовление которых не вызывает особых трудностей. На завтрак едят различные каши, творог или яйца, обедают супом, ужин — менее питательный, чем завтрак или обед.

«На завтрак едим геркулесовую кашу или пшенную, творожок, чай. На обед первое. И на полдник или кофе или чай попою с сыром, например. А на ужин могу и не покушать, вроде как, но легкий ужин» (ПМА. г. Москва. Март 2024 г.).

«Утром яичница, в обед суп можно, а вечером — что попадет» (ПМА. Рузаевский р-н. с. Перхляй. Сентябрь 2024 г.).

В целом, такой рацион характерен для многих регионов России.

Таким образом, рацион современной мордвы в целом можно назвать *предсказуемым, упрощенным, контролируемым, универсальным*. Подводя итог, отмечу, что глобализация и урбанизация как ключевые процессы современности способствуют распространению макдональдизации, которая становится важным элементом рационализации общества. В условиях ускорения темпа жизни и роста городов рестораны быстрого питания предлагают эффективные и стандартизированные решения. Макдональдизация, предложенная Дж. Ритцером, остается актуальной для анализа современных процессов в сфере общественного питания. «Макдональдизация-старбакизация» как концепция эволюционирует, актуализируется и уточняется, однако ее применение в разных культурах в настоящее время ограничено.

Процесс распространения фастфудов в Мордовии находится на начальном этапе. В регионе нет местных сетевых заведений национальной кухни. Подобные этнические рестораны, как правило, находятся в г. Саранске, в других районах они не представлены. Этнические кафе и рестораны применяют элементы макдональдизации в своей работе.

Введение унифицированной полуготовой пищи в домашний быт также становится заметной тенденцией в алиментарной культуре мордвы. Упрощение процесса приготовления пищи, использование полуфабрикатов и стандартизация рациона свидетельствуют о влиянии макдональдизации на повседневную жизнь современных жителей городов и сельских районов. Отношение к макдональдизации среди населения Мордовии неоднозначно. С одной стороны, она воспринимается как удобная практика экономии времени, с другой — вызывает критику за снижение качества пищи, потенциальный вред для здоровья и утрату традиций.

Заключение

Таким образом, макдональдизация продолжает оставаться значимым процессом, фрагментарно влияющим на культуру питания, быт и социальные практики, но её развитие сопровождается последствиями, требующими дальнейшего изучения и осмысления. С одной стороны, макдональдизация позволяет готовить, распространять и потреблять большие объемы мордовских угощений, создавать конкурентоспособ-

ный продукт. Из-за того, что в Мордовии фастфуд, включая пиццу, бургеры и другие блюда глобальной кухни, прочно вошел в рацион населения, приготовление мордовской пищи стало встречаться реже, что отражает общие тенденции изменения пищевых привычек под влиянием глобализации.

В условиях макдональдизации актуальными становятся процессы адаптации и адапции. Они приводят к смещению «регистра истинности»: аутентичным в современных условиях признается не только способ приготовления или «исконность» рецепта, сколько его способность эффективно репрезентировать идентичность. При этом, для создания чувства аутентичности важную роль играют культурные атмосферы, которые возникают при взаимодействии потребителя с окружающей средой. В таких условиях значимы различные интерактивные модели репрезентации продуктов, в том числе и в алиментарной сфере.

Источники и материалы

- ПМА — Полевые материалы автора. Экспедиции в Республику Мордовия 2023–2024 гг. (Кочкуровский, Лямбирский, Старошайговский, Рузаевский, Большеберезняковский районы Мордовии, г. Саранск).
- Белоусов 2018 — Белоусов С. «Медвежья лапа», поза и пачат. Традиционные блюда мордовской кухни // РИА Новости. 19.04.2018. [Электронный ресурс]. <https://ria.ru/20180419/1517747083.html> (дата обращения: 25.02.2026).
- ВПН 1989 — Всесоюзная перепись населения 1989 года. Том 1. Ч 1. Табл. 3. Численность наличного населения союзных и автономных республик, автономных областей и округов, краев, областей, районов, городских поселений и сел-райцентров.
- Маркова 2008 — Маркова С. С. Мордовская кухня. Саранск: Мордов. кн. изд-во, 2008. 216 с.
- Зотова 1977 — Зотова А. В. Мордовская кухня. Саранск: Мордов. кн. изд-во, 1977. 112 с.
- Сибирская 2012 — Сибирская Ю. 20 декабря — день открытия «Макдональдса» в Саранске // Деловой Саранск. [Электронный ресурс]. <https://delovoy-saransk.ru/news/society/otkrytie-makdonaldsa-v-saranske-3185.html> (дата обращения: 04.02.2026).
- Черная 2023 — Черная А. В Саранске открылся первый фудтрак с мордовскими блюдами // газета Комсомольская правда. 1.12.2023. [Электронный ресурс]. <https://www.penza.kp.ru/daily/27589.5/4860075/> (дата обращения: 28.02.2026).
- Росстат 2024 — Численность постоянного населения Российской Федерации по муниципальным образованиям на 1 января 2024 года. М.: Росстат, 2024.

Научная литература

- Балашов В. А. Бытовая культура Мордвы. Традиции и современность. Саранск: Мордовское книжное издательство, 1992. 252 с.
- Белицер В. Н. Мордва-каратаи и их культура // Вопросы этнической истории мордовского народа / отв. ред. В. Н. Белицер, К. А. Котков. М.: Изд-во АН СССР, 1960. С. 227–255.
- Галиева Ф. Г. Традиционная кухня у современного мордовского населения Башкортостана // Томский журнал лингвистических и антропологических исследований. 2026. №1. С. 75–83. <https://doi.org/10.23951/2307-6119-2026-1-75-83>
- Евсеев М. Е. Братчины и другие религиозные обряды мордвы Пензенской губернии. Петрозаводск: Тип. В. Д. Смирнова, 1914. 44 с.
- Иванова А. П., Пименова А. И. Анализ деловой активности Starbucks corporation // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2019. № 11–3 (38). С. 159–162.
- Кандрина И. А., Щанкина Л. Н. Традиционное питание мордвы Республики Мордовия и Дальнего Востока // Вестник Тамбовского государственного технического университета. 2011. № 1. С. 230–241.

- Корнишина Г. А. Функционально-смысловое значение ритуальных трапез в традиционной культуре мордвы // Вестник угроведения. 2014. № 3 (18). С. 144–149.
- Макканелл Д. Турист: новая теория праздного класса. М.: Ад Маргинем Пресс, 2016. 280 с.
- Мезин П. М. Материальная культура мордвы — эрзи и мокши (пища, утварь, одежда). Саранск, 1994. 19 с.
- Мокишин Н. Ф. Материальная культура мордвы: этнографический справочник. Саранск: Мордовское книжное издательство, 2002. 207 с.
- Мокишина Е. Н. Религиозная жизнь мордвы в работах М. Е. Евсеева // Социально-политические науки. 2013. № 3. С. 114–116.
- Пискунов Т. В. Поиски идентичности в культуре питания современной мордвы // История еды и традиции питания народов мира: Материалы VII Международного научно-практического симпозиума. М.: Новое время, 2025а. С. 272–276.
- Пискунов Т. В. Роль праздничной пищи в репрезентации этнической идентичности современной мордвы // Этнос и культуры Урало-Поволжья: история и современность: материалы XIX Всероссийской научно-практической конференции молодых ученых / отв. ред. А. Г. Колонских. Уфа: Информреклама, 2025б. С. 112–116.
- Ритцер Д. Макдональдизация общества 5. М.: Праксис, 2011. 592 с.
- Рыжакова С. И. «Хлебные мантры» и «японские чаши» у латышей. К вопросу о проблемах аутентичности и «регистрах истинности» в современной этнографии // Этнографическое обозрение. 2006. № 1. С. 109–128.
- Сушкова Ю. Н., Мокишин Н. Ф. Традиционные напитки в жизни мордвы // Хмельное и иное: Напитки народов мира / отв. ред. С. А. Арутюнов, Т. А. Воронина. М.: Наука, 2008. С. 274–283.
- Хобсбаум Э. Изобретение традиций // Вестник Евразии. 2000. № 1. С. 47–62.
- Якунчева М. Г. Система и этикет питания мордвы конца XIX — начала XX века: дис. ... канд. ист. наук. Саранск, 2004. 215 с.
- Belasco W. J. Ethnic Fast Foods: The Corporate Melting Pot // Food and Foodways. 1987. Vol. 2. No. 1. P. 1–31. <https://doi.org/10.1080/07409710.1987.9961902>
- Cole S. Beyond Authenticity and Commodification // Annals of Tourism Research. 2007. Vol. 34. No. 4. P. 943–960. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2007.05.004>
- Counihan M. Food Rules in the United States: Individualism, Control, and Hierarchy // Anthropological Quarterly. 1992. Vol. 65. No. 2. <https://doi.org/10.2307/3318134>
- En-Ying Lin Starbucks as the Third Place: Glimpses into Taiwan's Consumer Culture and Lifestyles // Journal of International Consumer Marketing. 2012. Vol. 24. No. 1–2. P. 119–128. <https://doi.org/10.1080/08961530.2012.650142>
- George E. W. Intangible Cultural Heritage, Ownership, Copyrights, and Tourism // International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research. 2010. Vol. 4. No. 4. P. 376–388. <https://doi.org/10.1108/17506181011081541>
- Kolehmainen M., Mäkinen K. Affective Labour of Creating Atmospheres // European Journal of Cultural Studies. 2019. Vol. 24. No. 2. P. 448–463. <https://doi.org/10.1177/1367549419886021>
- Luebe D., Hussin H. Between Cultural and Commercial of Nyonya Food in Melaka // AMUDE-RA-Journal of Maritime and Coastal Studies. 2019. Vol. 1. No. 1. P. 54. <https://doi.org/10.22452/samudera.voll1no1>
- Xie P. F. The Bamboo-beating Dance in Hainan, China: Authenticity and Commodification // Journal of Sustainable Tourism. 2003. Vol. 11. No. 1. P. 5–16. <https://doi.org/10.1080/09669580308667190>

References

- Balashov, V. A. 1992. *Bytovaia kul'tura Mordvy. Traditsii i sovremennost'* [Everyday Culture of the Mordovians. Traditions and Modernity]. Saransk: Mordovskoe knizhnoe izdatel'stvo. 252 p.
- Belasco, W. J. 1987. Ethnic Fast Foods: The Corporate Melting Pot. *Food and Foodways* 2(1): 1–31. <https://doi.org/10.1080/07409710.1987.9961902>

- Belitser, V. N. 1960. Mordva-karatai i ikh kul'tura [The Mordvin-Karatai and Their Culture]. In *Vo-prosy etnicheskoi istorii mordovskogo naroda* [Studies on the Ethnic History of the Mordvin People], ed. by V. N. Belitser, and R. A. Kotkov. Moscow: Izdatel'stvo AN SSSR. 227–255.
- Cole, S. 2007. Beyond Authenticity and Commodification. *Annals of Tourism Research* 34(4): 943–960. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2007.05.004>
- Counihan, M. 1992. Food Rules in the United States: Individualism, Control, and Hierarchy. *Anthropological Quarterly* 65(2): 55–66. <https://doi.org/10.2307/3318134>
- En-Ying Lin. 2012. Starbucks as the Third Place: Glimpses into Taiwan's Consumer Culture and Lifestyles. *Journal of International Consumer Marketing* 24(1–2): 119–128. <https://doi.org/10.1080/08961530.2012.650142>
- Evseviev, M. E. 1914. *Bratchiny i drugie religioznye obriady mordvy Penzenskoi gubernii* [Brotherhoods and Other Religious Rites of the Mordovians of Penza Province]. Petrograd: Tipografiia V. D. Smirnova. 44 p.
- Galieva, F. G. 2026. Traditional Cuisine Among the Modern Mordovian Population of Bashkortostan. *Tomsk Journal of Linguistics and Anthropology* 1: 75–83. <https://doi.org/10.23951/2307-6119-2026-1-75-83>
- George, E. W. 2010. Intangible Cultural Heritage, Ownership, Copyrights, and Tourism. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research* 4(4): 376–388. <https://doi.org/10.1108/17506181011081541>
- Ivanova, A. P., and A. I. Pimenova. 2019. Analiz delovoi aktivnosti Starbucks corporation [Analysis of Business Activity of Starbucks Corporation]. *Mezhdunarodnyi zhurnal gumanitarnykh i estestvennykh nauk* 11–3(38): 159–162.
- Kandrina, I. A., and L. N. Shchankina. 2011. Traditsionnoe pitanie mordvy Respubliki Mordoviia i Dal'nego Vostoka [Traditional Nutrition of the Mordovians of the Republic of Mordovia and the Far East]. *Vestnik Tambovskogo gosudarstvennogo tekhnicheskogo universiteta* 1: 230–241.
- Kolehmainen, M., and K. Mäkinen. 2019. Affective Labour of Creating Atmospheres. *European Journal of Cultural Studies* 24(2): 448–463. <https://doi.org/10.1177/1367549419886021>
- Kornishina, G. A. 2014. Funktsional'no-smyslovoe znachenie ritual'nykh trapez v traditsionnoi kul'ture mordvy [The Functional and Semantic Meaning of Ritual Meals in the Traditional Culture of the Mordovians]. *Vestnik ugrovedeniia* 3(18): 144–149.
- Luebe, D., and H. Hussin. 2019. Between Cultural and Commercial of Nyonya Food in Melaka. *SAMUDERA — Journal of Maritime and Coastal Studies* 1(1): 54. <https://doi.org/10.22452/samudera.vollno1>
- MacCannell, D. 2016. *Turist: novaia teoriia prazdnogo klassa* [The Tourist: A New Theory of the Leisure Class]. Moscow: Ad Marginem Press. 280 p.
- Mezin, P. M. 1994. *Material'naia kul'tura mordvy — erzi i mokshi (pishcha, utvar', odezhda)* [Material Culture of the Erzya and Moksha Mordovians (Food, Utensils, Clothing)]. Saransk. 19 p.
- Mokshin, N. F. 2002. *Material'naia kul'tura mordvy: etnograficheskii spravochnik* [Material Culture of the Mordovians: An Ethnographic Handbook]. Saransk: Mordovskoe knizhnoe izdatel'stvo. 207 p.
- Mokshina, E. N. 2013. Religioznaia zhizn' mordvy v rabotakh M. E. Evsev'eva [Religious Life of the Mordovians in the Works of M. E. Evseviev]. *Sotsial'no-politicheskie nauki* 3: 114–116.
- Piskunov, T. V. 2025a. Poiski identichnosti v kul'ture pitaniia sovremennoi mordvy [The Search for Identity in the Food Culture of Modern Mordovians]. In *Istoriia edy i traditsii pitaniia narodov mira: Materialy VII Mezhdunarodnogo nauchno-prakticheskogo simpoziuma* [Food History and Dietary Traditions of World Peoples: Proceedings of the VII International Scientific and Practical Symposium]. Moscow: Novoe vremia. 272–276.
- Piskunov, T. V. 2025b. Rol' prazdnichnoi pishchi v reprezentatsii etnicheskoi identichnosti sovremennoi mordvy [The Role of Festive Food in the Representation of Ethnic Identity of Modern Mordovians]. In *Etnosy i kul'tury Uralo-Povolzh'ia: istoriia i sovremennost': materialy XIX Vserossiiskoi nauchno-prakticheskoi konferentsii molodykh uchenykh* [Ethnic Groups and Cultures of the Ural-Volga Region: History and Contemporary Issues: Proceedings of the

- XIX All-Russian Scientific and Practical Conference of Young Scholars], ed. by A. G. Kolon-skikh. Ufa: Informreklama. 112–116.
- Ritzer, D. 2011. *Makdonaldizatsiia obshchestva 5* [The McDonaldization of Society 5]. Moscow: Praksis. 592 p.
- Ryzhakova, S. I. 2006. «Khlebnye mantry» i «yaponskie chashi» u latyshei. K voprosu o proble-makh autentichnosti i «registrakh istinnosti» v sovremennoi etnografii [“Bread Mantras” and “Japanese Bowls” among the Latvians. On the Issue of Problems of Authenticity and “Registers of Truth” in Contemporary Ethnography]. *Etnograficheskoe obozrenie* 1: 109–128.
- Sushkova, Yu. N., and N. F. Mokshin. 2008. Traditsionnye napitki v zhizni mordvy [Traditional Drinks in the Life of the Mordovians]. In *Khmel'noe i inoe: Napitki narodov mira* [Alcoholic and Beyond: Drinks of the World's Cultures], ed. by S. A. Arutiunov and T. A. Voronina. Mos-cow: Nauka. 274–283.
- Xie, P. F. 2003. The Bamboo-Beating Dance in Hainan, China: Authenticity and Commodifica-tion. *Journal of Sustainable Tourism* 11 (1): 5–16. <https://doi.org/10.1080/09669580308667190>
- Yakuncheva, M. G. 2004. *Sistema i etiket pitaniia mordvy kontsa XIX — nachala XX veka* [The Food System and Etiquette of the Mordovians in the Late 19th — Early 20th Centuries]. Ph. D. diss., Mordovian State University. 215 p.