

УДК 663.953:930.85(44)"165/17"
ББК 85.103(4)51-022.70
DOI 10.25281/2072-3156-2025-22-4-396-406

Б.Л. ШАПИРО

ВЕЩНЫЙ МИР «КИТАЙСКОГО» ЧАЕПИТИЯ В ЕВРОПЕ ВТОРОЙ ПОЛОВИНЫ XVII — XVIII ВЕКА

Бэлла Львовна Шапиро,

Российский государственный гуманитарный университет,
кафедра кино и современного искусства,
профессор
Миусская пл., д. 6, Москва, 125047, Россия

доктор культурологии, кандидат исторических наук,
доцент
ORCID 0000-0001-5616-8898; SPIN 1207-7478
b.shapiro@mail.ru

Реферат. Псевдокитайская эстетика вещного мира чаепития, сложившаяся в Европе второй половины XVII — XVIII в., была обусловлена изначальным развитием в рамках шинуазри — мифа о далеком и сказочно богатом Китае, сложенного европейцами и для европейцев. Со временем, не ранее начала XVIII в., получают развитие собственные, самостоятельные традиции вещного оформления чайного ритуала. К этому времени чаепитие стало важнейшей социальной практикой, что способствовало дальнейшему формированию его правил и складыванию связанного с ним вещного мира. Высшая точка этого процесса приходится на середину XVIII в., когда вещи — символы чаепития (прежде всего чашка, чайник и чайный сервиз) приобре-

тают самостоятельные и классические формы. Тогда же чаепитие в Европе становится устоявшимся общественным обычаем с известным этикетом и характерной культурой. В это время оно пока еще находится в рамках аристократического быта: дефицит и дороговизна чая, дорогостоящая атрибутика, сопровождавшая его подачу, а также необходимый для его потребления досуг строго ограничивали использование чая лишь высшими слоями общества. Чаепитие, как и владение предметами сервировки чайного стола, означало причастность к культурным трендам, было вопросом социального престижа. Процесс «европеизации» китайского чая и оформление вещного мира европейского чаепития проходили синхронно; они получили свое относительное завершение только к третьей четверти XVIII в., когда потребление чая вышло за пределы аристократического круга.

В настоящей статье чаепитие исследуется в междисциплинарном контексте как социальная практика, порожденная стилем шинуазри и раскрывающаяся через призму вещного мира. Подобная постановка вопроса отечественными исследователями до настоящего времени не применялась. Реконструируется процесс «европеизации» китайского чая; уточняется предметный ряд, сопровождавший чаепитие как новую для Европы второй половины XVII — XVIII в. социальную практику, и выявляет-

ся круг наиболее значимых предметов, характеризующий рубежные этапы ее развития. Определена значимость вещей-символов, которые приобрели значение культурных маркеров, демонстрирующих материальную, культурную и социальную состоятельность и изысканный художественный вкус своих владельцев.

Ключевые слова: теория и история культуры, культура повседневности, материальная культура, элитарная культура, идентичность, демонстративное потребление, шинуазри, ориентализм, экзотизм, мода, вещеведение, междисциплинарность.

Для цитирования: Шапиро Б.Л. Вещный мир «китайского» чаепития в Европе второй половины XVII – XVIII века // Обсерватория культуры. 2025. Т. 22, № 4. С. 396–406. DOI: 10.25281/2072-3156-2025-22-4-396-406.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМЫ. ПОДХОДЫ К ИЗУЧЕНИЮ

Стиль «шинуазри» (с французского *chinoiserie* — «китайщина») как наиболее популярный вариант экзотизма получил свое выражение в четырех отдельных системах: торговой, декоративной, пасторальной и в системе идентичностей «свой — чужой». В XVII–XVIII вв. они переживали постоянную трансформацию через переосмысление таких ценностей, как вкус, мода, статус [1, р. 96; 2, р. 134], в том числе посредством демонстративного потребления китайских и «китайских» (псевдокитайских, или шинуазри) вещей и явлений. Одним из них стало «китайское» чаепитие и связанные с ним предметы сервировки.

Парадоксально, что в свете того значения, которое сегодня придается в повседневном быту уже сложившейся культуре чаепития, а также изучению процесса формирования этой культуры, ее китайским истокам уделяется так мало внимания. Это отмечают зарубежные специалисты, занимающиеся историей чая [3, р. 462]. В данном отношении чай как предмет исследований невыгодно выделяется на фоне других новых для Европы китайских товаров второй половины XVII – XVIII в. (прежде всего фарфора, затем лаковой мебели и пр.). В отечественной традиции чаепитие изучается в национально-русском контексте и, за немногим исключением [4], не рассматривается в контексте шинуазри. Для преодоления этого разрыва наиболее перспективным представляется обращение к истории демонстративного потребления, поместив его в контекст анализа взаимоотношений вещей, а также системы, которая ими управляет, и наблюдений за ними [5, с. 13].

Чтобы быть актуальным и современным, такое исследование вещного мира должно разворачиваться на широком культурно-историческом фоне. Это в определенной степени противоречит известной позиции историка и историографа Ю.А. Тихонова, много занимавшегося изучением материальной культуры и быта, согласно которой «вещи как бы говорят за себя и не требуют комментариев» [6, с. 57]: вещи, тем более взятые как отражение специфики того или иного исторического типа культуры, комментариев все-таки требуют.

В соответствии со сказанным предмет настоящего исследования междисциплинарен, он находится на пересечении интересов сразу нескольких отдельных наук: всеобщей истории (вещь как знак исторической опосредованности человеческой деятельности), истории культуры (культура как лицо истории), теории демонстративного потребления и теории роскоши (потребление приобретает символическое значение) [5, с. 13] и, наконец, материальной культуры. При таком подходе «материальная культура выступает как атрибутивная черта истории: в ее силах существенно дополнить историю общества... включая национально-культурную идентичность» [7, с. 114].

Цель исследования формулируется как конструирование контекстуальной истории вещного мира чаепития в стиле шинуазри, задачами же становятся реконструкция культурно-исторического процесса «европеизации» китайского чая и его социального контекста; уточнение предметного ряда, необходимого для чаепития в стиле шинуазри; выделение из этого ряда наиболее значимых предметов (вещей-символов) и определение их символической значимости. Подобным образом вопрос ставится впервые.

В данном контексте вещеведение может быть логично и убедительно представлено в рамках как исторической, так и культурологической методологии познания [7, с. 114]. Из тех методов, применение которых не «лежит на поверхности», наиболее перспективным представляется биографический (вещи, созданные человеком и для человека), как у отечественных исследователей [4], так и у зарубежных [8; 9].

«ТРЕУГОЛЬНАЯ» ТОРГОВЛЯ И КОЛОНИАЛЬНАЯ СИСТЕМА

Чаепитие стало значимой частью, визитной карточкой европейской повседневности (прежде всего британской, с ее послеобеденным, или пятичасовым, чаем) только в XIX в., но становление культуры чаепития в Европе началось намного раньше. Оформление колониальной системы мира после первой заокеанской экспедиции

Колумба (1492) способствовало развитию моды на все экзотическое. Процесс ускорился с вступлением плантационной экономики в фазу активного развития (особенно после окончания Семилетней войны, 1756–1763) и с ростом связанной с ней так называемой треугольной торговли (между Африкой, Новым и Старым Светом) [10, с. 62, 75]. Быстрый рост товарооборота шел параллельно с расцветом трансатлантической торговли и взлетом спроса на экзотические товары: в Европу буквально хлынули ценные сорта древесины и шелк, специи и сахар, а также кофе, чай и шоколад — три напитка, которые европейцы раннего Нового времени символически объединяли в группы, представляющие разные части света: чай символизировал Дальний Восток, кофе — Ближний Восток, шоколад — Новый Свет [3, р. 465; 11, р. 64].

Европа бурно переживала присвоение экзотики. Эмоциональный ответ европейца на этот процесс может быть проиллюстрирован словами Робинзона Крузо, героя романа Д. Дефо (1719), в основу которого положена реальная история шотландца А. Селькирка: «Я... с тайным удовольствием... подумал, что все это мое, я — хозяин этой земли, мои права на нее бесспорны»¹. Экзотическая культура далеких стран (включая Восток как ее часть) для европейца стала вместилищем романтики: не географическая данность, но глубоко укоренившийся воображаемый образ, неиссякаемый источник фантазий, будоражащий воображение [12, с. 154]. «Восток всегда был мечтой моей унылой жизни, которую я влачил среди осенних и зимних туманов родной долины», — такими словами описывал поэт А. де Ламартин традиционные для европейца Нового времени мечты о «чувственной встрече» с восточным «Другим» [5, с. 167].

ШИНУАЗРИ КАК УТОПИЯ

Первые относительно систематические поступления китайских вещей и предметов искусства (прежде всего декоративно-прикладного) в Европу — случайные: это были посольские дары или объекты международной торговли; они относятся к XIV–XV вв. [13, с. 172]. В XVI в. объемы ввоза несколько увеличились. В XVII в. с Китаем была открыта широкая международная торговля, которую вели английская (с 1600 г.), голландская (с 1602 г.) и французская (с 1664 г.) Ост-Индские компании [14, с. 313]. Из Китая, этой далекой страны, в Европу привозят (стабильно и в значительных объемах) фарфор, мелкую пласти-

ку из резного камня и слоновой кости, изделия из бронзы, лак, шелковый текстиль для обивки стен и изготовления одежды, вышивку, веера, чай, а также «курьезные вещи» — механические игрушки, научные приборы и натуралии. Эти чудесные вещи, сделанные непонятным способом и/или из неизвестных материалов, на европейской земле сохраняли притягательный «аромат Востока» [13, с. 162].

Китай представлялся богатейшим государством не только в торговом, но и в культурном отношении: философия Конфуция олицетворяла представления европейцев об идеальном мироустройстве. К второй-третьей четверти XVII в. Европа была полностью очарована китайской культурой; увлечение принимало характер синомании — безудержной и безотчетной страсти ко всему китайскому. В этот период шинуазри начинает свое формирование как изысканный миф о сказочном Китае, сказка, сложенная европейцами и для европейцев.

Основой псевдокитайской эстетики шинуазри стали скудные, отрывочные и поверхностные знания о реальном Китае, но все же в эпоху раннего Нового времени он был изучен европейцами много лучше, нежели любая другая экзотическая страна. Этому способствовали в том числе и публикации путевых записок побывавших в Китае дипломатов и путешественников. Один из самых ранних и широко распространенных травелогов об этой стране был написан секретарем голландского посольства Й. Ньюхофом, который совершил путешествие в 1655–1657 гг. из Кантона (ныне Гуанчжоу) в Пекин протяженностью 2400 км. Изданный под названием «Посольство Объединенной Ост-Индской компании к великому татарскому Чаму, императору Китая» (1665)², он включал подробный путевой отчет и 150 гравюр, изображающих дворцовую и храмовую архитектуру, особенности местного ландшафта, городского пейзажа, диковинную флору и фауну, а также людей в китайских костюмах. Впервые в истории было опубликовано столь богато иллюстрированное издание, знакомящее не с выдуманным, а с подлинным Китаем: его этнографией, культурой и искусством. В год издания книга Й. Ньюхофа была переведена на французский язык, в следующем году — на немецкий, еще через год — на латынь, что также способствовало росту популярности китайской культуры.

Еще одним надежным и доступным источником знаний стали отчеты миссионеров-иезуитов из Макао, Гуанчжоу и из императорского дворца в Пекине. Они традиционно отзывались о Китае как о высокоразвитой и процветающей стране с богатейшим

¹ Дефо Д. Робинзон Крузо : роман : в 2 т. / пер. с англ. М.А. Шишмаревой, З.Н. Журавской. Новосибирск : Мангазея, 1997. С. 104–105.

² Nieuwhof J. Het gezantschap der Neêrlandsche Oost-Indische Compagnie, aan den grooten Tartarischen Cham, den tegenwoordigen keizer van China. Amsterdam : Jacob van Meurs, 1665. 258 p.

культурным наследием. «Иезуиты заново открыли для изучения Китай», — констатировал автор знаменитого «Ориентализма» Э. Саид [15, с. 80].

И отчеты миссионеров, и труд Й. Ньюхофа оказали большое влияние на умы современников и, в свою очередь, спровоцировали появление новых книг о Китае, авторы которых никогда не покидали Европу и представляли себе китайскую этнографию только по опубликованным материалам и рассказам путешественников. Такие издания предлагали собирательный и утопический образ китайской культуры, прошедший сквозь призму европейского сознания. Все это, в свою очередь, стимулировало популярность и дальнейшее развитие шинуазри. Не случайно рубежный для века год (1700) при дворе знаменитого Людовика XIV встречали на китайский манер — с чаепитием в китайских интерьерах и костюмах [16, с. 66].

ШИНУАЗРИ КАК MODUS VIVENDI

Рост спроса на китайское и «китайское» (псевдокитайское) закономерно привел к новому витку популярности того и другого в новом (XVIII) столетии. Потребляя экзотику, обыватель мысленно переносился в богатейшую страну, населенную беззаботным и счастливым народом, управляемую мудрым императором; тем более что эпоха императора Цяньлуна (1711–1799, годы правления 1735–1796) была самым ярким периодом в истории императорского Китая, эпохой его процветания.

Мода на шинуазри выходит на пик к середине XVIII века. Именно тогда в европейской культуре появляются такие шедевры декоративно-прикладного искусства, как фарфоровые каминные часы в стиле шинуазри, выполненные Ж. Леруа (1745–1749); кровати *à la chinoise* Т. Чиппендейла (1750-е гг.); комоды Ж. Дюбуа, фанерованные панелями черного китайского лака и дополненные европейским лаком *vernis martin* (1755); серия из шести комодов Ш. Крессана, украшенных бронзовыми фигурками «детей, раскачивающих обезьянку» (1749–1755); знаменитый «обезьяний оркестр» — набор фарфоровых статуэток из 19 фигурок И.И. Кендлера (1753) и др. «Обезьянщина», или сэнжери (от фр. *singe* — обезьяна), получила свое место в кругу типичных сюжетов шинуазри в том числе под влиянием раздела «О странных зверях Китая» книги Ньюхофа [17, р. 60].

В это же время шинуазри завоевывает место и на сцене³, о чем свидетельствуют многочислен-

ные театральные постановки; из этого широкого круга наиболее известны две оперы «Китайский герой» Дж. Бонно (1752) и «Китайки» К.В. Глюка (1754), а также балет «Китайский праздник» («Китайские метаморфозы») Ж.Ф. Рамо в хореографии Ж.Ж. Новерра (1754). В контексте настоящего исследования наиболее примечателен сюжет «Китайнок», где в центр внимания помещены три китайские аристократки, очаровательные и изящные, наслаждающиеся чайной церемонией. Эта опера впервые была исполнена еще в 1735 г. на домашней сцене — в апартаментах австрийской эрцгерцогини Марии Терезии, декорированных по-китайски, причем сама эрцгерцогиня играла роль старшей из трех героинь [17, р. 83, 92; 18, р. 71–74, 76; 19, р. 169–170].

В те же годы под влиянием серии рисунков У. Чемберса «Дизайн китайских строений» (1757) в моду входит парк англо-шинуа и так называемые чайные сады с «китайскими» садовыми павильонами и беседками для чаепития [20, р. 9]. Одно из самых известных строений этого ряда — китайский чайный домик дворца Сан-Суси в Потсдаме (1755–1764), выполненный И.Г. Бюрингом по рисункам своего венценосного заказчика — короля Пруссии Фридриха II Великого.

Тогда же шведской королеве Луизе Ульрике Прусской, младшей сестре Фридриха Великого, был подарен китайский павильон во дворце Дротнингхольм (1753). В честь этого события была устроена тщательно продуманная церемония: двор был одет в китайские костюмы, а ключи королеве вручил ее семилетний сын в одеянии китайского мандарина. Залы павильона наполняли предметы роскоши, привезенные из Китая шведской Ост-Индской компанией. Празднество завершилось балетом в китайском стиле [17, р. 79; 21, р. 76]. Придуманный европейцами «Китай» стал символом власти, богатства, утонченности и изысканности, а концентрация «китайских» предметов в особых комнатах, кабинетах, павильонах, домиках, начиная с псевдокитайского Фарфорового Трианона Людовика XIV в Версале (1670), стала маркером высокого культурного, социального и материального статуса.

«КИТАЙСКОЕ» ЧАЕПИТИЕ В ЕВРОПЕ

Распространение чая и «чайный» вопрос. Чай, кофе и горячий шоколад появились на столах обеспеченных европейцев примерно в одно время, расширив ассортимент продуктов питания демонстративного потребления [13, с. 186]. Потребление чая (как, впрочем, и кофе) довольно скоро выбилося из этого ряда и приняло особые формы, став основой новой социальной практики — чаепития [22, р. 3, 96].

³ Первое музыкально-сценическое произведение в стиле шинуазри — опера «Королева фей» Г. Пёрселла (1692) в сценографии Р. Робинсона.

Масштабный ввоз китайского чая в Европу начался с 1610 г.: сперва он поступал в Голландию, откуда местные торговцы развозили его в другие страны [14, с. 720]. В Англию — будущий центр европейской чайной культуры — китайский чай был завезен голландской Ост-Индской компанией в конце 1650-х — начале 1660-х гг., английской Ост-Индской компанией — в 1669 г. [20, р. 1; 23, р. 7–13; 24, р. 5]. Считается, что первое английское чаепитие состоялось благодаря секретарю морского ведомства С. Пипсу (о чем он сделал запись в своем дневнике от 25 сентября 1660 г.), однако известно, что еженедельный журнал *Mercurius Politicus* уже двумя годами ранее рекламировал новый товар в следующих выражениях: «Это превосходный китайский напиток, называемый китайцами *Tcha*, а другими народами *Tau* или *Tee*. Он одобрен врачами и продается в лондонской кофейне “Голова султана”, что у Королевской биржи» (опубликовано 30 сентября 1658 г.) [24, р. 5]. В 1659 г. чай появился в продаже и в других кофейнях Лондона. Ритуал чаепития с известным этикетом был введен в 1662 г. супругой короля Карла II Стюарта, которому английская Ост-Индская компания подарила два фунта чая⁴ [24, р. 5, 17].

Изначально чай почитался в Европе за лечебные свойства [3, р. 468; 11, р. 64]; не случайно китайцы, первооткрыватели чая, считали его напитком, который не только утоляет жажду, но и рассеивает печаль [25, р. 302]. Наиболее радикальную точку зрения на «чайный» вопрос выразил голландский врач К. Бонтеку (К. Деккер): убежденный, что чай представляет панацею, он рекомендовал выпивать до 200 чашек в день («чайный» трактат К. Бонтеку был опубликован в 1678 г. и выдержал два переиздания: в 1679 и в 1685 гг. [3, р. 479; 26, р. 357]. К концу XVII в. лечебные свойства чая отошли на второй план, уступив моде на чаепитие как стильное и статусное времяпрепровождение.

В 1678 г. (год первого опубликования «чайного» трактата К. Бонтеку) английская Ост-Индская компания начала регулярный ввоз чая [25, р. 301], а в конце XVII — начале XVIII в. открыла в Китае (Сямьнь/Амой, Гуанчжоу/Кантон) несколько торговых представительств, первоочередной задачей которых был вывоз чая [14, с. 720]. Объемы ввоза китайского чая неуклонно росли, но он облагался столь высокими налогами, что был доступен исключительно представителям элиты⁵. Высшему обществу его подавали как изысканную альтернативу

вину и пиву, тем более что все китайское для европейца являлось символом власти, знатности, богатства и утонченности [13, с. 164; 16, с. 66].

Поклонники чая знали множество его сортов, в том числе экзотических, таких как сиамский, и практиковали множество способов их заваривания [20, р. 49]. Чаю посвящали прозу и поэтические произведения — таковы поэма о чае «Панацея» Н. Тейта (1700, переиздание — 1702)⁶, поэма «В похвалу чая» Р.А. Мотто (1701, переиздание — 1712)⁷, анонимная поэма «Леди с фарфоровыми чашками» (1729)⁸, поэма о чае в трех частях (1743)⁹, поэма «Искусство заваривать чай» (1797)¹⁰ и другие сочинения. Их переиздания свидетельствуют о популярности подобной литературы.

Интерес к диковинкам способствовал развитию моды, высокому спросу и, соответственно, высокой стоимости китайских товаров: чай пока еще был придворной роскошью и употреблялся в небольших количествах, с разумной экономией, из миниатюрных чашек. Его дороговизна и дефицит привели к появлению трех практик: к продаже подделок¹¹, контрабанде (масштабы которой заметно превышали объемы легальных поставок) и разработке заменителей чая. К 1740-м гг. стали известны десятки доступных рецептов последних [3, р. 461–462, 465]. С этого момента и до настоящего времени травяные настои и отвары называются «чай» [3, р. 465].

Вместе с распространением чая в Европе появилась специальная посуда и необходимая утварь для его приготовления и подачи. Изначально они находились под сильным влиянием китайских образцов, а владение ими приносило в повседневный быт нотку китайской изысканности с ее отличным от общепринятого пониманием прекрасного. Изготовленные из фарфора и серебра, такие вещи имели не только утилитарное значение, но и демонстрировали материальную состоятельность, статус и художественный вкус владельца.

Базовые предметы: чайник и чашка. Первоначально, в XVII в., европейцы чай пили из китай-

⁶ Tate N. Panacea, A Poem upon Tea : In Two Cantos. London : J. Roberts, 1700. 58 p. ; Tate N. Panacea, A Poem upon Tea. London : J. Nutt, 1702. 47 p.

⁷ Motteux P. A Poem in Praise of Tea. London : J. Tonson, 1701. 12 p. ; Motteux P. A Poem in Praise of Tea. London : J. Tonson, 1712. 16 p.

⁸ Tea. A Poem: Or, Ladies into China-Cups : A Metamorphosis. London : J. Roberts, 1729. 11 p. Здесь важно отметить, что чай считался напитком женским и семейным, в противовес кофе, который представлялся более мужским; первый магазин чая специально для женщин был открыт в Лондоне в 1717 г. одним из самых известных чайных домов — Twinings [20, р. 10; 24, р. 27].

⁹ Tea, a Poem. In Three Cantos. London : A. Ward, 1743. 47 p.

¹⁰ The Art of Making Tea. A Poem, in Two Cantos. London : T. Conder, Bucklersbury, 1797. 24 p.

¹¹ The Tea Purchaser's Guide. London : G. Kearsley, 1785. 36 p.

⁴ The Diary of Samuel Pepys. Vol. 1. London : George Bell and Sons, 1904. 231 p.

⁵ Discourse II. Of the expensive use of drinking tea // Whipping-tom: or, Rod for a Proud Lady, Bundled up in Four Feeling Discourses, Both Serious and Merry... London : S. Briscoe, 1722. P. 13–20.

ских керамических чаш (рис. 1). С начала XVIII в. появилась практика заказа специальной посуды в Китае, срок выполнения которого был довольно велик, поэтому получила распространение еще одна, более «быстрая», практика — местная роспись китайского фарфорового белья. Затем в обиход входят керамические чашки европейского производства, пока еще близкие к форме китайской чаши, но уже с добавлением ручки и блюдца. Развитие форм чайной чашки проходило постепенно, в течение всей первой половины XVIII века. Во Франции периода расцвета чайной культуры (третья четверть XVIII в.) классическими становятся две формы: чашка *litron*, также известная как «квадратная чаша» (ее высота равна ее диаметру), и чашка *gobelet calabre* — высокая, она сужается у основания и имеет простую ручку с завитком. Обе формы производились в нескольких размерах и максимально широко распространились в Старом и Новом Свете.

Первые чайники — небольшие, высотой не более (а чаще значительно менее) 20 см¹² (рис. 2, 3): малый размер был обусловлен высокой стоимостью чая и его малой доступностью¹³. Их округлые формы изначально были близки к формам китайских винных сосудов. Позже появляются изделия шарообразные или грушевидные; их размеры чуть увеличились, а в период расцвета европейской чайной культуры появляются более крупные чайники различных фантазийных форм, не только серебряные, но и керамические. Среди мотивов декора поначалу более всего были распространены сцены китайского чаепития и другие сюжеты шинуазри, в том числе сэнжери (рис. 4)¹⁴ [11, р. 74; 13, с. 186]. Затем дальневосточные мотивы стали сочетаться с европейскими (рис. 5).

Классический набор для сервировки. Чайный сервиз. Распространение сахара, сначала тростникового, а с последней четверти XVIII в. и свекловичного, сыграло значительную роль в «европеизации» китайского чая. Со временем круг используемых предметов становился все шире. Классический набор для сервировки чайного стола со второй четверти — середины XVIII в. включал:

- ◆ заварочный чайник с ситечком,
- ◆ специальную ложку с перфорированной чашей (для сбора чаинок, случайно попавших в чашку чая) и с длинным заостренным черенком (для очистки носика заварочного чайника),

¹² Например, серебряный чайник (1733–1734) высотой 18,4 см. Метрополитен-музей (Нью-Йорк), инв. № 68.141.88.

¹³ Самый ранний из известных сохранившихся европейских чайников — серебряный позолоченный чайник в форме дыни (1685). Высота 15,2 см. Музей Виктории и Альберта (Лондон), инв. № M.48-1939.

¹⁴ Чайник в форме обезьяны с двумя детенышами. И.И. Кендлер. Мейсен, Германия. Фарфор. 1735. Высота 19,1 см. Метрополитен-музей (Нью-Йорк), инв. № 64.101.200.



Рис. 1. Чайная чаша. Китай. Начало XVII в. Фарфор. Высота 9,5 см, диаметр 5,1 см. Инв. № 23.251.4. Метрополитен-музей. Источник: <https://www.metmuseum.org/art/collection/search/48020> (дата обращения: 01.06.2025)



Рис. 2. Чайник. Шотландия, Эдинбург. 1733–1734 гг. Серебро, дерево. Высота 18,4 см. Инв. № 68.141.88. Метрополитен-музей. Источник: <https://www.metmuseum.org/art/collection/search/204903> (дата обращения: 01.06.2025)



Рис. 3. Чайник. Нидерланды, Делфт. 1671–1708. Красная глина, серебро. Высота 12,4 см, диаметр 18,6 см. Инв. № 2014.712.11. Метрополитен-музей. Источник: <https://www.metmuseum.org/art/collection/search/671534> (дата обращения: 01.06.2025)



Рис. 4. Чайник. Германия, Мейсен. 1735. Фарфор. Высота 19,1 см. Инв. № 64.101.200. Метрополитен-музей. Источник: <https://www.metmuseum.org/art/collection/search/203187> (дата обращения: 01.06.2025)



Рис. 5. Чайник. Италия, Флоренция. 1750–1755. Фарфор. Высота 17,8 см. Инв. № 46.103. Метрополитен-музей. Источник: <https://www.metmuseum.org/art/collection/search/199757> (дата обращения: 01.06.2025)

- ◆ чайник для кипячения воды,
- ◆ чашки с блюдцами и ложечками,
- ◆ молочник или сливочник,
- ◆ две чайные коробки (по одной для черного и зеленого чая),
- ◆ сахарницу (часто в виде ларца с замком)¹⁵,
- ◆ щипцы для кускового сахара (дугобразные или ножничные),
- ◆ бульотку, возможно на поддоне (сосуд на тагане со спиртовкой, поддерживающий нужную температуру воды).

Эти же вещи составили основу чайного сервиза. Китайская культура не знала сервиза в том понимании, в каком его знают в Европе. История сервиза как особой концепции ансамблевой подачи началась в Аугсбурге в последние годы XVII века. Здесь производили маленькие чайно-кофейные серебряные сервизы, украшенные расписными эмалями; все изделия объединялись одним художественным замыслом и оформлялись в одном декоративном стиле. Таков сервиз, выполненный Т. Бауром (1695–1700)¹⁶, предположительно являющийся первым из всех известных сервизов, и сервиз Э. Адама (1708–1710)¹⁷. Затем аугсбургские мастера развили идею, декорируя росписью и металлической оправой мейсенское фарфоровое бельё.

Эволюция стиля. Со стилевой точки зрения чайный сервиз прошел четыре последовательные стадии развития. Изначально он чаще всего был смешанным и включал предметы из фарфора, серебра (возможно, позолоченного), а иногда и горного хрусталя разных производителей (Европа, Дальний Восток). Примером является сервиз для чая, кофе и горячего шоколада (1729–1730), полученный королевой французской, супругой Людовика XV, Марией Лещинской в честь рождения дофина¹⁸. Сервиз включал предметы из фарфора

¹⁵ Специальный сосуд для сахарной пудры появился около 1700 г., первоначально — в форме балясины с отверстиями в верхней части: экземпляры (1680–1710), Лувр (Париж), инв. № ОА 9855 и (1730), Музей Гетти (Лос-Анджелес), инв. № 78.DG.180; затем — в виде фигурок рабов (сборщиков сахарного тростника): экземпляры (1725–1727), Лувр (Париж), инв. № ОА 11749/11750 и (1738–1750), Музей Гетти (Лос-Анджелес), инв. № 88.DH.127.1/2.

¹⁶ Чайный сервиз (1695–1700). Германия, Аугсбург. Мастер серебряных дел, эмальер Т. Баур. Материал: серебро, золото, медь. Техника: ковка, литье, чеканка, золочение, роспись, эмаль. В составе сервиза: 3 чайника, украшенных драконами, чайный короб (или чайница — емкость для хранения чая), 3 сахарницы с крышками, чашки двух разных форм (чайные и кофейные, предположительно по 6 штук каждой) с блюдцами, ложечки. Государственный Эрмитаж, инв. № Э-9127/Э-9137.

¹⁷ Чайный сервиз (1708–1715). Германия, Аугсбург. А. Элиас. Материал: серебро, золото, медь. Техника: литье, золочение, эмаль. Предметы сервиза украшены в стиле «золотые китайцы» по черной эмали. Государственный Эрмитаж, инв. № Э-1672/Э-1675.

¹⁸ Лувр (Париж), инв. № ОА 9598.

и позолоченного серебра, из которого были выполнены сосуды для заваривания чая, кофе, нагревания шоколада на подставке, коробка для специй, кофемолка, сливочник, подсвечник, чайное ситечко, колокольчик, воронка, щипцы для сахара, ложки, специальная ложка с длинным черенком. Фарфоровыми были две чайные чашки с блюдцами, заварочный чайник, сахарница; фарфоровые изделия происходили из разных источников: некоторые из них — китайские и японские, другие — мейсенской мануфактуры [4, с. 136]. В контексте настоящего исследования этот сервиз приобретает символическое измерение.

Это можно сказать и о чайном сервизе регента Филиппа II Орлеанского, изготовленном в Париже (1717–1722) с включением предметов китайского фарфора¹⁹. Сервиз состоит из заварочного чайника, сахарницы с крышкой, двух чашек с блюдцами китайского фарфора, вызолоченных изнутри, бутылочки из горного хрусталя с позолоченной крышкой, двух позолоченных ложек и чеканного золотого подноса. Все предметы помещались в небольшой сундучок, украшенный золотом и фанерованный амарантом и красным деревом (акажу). Сервиз также был супружеским подарком.

Затем появляются вещи европейского производства, подражающие дальневосточным. Примером может служить еще один сервиз для чая и горячего шоколада, изготовленный в Париже (1735)²⁰. Возможно, он принадлежал губернатору Иль-де-Франс (историческая область Франции, Париж и пригороды) графу Л.-А. д'Эврё, зятю А. Кроза, богатейшего человека Франции, сделавшего состояние на «треугольной» колониальной торговле. Сервиз весьма объемный: он включает многочисленные предметы²¹ из фарфора, позолоченного серебра, хрусталя, жести, лака *vernis martin* и ценных сортов дерева. Среди прочего в него входят четыре чашки с блюдцами, сахарница и заварочный чайник из французского мягкого фарфора Сен-Клу, имитирующего китайский фарфор *blanc de Chine* («белое по белому»). Сервиз помещался в сундук из массива палисандрового дерева, покрытого лаком и отделанного шелком, с сервизным подносом «кабаре» в красном лаке *vernis martin* под китайский лак.

¹⁹ Лувр (Париж), инв. № ОА 12237.

²⁰ Частная коллекция. Продано на онлайн-аукционе Christie's № 18931 29 мая 2020 года.

²¹ Все они стали необходимы для сервировки, поскольку к чайному столу подавали: кусковой сахар, хлебобулочные и кондитерские изделия (печенье, булочки, сухарики, бисквиты, пирожные, пироги и пирожки, тартинки и другие сладости) в корзинке/корзинках, сливочное масло, сливки или молоко в сливочнике/молочнике, орехи, мясные закуски, фрукты (свежие, сушеные, засахаренные, печеные и вареные, консервированные; например, были распространены тушеный чернослив, печеная айва и вареные груши), вино и пунш [25, р. 299–300].

В дальнейшем появляются еще более самостоятельные европейские произведения с лаконичными отсылками к китайской культуре, понятными лишь посвященным. Примером может служить севрский фарфоровый чайный сервиз (1753–1755)²² Людовика XV. Дизайн сервиза был разработан художественным директором Севра Ж.-К. Дюплесси. Как главный акцент декора — фон насыщенного бирюзового цвета *bleu celeste* (небесно-голубой) — лишь напоминал влюбленным в шинуазри о самоназвании Китая — Поднебесная (империя. — Б. Ш.), так сам стиль, начинавшийся, конечно же, с подражания, со временем все дальше и дальше отходил от первоначального прототипа.

Тенденции, демонстрирующие независимость от китайской тематики как в формах, так и в декоре чайной посуды, появляются лишь в последней четверти XVIII века²³.

ВЫВОДЫ

Реконструкция процесса «европеизации» китайского чая и уточнение состава предметного ряда (вещного мира), сопровождавшего чаепитие как новую для Европы второй половины XVII — XVIII в. социальную практику, позволили выявить круг наиболее значимых предметов, характеризующих рубежные этапы ее развития. В результате проведенного исследования определена значимость вещей-символов, которые приобрели смысл культурных маркеров, демонстрирующих материальную, культурную и социальную состоятельность и изысканный художественный вкус своих владельцев. Таким образом, история «китайского» чаепития в Европе, развернутая с позиций современного междисциплинарного вещеведения, может стать новой страницей в уже известной истории стиля шинуазри второй половины XVII — XVIII века.

Список источников

1. Porter D. The Chinese Taste in Eighteenth-Century England. Cambridge : Cambridge University Press, 2010. 230 p.
2. Porter D. Taihu Tatlers: Aesthetic Translation in the China Trade // Women and Material Culture, 1660–1830. London : Palgrave Macmillan, 2007. P. 134–147.
3. Hodacs H. Substituting Coffee and Tea in the Eighteenth Century: A Rural and Material History with Global

²² Отдельные предметы из сервиза находятся в крупнейших музеях мира и в частных коллекциях.

²³ См. серебряный чайник известного любителя чая поэта и лексикографа доктора С. Джонсона (1709–1784), хранящийся ныне в библиотеке Хоутона Гарвардского университета (1765–1768, инв. № 2003JM-63).

- Implications // *Journal of Global History*. 2023. Vol. 18. Special Issue 3: Travellers, Traders and Diaspora in Antiquity: Networks and Nodes across the Indian Ocean and Eurasian World. P. 461–480. DOI: 10.1017/S1740022823000086.
4. Шапиро Б.Л. Вещный мир инокини Елены в материалах посмертной описи ее имущества // *Палеороссия. Древняя Русь: во времени, в личностях, в идеях*. 2024. № 2 (26). С. 130–144. DOI: 10.47132/2618-9674_2024_2_130.
 5. Перро Ф. Роскошь: Богатство между пышностью и комфортом в XVIII–XIX веках / пер. с фр. А. Смирновой. Санкт-Петербург : Издательство Ивана Лимбаха, 2014. 283 с.
 6. Тихонов Ю.А. Мир вещей в московских и петербургских домах сановного дворянства : (по новым источникам первой половины XVIII в.). Москва : Кучково поле, 2008. 349 с.
 7. Шапиро Б.Л. Современный учебник по истории материальной культуры: какой он? // *История: факты и символы*. 2022. № 3 (32). С. 114–117.
 8. Pickford S. Tea and Coffee in the Age of Dr. Johnson. London : Dr. Johnson's House Trust, 2008. 66 p.
 9. Pierson S. The Power of Provenance. Dr Johnson's Teapot and the Materialization of Fame // *Transfer: Journal for Provenance Research and the History of Collection*. 2022. № 1. P. 29–43. DOI: 10.48640/tf.2022.1.91511.
 10. Михеев Д.В. Становление системы трансатлантической работорговли // *Метаморфозы истории*. 2020. № 17. С. 62–78.
 11. Roth R. Tea Drinking in 18th-Century America: Its Etiquette and Equipage // *Bulletin of the United States National Museum*. 1961. № 225. P. 61–91.
 12. Иванова В.В. Восток магический. Опыт историко-культурологического обзора // *Россия — Восток. Контакт и конфликт мировоззрений : материалы XV Царскосельской научной конференции : сборник научных статей : в 2 ч.* Санкт-Петербург : Издательство Государственного Эрмитажа, 2009. Ч. 1. С. 154–166.
 13. Неглинская М.А. Шинуазри в Китае: цинский стиль в китайском искусстве периода трех великих правлений (1662–1795). Москва : Институт востоковедения Российской академии наук (ИВ РАН), 2015. 468 с.
 14. Исторический лексикон. XVIII век : энциклопедический справочник / Е.Б. Этингhoff (ред.). Москва : Знание ; Владос, 1996. 800 с.
 15. Сауд Э. Ориентализм. Западные концепции Востока. Санкт-Петербург : Русский мир, 2006. 636 с.
 16. Меньшикова М.Л. Здесь «все дышало амброзией Азии...» // *Воображаемый Восток. Китай «по-русски», XVIII — начало XX века : по материалам выставки «Воображаемый Восток...» в Государственном музее-заповеднике «Царицыно»*, 24 ноября 2015 — 3 апреля 2016 г. Москва : Кучково поле, 2016. С. 66–73.
 17. Kang A. Musical Chinoiserie : PhD Thesis. Nottingham : University of Nottingham, 2011. 351 p.
 18. Красовская В.М. Западноевропейский балетный театр : очерки истории : эпоха Новеppa. Ленинград : Искусство, 1981. 286 с.
 19. Ward A. Pagodas in Play: China on the Eighteenth-Century Italian Opera Stage. Lewisburg : Bucknell University Press, 2010. 232 p.
 20. Reade A. Tea and Tea Drinking. London : Sampson Low, Marston, Searle, & Rivington, 1884. 151 p.
 21. Prussian Gardens in Europe: 300 Years of Garden History / M. Rohde (ed.). Leipzig : Edition Leipzig, 2008. 384 p.
 22. Alcott W.A. Tea and Coffee: Their Physical, Intellectual, and Moral Effects on the Human System. New York : Fowlers and Wells, 1836. 99 p.
 23. Markman E., Coulton R., Dew B., Mauger M. Tea and the Tea-Table in Eighteenth-Century England. London : Routledge, 2011. Vol. 1. 306 p.
 24. Skinner J. Afternoon Tea: A History. Lanham : Rowman & Littlefield, 2019. 244 p.
 25. Andrews J.C. Breakfast, Dinner, and Tea: Viewed Classically, Poetically, and Practically: Containing Numerous Curious Dishes and Feasts of All Times and All Countries. New York : D. Appleton, 1860. 351 p.
 26. Schweikardt Ch. More than just a propagandist for tea: religious argument and advice on a healthy life in the work of the Dutch physician Cornelis Bontekoe (1647–1685) // *Medical History*. 2003. Vol. 47, № 3. P. 357–368. DOI: 10.1017/S0025727300057057.

*Иллюстративный материал
предоставлен автором статьи*

Статья поступила в редакцию 13.09.2024; одобрена после рецензирования 02.04.2025; принята к публикации 04.07.2025.

The Material World of the “Chinese” Tea Party in Europe in the Second Half of the 17th–18th Centuries

Bella L. Shapiro

Russian State University for the Humanities,
6 Miusskaya Sq., Moscow, 125047, Russia
ORCID 0000-0001-5616-8898; SPIN 1207-7478;
b.shapiro@mail.ru

Abstract. *The pseudo-Chinese aesthetics of the object world of tea drinking, which developed in Europe in the second half of the 17th–18th centuries, was conditioned by the initial development within the framework of chinoiserie – the myth of distant and fabulously rich China, created by Europeans and for Europeans. With time, not earlier than the beginning of the 18th century, their own, independent traditions of material design of tea ritual develop. By this time, tea drinking had become the most important social practice, which contributed to the further formation of its rules and the formation of the associated world of things. The highest point of this process occurred in the middle of the 18th century, when things symbolizing tea drinking (primarily the cup, teapot and tea set) acquired individual and classical forms. At the same time, tea drinking in Europe becomes an established social custom with a known etiquette and a characteristic tradition. At this time it is still within the aristocratic culture: the scarcity and costliness of tea, the expensive paraphernalia accompanying its serving, and the leisure time required for its consumption strictly limited the use of tea to the upper classes. Tea drinking, as well as the possession of tea-table decorations, signified participation in current cultural trends and was a matter of social prestige. The process of “Europeanisation” of Chinese tea and the design of the object world of European tea drinking were synchronous; they reached their relative completion only by the third quarter of the 18th century, when tea consumption went beyond the aristocratic circle.*

This article explores tea drinking in an interdisciplinary context as a social practice generated by the chinoiserie style and revealed through the prism of the world of things. Such a formulation of the question by domestic researchers has not been applied so far. We reconstruct the process of “Europeanisation” of Chinese tea; we clarify the range of objects that accompanied tea drinking as a new social practice for Europe in the second half of the 17th–18th centuries, and identify the circle of the most significant objects that characterize the boundary stages of its development. The significance of things-symbols, which acquired the significance of cultural markers demonstrating material, cultural and social wealth and exquisite artistic taste of their owners, is determined.

Key words: theory and history of culture, culture of everyday life, material culture, elitist culture, identity, demonstrative consumption, chinoiserie, orientalism, exoticism, fashion, material science, interdisciplinarity.

Citation: Shapiro B.L. The Material World of the “Chinese” Tea Party in Europe in the Second Half of the 17th–18th Centuries, *Observatory of Culture*, 2025, vol. 22, no. 4, pp. 396–406. DOI: 10.25281/2072-3156-2025-22-4-396-406.

References

1. Porter D. *The Chinese Taste in Eighteenth-Century England*. Cambridge, Cambridge University Press Publ., 2010, 230 p.
2. Porter D. Taihu Tatlers: Aesthetic Translation in the China Trade, *Women and Material Culture, 1660–1830*. London, Palgrave Macmillan Publ., 2007, pp. 134–147.
3. Hodacs H. Substituting Coffee and Tea in the Eighteenth Century: A Rural and Material History with Global Implications, *Journal of Global History*, 2023, vol. 18, Special Issue 3: Travellers, Traders and Diaspora in Antiquity: Networks and Nodes Across the Indian Ocean and Eurasian World, pp. 461–480. DOI: 10.1017/S1740022823000086.
4. Shapiro B.L. Nun Elena’s Belongings in Her Postmortem Inventory, *Paleorosiya. Drevnyaya Rus’: vo vremeni, v lichnostyakh, v ideyakh* [Paleorosiya. Ancient Rus in Time, in Personalities, in Ideas], 2024, no. 2 (26), pp. 130–144. DOI 10.47132/2618-9674_2024_2_130 (in Russ.).
5. Perrot F. *Luxury: Wealth Between Pomp and Comfort in the 18th–19th Centuries*. St. Petersburg, Izdatel’stvo Ivana Limbakha, 2014, 283 p.
6. Tikhonov Yu.A. *Mir veshchei v moskovskikh i peterburgskikh domakh sanovnogo dvoryanstva: (po novym istochnikam pervoi poloviny XVIII v.)* [The World of Things in Moscow and St. Petersburg Houses of the Nobility: (On New Sources of the First Half of the 18th Century)]. Moscow, Kuchkovo Pole Publ., 2008, 349 p.
7. Shapiro B.L. Modern Textbook on the History of Material Culture: What Is It? *Istoriya: fakty i simvol’y* [History: Facts and Symbols], 2022, no. 3 (32), pp. 114–117 (in Russ.).
8. Pickford S. *Tea and Coffee in the Age of Dr. Johnson*. London, Dr Johnson’s House Trust Publ., 2008, 66 p.
9. Pierson S. The Power of Provenance. Dr Johnson’s Teapot and the Materialization of Fame, *Transfer: Journal for Provenance Research and the History of Collection*, 2022, no. 1, pp. 29–43. DOI: 10.48640/tf.2022.1.91511.
10. Mikheev D.V. Establishment of the Transatlantic Slave Trade System in the First Half of the 16th Century, *Metamorfozy istorii* [Metamorphoses of History], 2020, no. 17, pp. 62–78 (in Russ.).
11. Roth R. Tea Drinking in 18th-Century America: Its Etiquette and Equipage, *Bulletin of the United States National Museum*, 1961, no. 225, pp. 61–91.

12. Ivanova V.V. The Magical Orient. Experience of Historical and Cultural Review, *Rossiya — Vostok. Kontakt i konflikt mirovozzrenii: materialy XV Tsarskosel'skoi nauchnoi konferentsii: sbornik nauchnykh statei: v 2 ch.* [Russia and the Orient. Contact and Conflict of Worldviews: Proceedings of the 15th Tsarskoye Selo Scientific Conference: collected articles: in 2 parts]. St. Petersburg, Izdatel'stvo Gosudarstvennogo Ehrmitazha Publ., 2009, part 1, pp. 154–166 (in Russ.).
13. Neglinskaya M.A. *Shinuazri v Kitae: tsinskii stil' v kitaiskom iskusstve perioda trekh velikikh pravlenii (1662–1795)* [Chinoiserie in China: The Qing Style in Chinese Art of the Period of Three Great Reigns (1662–1795)]. Moscow, Institut Vostokovedeniya Rossiiskoi Akademii Nauk (IV RAN) Publ., 2015, 468 p.
14. Ehtingof E.B. (ed.) *Istoricheskii leksikon. XVIII vek: ehntsiklopedicheskii spravochnik* [Historical Lexicon. The 18th Century: an encyclopedic reference book]. Moscow, Znanie Publ., Vlados Publ., 1996, 800 p.
15. Said E. *Orientalism. Western Concepts of the Orient*. St. Petersburg, Russkii Mir Publ., 2006, 636 p. (in Russ.).
16. Menshikova M.L. Here “Everything Breathed the Ambrosia of Asia...”, *Voobrazhaemyi Vostok. Kitai “po-russki”, XVIII — nachalo XX veka: po materialam vystavki Voobrazhaemyi Vostok... v Gosudarstvennom muzee-zapovednike “Tsaritsyno”, 24 noyabrya 2015 — 3 aprelya 2016 gg.* [Imaginary East. China “in Russian”, 18th — Early 20th Century: Based on the Materials of the Exhibition Imaginary East... at the State Museum-Reserve “Tsaritsyno”, November 24, 2015 — April 3, 2016]. Moscow, Kuchkovo Pole Publ., 2016, pp. 66–73 (in Russ.).
17. Kang A. *Musical Chinoiserie. PhD Thesis*. Nottingham, University of Nottingham Publ., 2011, 351 p.
18. Krasovskaya V.M. *Zapadnoevropeiskii baletnyi teatr: ocherki istorii: ehpkha Noverra* [Western European Ballet Theater: Essays in History: The Age of Noverre]. Leningrad, Iskustvo Publ., 1981, 286 p.
19. Ward A. *Pagodas in Play: China on the Eighteenth-Century Italian Opera Stage*. Lewisburg, Bucknell University Press Publ., 2010, 232 p.
20. Reade A. *Tea and Tea Drinking*. London, Sampson Low, Marston, Searle, & Rivington Publ., 1884, 151 p.
21. Rohde M. (ed.) *Prussian Gardens in Europe: 300 Years of Garden History*. Leipzig, Edition Leipzig Publ., 2008, 384 p.
22. Alcott W.A. *Tea and Coffee: Their Physical, Intellectual, and Moral Effects on the Human System*. New York, Fowlers and Wells Publ., 1836, 99 p.
23. Markman E., Coulton R., Dew B., Mauger M. *Tea and the Tea-Table in Eighteenth-Century England*. London, Routledge Publ., 2011, vol. 1, 306 p.
24. Skinner J. *Afternoon Tea: A History*. Lanham, Rowman & Littlefield Publ., 2019, 244 p.
25. Andrews J.C. *Breakfast, Dinner, and Tea: Viewed Classically, Poetically, and Practically: Containing Numerous Curious Dishes and Feasts of All Times and All Countries*. New York, D. Appleton Publ., 1860, 351 p.
26. Schweikardt Ch. More Than Just a Propagandist for Tea: Religious Argument and Advice on a Healthy Life in the Work of the Dutch Physician Cornelis Bontekoe (1647–1685), *Medical History*, 2003, vol. 47, no. 3, pp. 357–368. DOI: 10.1017/S0025727300057057.

The article was submitted 13.09.2024; approved after reviewing 02.04.2025; accepted for publication 04.07.2025.