

УДК 394(=112.2)

Олександр Курочкін  
(Київ)

### З ІСТОРІЇ ПОВСЯКДЕННОЇ ТА СВЯТКОВОЇ КУЛЬТУРИ НІМЦІВ

У статті простежуються основні етапи історії пива на німецьких землях, починаючи з раннього Середньовіччя й до сьогодні. Автор фокусує свою увагу на пивних традиціях, ритуалах і формах комунікації, розглядаючи, зокрема, культурну програму відомого мюнхенського свята Октоберфест.

**Ключові слова:** німці, пиво, пивоварня, традиція, ритуал, свято, Октоберфест.

В статье прослеживаются основные этапы истории пива на немецких землях, начиная с раннего Средневековья и до наших дней. Автор фокусирует свое внимание на пивных традициях, ритуалах и формах коммуникации, рассматривая, в частности, культурную программу широко известного мюнхенского праздника Октоберфест.

**Ключевые слова:** немцы, пиво, пивоварня, традиция, ритуал, праздник, Октоберфест.

The main stages of beer history on German lands from early Middle Ages till the present time are considered in the article. The author is paying attention to beer traditions, ceremonies and forms of communication. The cultural program of Oktoberfest as a well-known Munich holiday is analyzed in particular.

**Keywords:** Germans, beer, brewery, tradition, ceremony, holiday, Oktoberfest.

Досліджуючи економічні підвалини європейської цивілізації доіндустріальної доби, відомий французький історик Фернан Бродель присвятив чимало уваги такому важливому аспекту побутової культури, як виготовлення і споживання алкогольних напоїв. У своїй монументальній праці «Структури повсякденності» він указав, зокрема, на зумовлений природно-кліматичними чинниками давній поділ Європи на дві зони: виноробства і пивоваріння. За його спостереженнями, «лінія, проведена від гирла Луари на Атлантичному океані, до Криму і далі – до Грузії й Закавказзя, означає північний кордон товарного виноградарства» [1, с. 251]. Там, де закінчується «виноробна Європа», починається «Європа пивна», яка охоплює велику територію помірною поясу від Англії та Ірландії до України і Росії.

Класичною країною пива по праву вважається Німеччина. Виготовлення і споживання цього напою тут піднесено до рівня ритуальної церемонії й символу національної ідентичності. Майстерність німецьких пивоварів і висока якість їхньої продукції вже давно отримали широке міжнародне визнання. Недарма в багатьох країнах Європи місцеві пивовари використовували й використовують виробничі

технології та рецепти своїх німецьких колег. Переконливим доказом цих міжкультурних впливів є проникнення в українську мову через посередництво польської таких спеціальних термінів німецького походження, як бровар, броварня, броварити (від *brauen* – варити пиво), гальба (від *halb* – півлітровий кухоль), кнайпа (від *knaipe* – пивна), шинок, шинкар (від *Schank*).

Характерна тенденція простежується в останні десятиліття. У контексті європейського вибору в Україну прийшла комерційна мода на пивний німецький антураж. Вона заявляє про себе в оформленні численних ресторанів, барів, пивних з традиційним німецьким дизайном і колоритом, у більш або менш вдалих спробах прищепити на українському ґрунті баварське пивне свято *Oktoberfest* тощо.

Відомо, що запровадження нових культурних моделей в іноетнічному середовищі – процес складний і довготривалий. Важливою передумовою його є широка обізнаність громадськості країни-реципієнта з автентичними традиціями країни-донора.

Мета нашої розвідки полягає в тому, щоб на основі аналізу первинної інформації з наукових монографій і краєзнавчої літератури подати стислий огляд історії

пива в Німеччині від доби Середньовіччя до сьогодні. Реалізація мети дослідження зумовлює розв'язання таких завдань: простежити витoki німецького пивоваріння і його регіональну специфіку; охарактеризувати етикетні форми, пивні звичаї і смаки німців; з'ясувати особливості німецької пивної культури; висвітлити моделі організації та проведення пивних свят на прикладі мюнхенського *Oktoberfest*.

Вивчення пивних традицій та уподобань конкретного народу пов'язано із цілим комплексом наукових дисциплін, таких як історія, етнологія, фольклористика, культурологія, гастрономія, зітологія та ін. Література, присвячена цій проблематиці, справді неозора. Основна фактологія наших студій почерпнута з праць сучасних німецьких авторів (U. Becher (1990), M. Gorski (1997), Gutmann (2002), W. Schivelbusch (2010), F. Dering, V. Eymold (2010), A. Asserate (2012)). Висвітленню обраної проблематики сприяло також ознайомлення з розвідками інших зарубіжних і вітчизняних науковців (Ф. Бродель, В. Похльобкін, А. Данилов, В. Довгань, Т. Лавренова, М. Махній і Ю. Русанов та ін.). Певну роль у розкритті теми відіграли матеріали періодики та власні польові етнографічні спостереження автора під час неодноразових відвідин різних регіонів Німеччини.

Деякі археологи вважають, що люди кам'яного віку ознайомилися з пивом раніше ніж з хлібом. Припускають навіть, що й саме гончарство зародилося через потребу наших далеких предків у посуді для збереження пива.

Перші свідоцтва про цей напій дійшли до нас від древніх шумерів. Вони варили пиво, використовуючи ячмінний солод. Детально процес пивоваріння описаний на клинописних таблицях, яким понад 5000 років. Від шумерів та інших народів, які населяли Месопотамію, пиво поширилося в Древньому Єгипті, а потім і серед народів Європи.

На німецьких землях пиво побутувало задовго до прийняття християнства. За германською легендою, винахідником пива вважається казковий король Гамбрінус, якого пивовари називають своїм покровителем <sup>1</sup>. Давньоримський історик Публій Корнелій Тацит у своєму трактаті «Германія» (98–99 рр.) повідомляв про вміння германців варити пиво з ячменю.

У добу Карла Великого пиво вживали у всій імперії як бідняки, так і багаті в палацах, «де на майстрах-пивоварах лежав обов'язок виготовляти добре пиво: *servisam bonam... facere debeant*» [1, с. 257].

За класичною рецептурою пиво варять із солоду, хмелю і води. Вихідним матеріалом для виготовлення солоду є різні злаки, найчастіше – ячмінь і пшениця. У давні часи пиво готувалося без застосування хмелю і являло собою ледь проціджену хлібну масу, що підлягала процесу бродіння (звідси синонімічна назва напою – «рідкий хліб»). Ініціаторами використання хмелю в пивоварінні (хміль надає пиву гіркуватий присмак і забезпечує його схоронність), напевне, були середньовічні ченці. Розквіт монастирських броварень почасти завдячує строгим правилам посту деяких чернечих орденів, які дозволяли своїм братам під час посту лише рідке харчування. Найдавніша у світі (діє й донині) броварня святого Стефана (*Weihenstefan*)<sup>2</sup> була заснована в Баварії ще у VIII ст. Сьогодні до цієї броварні приїздять фахівці звідусіль, щоб вивчити секрети пивного господарства та мистецтва [2, с. 104].

Слід відзначити, що пиво здавна шанують як на католицькому Півдні, так і на протестантській Півночі Німеччини. Уже з 1351 року відомі пивні постачання з Айнбекера (нижньосаксонське місто, навколо якого розміщувалися численні броварні). Своїми давніми пивними традиціями пишається також ганзейське місто Бремен, де на почесних обідах-братчинах купців і судноплавців (*die Schaffer-Mahlzeit*) перший тост обов'язково виголошують з так званим морським пивом. Воно виготовляється за старовинними рецептами й становить густу суміш, багату на солод і прянощі, що подається гостям у великих срібних бокалах. Ритуал бременських братчин, документально засвідчений з 1545 року, за традицією відбувається в другу п'ятницю лютого перед початком весняної навігації [4, с. 33].

Для пересічного німця доби Середньовіччя пиво, завдяки своїй поживності (поряд з хлібом), було важливим складником їжі. Варіння пива тоді відбувалося переважно в умовах домашнього господарства, де цим займалися жінки. За даними істориків, у багатьох сільських місцевостях Німеччини до кінця XVIII ст. сніданок,

як правило, починався із забутої нині страви – пивного супу. До нього могли подавати яйця, масло, білий хліб, сіль і цукор [7, s. 32].

Широку популярність пива в харчовому раціоні не лише простих селян, а й вищих верств феодальної Німеччини переконливо засвідчує лист герцогині Лізелотти фон Пфальц. Перебуваючи при дворі Людовіка XIV, вона жалілася своєму адресату на смак трьох напоїв, які входили тоді в моду у Версалі: «Чай мені здається сіном або гноєм, кава – сажею і люпином, а шоколад для мене надто солодкий, отже, жодний напій не можна терпіти, від шоколаду в мене болить шлунок. Але щоб я із задоволенням поїла, то це тарілка холодцю або хороший пивний суп, від цього у мене не болить шлунок» [7, s. 38]. Цікава деталь: зловживання пивом як харчовим продуктом, на думку деяких дослідників, пояснює побутування важких типів тіла в людей, які фігурують на полотнах північноєвропейських живописців XVI–XVII ст. (Йорданс, Крапах, Рубенс та ін.).

Поруч зі звичайним домашнім пивом, яке називали «напоєм бідних», у Німеччині здавна варили вишукані сорти пива, що їх вважали предметом розкоші. Таке пиво високої якості у XVI та XVII ст. експортувалося з Лейпціга, Брауншвейга й Бремена [1, с. 258].

Після тридцятирічної війни (1618–1648) масове виробництво пива в Європі постійно зростало під впливом мілітарного чинника. Річ у тім, що пиво, а згодом і горілка, належали до обов'язкового провіанту професійних армій. З розпорядження імперського головнокомандувача А. Валленштейна від 1632 року дізнаємося, що для щоденного раціону одного ландскнехта належали два фунти хліба, фунт м'яса і два літра пива [7, s. 35].

Напередодні індустріальної революції по всій Німеччині й сусідніх країнах Центральної Європи спостерігався бурхливий ріст місцевого пивоваріння, яке набирало промислових масштабів. Це спричинилося до того, що пиво стало об'єктом законодавства. Ще 23 квітня 1516 року баварський герцог Вільгельм IV прийняв перший закон про чистоту пива, згідно з яким баварське пиво належало варити лише із солоду (*Malz*), хмелю (*Hopfen*) і води (*Wasser*). Вимоги до якості води

були особливо суворими. У 1906 році баварські вимоги до якості пива були закріплені по всій німецькій імперії спеціальним податковим законом. Ці заходи суттєво сприяли підвищенню якісних показників німецького пива, що забезпечило йому інтернаціональне визнання.

Поруч із кавою і чаєм у добу індустріалізації серйозним конкурентом пива є горілка – *Branntwein*. Винний спирт став відомим у Європі приблизно в X–XII ст. Первісно йому приписували сорок чеснот як «королю усіх ліків», були також спроби алхіміків виділити зі спирту «камінь мудрості». Більше практицизму у використанні нового алкогольного продукту виявили активні суб'єкти товарно-ринкових відносин. Винокуріння, що приносило значні прибутки, досить швидко перетворилося на важливу галузь економіки феодальних і монастирських господарств. З XVII ст. горілка стає щоденним напоєм німців. Спочатку вона знайшла застосування серед військових, поступово витісняючи з їхнього раціону пиво. Щоденна порція горілки допомагала притупити свідомість солдатів, перетворюючи їх на слухняний гвинтик військової машини.

Тривале співіснування пива і горілки, як відомо, не призвело до витіснення одного напою іншим. Тут простежуємо певний паритет, де кожен напій міцно зайняв свою нішу, створивши навколо себе розвинену інфраструктуру економічних, соціальних і культурних зв'язків.

У XIX ст. ставлення до пива та горілки набрало політичного звучання в робітничому русі Німеччини, де гостро дебатувалося «алкогольне питання». Під час численних страйків пивна стає традиційним місцем зустрічі робітників і центром жвавих дискусій. Усвідомлюючи, як глибоко в пролетарській культурі й менталітеті були вкорінені міцні спиртні напої і пиво, такі видні теоретики соціалізму, як Ф. Енгельс і К. Каутський, визнавали, що класову боротьбу треба вести разом з ними. Без *Wirtshaus* (трактиру), вважав К. Каутський, «не існує для німецького пролетаріату не лише товариського, а й жодного політичного життя» [7, s. 178].

Алкоголь стимулював пролетарські чесноти: колективізм і солідарність. Проте не завжди політичні зібрання за кухлем пива мали мирний характер і служили справі соціального прогресу. Сумною

сторінкою історії, зокрема, став мюнхенський пивний путч 1923 року, який послужив прелюдією до встановлення тоталітарного гітлерівського режиму.

Пивна (*Bierstube, Kneipe*) й сьогодні є традиційним місцем спілкування та комунікації німців. Для них цей громадський локус так само звичний, як кав'ярня для італійців або паб для англійців та ірландців. Характеризуючи ментальний тип німців, психологи нерідко, слідом за Й. Гете, повторюють тезу про їхню схильність до одноосібності й недостатність колективізму [3, s. 9]. Пивна, здається, якраз і створена, щоб долати цей національний дефіцит.

З етнографічного погляду цікаво простежити особливості німецької пивної культури з притаманними їй ритуалами та стереотипами поведінки. У пивній-кнайпі панує атмосфера невимушеності й стихія чоловічого братерства (жінки, як правило, сюди не ходять). Тоді як для відвідувачів кав'ярні є цілком нормальним сидіти за столиками поодиноці, переглядати газету або заглиблюватися у власні думки, у пивній Я-концепція поступається місцем колективному МИ. «Вхід до кнайпи, – наголошує В. Шіфельбуш, – має символічне значення, адже кожний, хто переступає поріг, без слів дає зрозуміти, що він готовий до розмов з іншими йому незнайомими людьми» [7, s. 200].

Шанувальники пива звичайно сідають разом за стіл, утворюючи своєрідне питійне коло. Його учасники по черзі замовляють повні келихи для всієї компанії. Відмовитися від цього ритуалу, як і від запрошення до компанії, означає втратити своє обличчя. Колись така поведінка сприймалася як образа, що могло призвести й до бійки. Якщо розпочинається кругове пиття, кожен зобов'язаний сплатити принаймні за одне коло. Якщо, наприклад, група складається із чотирьох осіб, обов'язкові чотири кола. Відтак може розпочатися новий цикл, або далі кожен п'є за власні кошти.

Найпоширенішим ритуалом пивного спілкування є пиття до когось. У такий спосіб висловлюються побажання дружби, добра і симпатії. Не прийняти й не відповісти на проголошений тост – означає порушити питійний етикет. Кругове пиття, пиття за здоров'я, до когось, пиття на брудершафт об'єднують учасників за-

стілля на певний час у дружній колектив. Те, що природне в пивній, ззовні втрачає жодний сенс.

Фактично кнайпу можна розглядати як різновид резервації, де збереглися моделі та способи поведінки, які в інших сферах життя вже давно зникли. Це дає підстави деяким антропологам убачати в пивних ритуалах і правилах пережитки потлача – давнього звичаю престижного обдаровування. Потлач є видом жертви, адресатом якої є не бог, а інші люди. В архаїчному суспільстві в такий спосіб встановлювалася лабільна соціальна рівновага: зустрічаючись як друзі, племена або вожді обов'язково обдаровували одне одного. Там, де панують капіталістичні принципи обміну, механізми престижного обдаровування втрачають свою силу. Кнайпа в цьому сенсі становить виняток. «Учасники кола пиття, – зазначає В. Шіфельбуш, – є учасниками потлача. З інстинктивною точністю перелітних птахів вони наслідують правила і ритуали запрошення і відмови, про походження яких вони не мають жодного уявлення» [7, s. 186].

Дуалізм сучасної пивної полягає в тому, що вона є одночасно місцем спілкування людей і комерційним закладом. Друга роль поступово витісняє першу й відображає тривалий історичний процес комерціалізації сфери гостинності. Одним із показників цієї еволюції є поява в пивних спеціальної стійки-бару (*Tresen*), біля якого п'ють стоячи.

На порозі третього тисячоліття відбулися кардинальні зміни в харчовій культурі європейських народів, у глобалізованому світі значно розширився асортимент усіляких алкогольних і безалкогольних напоїв. Проте й сьогодні пиво для німців є напоєм № 1.

За даними статистики, пересічний німець випиває за рік 143 літри пива, конкуренцію йому може скласти лише пересічний чех. Пивний ландшафт Німеччини дуже різноманітний. Сьогодні тут реєструють біля 5000 сортів пива, приблизно стільки ж, скільки різновидів сосисок і ковбас – традиційної закуски до пінного напою. Варто наголосити, що пиву і сосискам у Німеччині надається символічно-ідентифікаційне значення: кожна земля пишається своїми дегустаційними раритетами.

Давня традиція – змішувати пиво з різними фруктовими соками і сиропами. У Північній Німеччині та в місцевостях над Рейном до пива нерідко додають хлібну горілку – *Korn*. Деякі шанувальники цього коктейлю примудряються випивати його одним ковтком, тримаючи в руці бокал пива і бокал шнапсу. Як тут не згадати вітчизняний питійний афоризм: «Пиво без горілки – гроші на вітер».

Охоче вживаючи алкогольні напої, німці високо цінують вміння пити не п'яніючи. Ця чеснота особливо важлива для публічних політиків. Характеристика «*nicht trinkenfest genug*» (недостатньо міцний у питті) суттєво знижує шанси на політичну кар'єру й навпаки – здатність тримати форму на застіллях стає вагомим козирем. Свою витривалість у питті не раз доводив, зокрема, колишній бундесканцлер Герхард Шрьодер. Під час роздачі своїх автографів у 2000 році він крикнув у натовп: «*Hol mir eine Flasche Bier, sonst streik ich hier*» («Дайте мені пляшку пива, а то я тут застрайкую»). Покладений на музику, цей крилатий вислів став популярним хітом, який охоче виконували радіостанції всієї країни.

Особлива роль пива в житті й побуті німців дуже помітна. Про це свідчить розгалужена мережа спеціалізованих пивних закладів на всі смаки й гаманці, яка густо покриває всю країну. За масштабами надходження в бюджет пивну індустрію порівнюють зі стратегічними галузями промисловості. Останніми десятиліттями у великих містах Німеччини завоювали популярність так звані пивні сади (*Biergärten*), де місцеві жителі й туристи мають змогу відпочити з келихом улюбленого напою під покровом дерев. Пивний сезон просто неба триває з березня до пізньої осені. На відміну від інших закладів, відвідувачам пивних садів дозволено приносити із собою бутерброди та іншу закуску, однак приваблює сюди насамперед свіже відкорковане й добре охоложене якісне пиво.

У країні, де історично склався справжній культ пива, цей напій здавна супроводжували різноманітні святкові церемонії. Так, у Вестфалії 22 лютого (день Святого Петра) за традицією проходили вибори магістрату і гільдії, розподілялися громадські посади. Із цієї нагоди варили міцне пиво (*Petribier*), а також пекли пи-

ріг з медом (*Peterskuchen*). У Дортмунді цей звичай зберігався до початку ХХ ст. [6, s. 455].

Кожне південнонімецьке місто раз на рік святкує *Kirchweih* (день освячення храму), обов'язковою прикметою якого є *Bierzelle* (пивний павільйон).

Найзапопадливішими шанувальниками пива в Німеччині вважають мешканців землі Баварія. Пересічний баварець випиває за рік близько 200 літрів пінного напою. У столичному місті землі – Мюнхені, яке поетично називають «Афінами на Ізарі», розташовано всесвітньо відомий палац-пивоварня *Hofbräuhaus*. Заснований ще 1644 року, цей заклад після переселення броварні в 1898 році перетворився на елітний пивний ресторан. Нині протягом року його відвідують близько двох мільйонів гостей, випиваючи при цьому півтора мільйона літрів пива. У різні часи тут побували такі видатні особи, як імператриця Єлизабет (*Sissi*), В. Моцарт та ін.

Головну пивну атракцію Мюнхена, безперечно, становить *Oktoberfest*. Це масове свято виникло зі щорічного повтору урочистого відзначання шлюбу принцеси Терези фон Саксен з кронпринцем Людвігом. На честь весілля осіб правлячої династії 17 жовтня 1810 року відбулися кінні змагання й народне гуляння на лузі за містом. Тепер ця територія, де щороку відзначають Октоберфест, називається лугом Терези (*Theresienwiese*).

У перші роки організаторами свята були сільськогосподарські об'єднання Баварії. За їх участю проходили ярмарки худоби та аграрної продукції, популяризувалися нові досягнення в галузі промисловості й сільського господарства. Від 1819 року одноосібним організатором і фінансовим розпорядником Октоберфесту стає самоврядне місто Мюнхен.

Упродовж двохсотлітньої історії культурна програма свята суттєво змінювалася, крокуючи в ногу з науково-технічною революцією й розважально-ігровою індустрією. Наслідуючи віденський парк у Пратері, на лузі Терезії облаштовували танцювальні майданчики, різноманітні гойдалки й каруселі. Молодь залучали до участі в народних іграх на зразок бігу в мішках, вилізання на стовп за призом тощо. Велику популярність у широкої публіки мали ігри в кеглі, а також такі

атракціони, як американські гірки, «чортові колеса», які обертали відвідувачів у горизонтальній або вертикальній площині.

До 1865 року на Октоберфесті практикувалися собачі бої. Щоб заманити відвідувачів до свого пивного закладу, окремі корчмарі влаштовували такі низькопробні потіхи, як забіги старих жінок з тачками, лови гусей з метою їх наступного поїдання, пропонували охочим побачити татуйованого бика або церемонію обезголовлення за допомогою гільйотини тощо. Видовищну частину свята забезпечували комерційні антрепренери, які влаштовували виставки мистецтва, концерти відомих музикантів і диригентів, циркові й театральні вистави.

У 1850 році до звичайних святкових заходів Октоберфесту долучилося урочисте відкриття пам'ятника на честь землі Баварія. Її уособлювала колосальна бронзова статуя німецької жінки у ведмежій шкурі з мечем і піднятим над головою дубовим вінком. До цієї події мюнхенські шевці пошили для Баварії величезний черевик, кондитери випекли «вінок слави», а різники виготовили довжелезну ковбасу з написом:

*Wir haben sehr viel Durst  
Denn Alles ist uns Wurst* [5, s. 57].

(«Ми відчуваємо сильну спрагу,  
Оскільки ковбаса наше все»).

У рамках Октоберфесту до Першої світової війни проходили спортивні змагання з різних дисциплін, які часто називали «Олімпійськими іграми». Вони певною мірою сприяли відновленню всесвітнього олімпійського руху й проведенню першої Олімпіади в Афінах 1896 року.

Упродовж 1901–1962 років на Терезієнвізе діяв гумористичний велодром, де відвідувачі мали змогу кататися на велосипедах різної конструкції, часто дуже ексцентричних. Непевні маневри підпильних їздців, їх часті падіння давали привід для веселощів публіки.

Як би не варіювалася культурно-розважальна програма мюнхенського свята, основною домінантою його було й лишається саме пиво. На початку XIX ст. пінний напій смакували за столами просто неба на лавах, вкопаних у землю. Згодом з'явилися дерев'яні пивні буди, що представляли кожен окрему броварню. Вони мали гостьове приміщення, кухню з пли-

тою і прилавок (*Schänke*). Пивні буди розташовувалися навколо танцювального майданчика. В оформленні цих споруд нерідко використовувалися елементи баварського народного різьблення по дереву.

На рубежі XIX–XX ст. пивні буди перетворюються на великі святкові зали. Цей процес тривав водночас з господарським піднесенням мюнхенських броварень, чий продукт став важливим елементом експорту.

У 1913 році національне баварське свято в останній раз проходило під монархічним протекторатом, являючи собою парад надмірностей. Якраз тоді з'явився гігантський пивний зал *Bräu-Rosl*, який мав дванадцять тисяч місць для сидіння. Цей рекорд не побитий і досі: сучасний найбільший пивний зал може вмістити одночасно близько десяти тисяч гостей. Щоб обслуговувати їх, доводиться наймати двісті кельнерів.

З 1952 року Октоберфест постійно відкривають костюмовані процесії баварських стрільців і пивоварів, у яких бере участь і мюнхенський обербургмістр. Він здійснює також церемонію *Anzapfen* – урочисте відкриття першої пивної діжки. За допомогою спеціальної дерев'яної довбешки обербургмістр вибиває з неї чіп і наливає перший кухоль. Місцева преса жваво коментує скільки ударів знадобилося, щоб відкоркувати діжку. За допомогою радіо й телебачення церемонія *Anzapfen* транслюється на весь світ.

Показово, що дерев'яні діжки, якими броварники користувалися впродовж століть, поступово виходять з ужитку, хоча й залишаються улюбленим фото-мотивом для туристів. На зміну автентичним 200–300 літровим ємностям прийшли величезні металеві контейнери-холодильники місткістю до 5000 літрів, завдяки яким у найбільшу спеку пиво залишається прохолодним. Від 60-х років XX ст. продукцію броварні привозять на Терезієнвізе вантажні авто, тоді як раніше для цього використовували міцні вози, запряжені парою або четвіркою коней.

За два останні століття суттєву еволюцію пережив і посуд для пінного напою. Колись кухлі робили вручну з глини, що призводило до відмінностей у розмірах. Машинне виробництво ліквідувало цей недолік. Традиційний німецький кухоль – *Maß*, законодавчо затверджений в

часи Вільгельма I, розрахований на літр рідини. Глиняні кухлі добре зберігають прохолоду, але не дають змоги побачити, скільки випито. З 1880-х років мюнхенські броварі заради реклами стали супроводжувати кухлі фірмовими девізами й символами. Це привело до появи кухлів із цинковими відкидними покриттями, які згодом витіснили звичайні. Запитуючи про функціональне призначення рухомих накривок, ми отримували від знайомих німців жартівливі пояснення на зразок: «від мух», «щоб сусід не плював у пиво сусіда» тощо.

У 60-х роках ХХ ст. глиняні кухлі поступилися місцем скляним. Вони більш гігієнічні й дозволяють краще контролювати процес пиття. Тепер у широкому вжитку «Євро-кухоль». Уведений 1984 року, він має над ризиком – 1 літр ще край висотою чотири сантиметри, щоб за рахунок цієї пінзони забезпечити коректне наповнення хмільним напоєм. Цікаво, коли це нововведення стане звичним на українських теренах.

Головний критерій успіху Октоберфесту – кількість відвідувачів і випитих ними літрів пива. Простежується стабільне збільшення цих показників. Якщо 1950 року на святі було випито 1,5 млн літрів, то 1970 року – 5 млн літрів, а 2007 року – 6,9 млн літрів. Ювілейний Октоберфест 2010 року став рекордним: його відвідали близько 7 млн гостей, які випили 7 млн літрів пива [5, s. 204].

Зростаюча популярність Октоберфесту значною мірою пов'язана з високими якість місцевих пива. Тут пригощають лише продуктом мюнхенських пивоварень, які дбають про свій високий авторитет. Марки «*Wiesen-Bier*», «*Wiesen-Märzen*» і «*Münchener Oktoberfestbier*» з 1952 року стали захищеними патентами сортами, які офіційно допущені до свята.

Високі якості пива Октоберфесту досягаються за рахунок тривалості його виробництва: якщо звичайне пиво видержують чотири тижні, то святковий напій доходить вісім тижнів за температурою мінус 1 за Цельсієм. Ще одна особливість мюнхенського пива – його свіжість: зварене в броварні й доведене до кондиції, воно одразу потрапляє в кухлі й келихи гостей. Переважна більшість їх сьогодні віддає перевагу не темним, а світлим сортам улюбленого напою.

Піднесений настрій на Октоберфесті створює не лише пиво, а й загальна атмосфера його масового споживання в збудженій, оптимістично налаштованій юрбі. «Пивні зали, – резюмують автори ювілейного видання, – перетворюються на пивні храми, які магічно впливають на відвідувачів. Тут вони можуть задовольнити свою потребу в спілкуванні й самовиявленні» [5, s. 204].

Пивні зали майже не відрізняються у своєму оформленні або пропозиції їжі та напоїв. Вирішальним є вміння створити святковий настрій, де головна роль належить музичним капелам. Зазвичай вони складаються з 25 музикантів і капельмейстера, до яких можуть приєднуватися ще дві запрошені співачки. Шістнадцять днів свята капели грають від 12 до 14 год. і з 15 до 22 год. 30 хв. з паузами кожної півгодини. Музика Октоберфесту на всі смаки: баварські, тірольські, рейнські народні мелодії, німецькі шлягери, попури з опер і оперет, сучасні, переважно англійські джаз, рок і поп-композиції тощо. Капельмейстер уміло керує ритмом пивного дійства в залі, підігриваючи емоційне збудження або даючи можливість розслабитись і зробити новий ковток. Особливе захоплення в публіки викликають добре відомі музичні хіти: їм аплодують, підспівують, влаштовують «хвилю солідарності», ритмічно розкачуючись у такт мелодії. Серед найпопулярніших пивних пісень, які вважаються гарантими настрою, можна назвати «*Fur Stenfeld*», «*Livés Live*», «*Sierra Madre*», «*Hey Baby*», «*Macarena*», «*Viva Colonia*» та ін.

Згуртувати незнайомих людей у єдине святкове тіло-колектив покликані традиційні пивні шлягери «*Ein Prosit Gemütlichkeit*»<sup>3</sup> або «*Kolibris – Die Hände zum Himmel*». Ось як звучать слова з останньої пісні в нашому перекладі:

...Ми хочемо пити  
Ще й ще, щоб минули всі турботи  
І тому – руки до неба,  
Будемо веселитися  
Ми аплодуємо разом  
І ніхто не лишається на самоті...

У великій медово-пивній діжці Октоберфесту, звісно, не бракує і ложки дьогтю. Часто в Інтернеті викладають фотографії, що унаочнюють прикрі наслідки

надмірного захоплення хмільним: розбиті кухлі, купи сміття, розкидані в химерних позах «пивні трупи» тощо. Однак ці шокуючі сюжети не можуть заперечити високий інтернаціональний рейтинг Октоберфесту. Сьогодні колишне народне свято помітно трансформується в пивне маркетингове видовище, яке з кожним роком розширює аудиторію своїх прихильників і служить успішним комерційним прикладом для наслідування в інших країнах.

Отже, можна констатувати, що пиво здавна відіграло важливу роль у житті й побуті німців. Тривалий час його вживали не лише як алкогольний напій, а і як необхідну частку харчового раціону. Розповсюдження в Європі в добу індустріалізації таких нових напоїв, як горілка, кава, чай, какао, значно звузило сферу споживання пива. Незважаючи на це, воно залишається універсальним компонентом повсякденної і святкової культури німців. Є всі підстави вважати пиво національним напоєм німців, одним із маркерів та символів етнічної ідентичності. Ці особливості яскраво виявляються в мюнхенському фестивалі Октоберфест, який здобув нині широке міжнародне визнання.

### Примітки

<sup>1</sup> Ім'я Гамбринуса сьогодні носять численні європейські та американські виробники пива, а також профільні шинки і ресторани.

<sup>2</sup> Вайенстефан – одночасно сорт баварського пива *Weihenstefan*.

<sup>3</sup> Das Prosit – тост. Die Gemütlichkeit – німецьке слово, до якого в інших мовах немає точного відповідника. Воно виражає життєрадісний настрій і відчуття внутрішнього спокою і розкріпачення.

### Джерела та література

1. *Бродель Фернан*. Структуры повседневности. Возможное и невозможное / Ф. Бродель. – Москва, 1986. – Т. 1.

2. *Asserate. A.-W.* Drausen nur Kännchen. Meine deutschen Fundstücke / A.-W. Asserate. – Frankfurt am Main, 2012.

3. *Best O.* Volk ohne Witz. Über ein deutsches Defizit. / O. Best. – Frankfurt am Main, 1993.

4. *Gutmann H.* Bremer Bräuche / H. Gutmann. – Bremen, 2002.

5. *Dering F., Eymold U.* Oktoberfest 1810–2010 / F. Dering, U. Eymold. – München, 2010.

6. *Prümer K.* Unsere Westfälische Heimat / K. Prümer. – Leipzig, 1909.

7. *Schivelbusch W.* Das Paradies der Geschmack und Vernunft / W. Schivelbusch. – Frankfurt am Main, 1990.

### SUMMARY

The published work is aimed to show the etiquette forms, beer customs and Germans tastes to the Ukrainians and to ascertain the peculiarities of German culture of holiday feast. The main stages of the beer history on German lands are considered by the way of comparative analysis of the works of modern German investigators and the materials of regional ethnography literature. The Germans have used beer both as an alcoholic drink and a necessary part of a food allowance. One has all grounds to consider it as Germans national drink, one of the markers and symbols of ethnic identity.

Nowadays the holiday tourism has become a good marketing way and one of the priority trends of international tourist activity. The multiform vast steps, like creative and sport competitions, contests, holidays and festivals are conducted in many countries of the world on a level with the showing of unique nature objects, the monuments of culture and art to strengthen the positive tourist image. The experience of Munich as unofficial capital of the South of Germany is a model in such a way. The worldwide known beer festival Oktoberfest takes place there each autumn. Its cultural program has been changing essentially for two hundred years and it conforms to the challenges of scientific, industrial revolution and amusing, playing industry. According to the presented materials, at the present time the former folk holiday is being transformed perceptibly into a large-scale beer marketing performance. It is used as a successful commercial example to be taken in the other countries.

**Keywords:** Germans, beer, brewery, tradition, ceremony, holiday, Oktoberfest.