

УДК 304.44

РОЛЬ КОФЕЙНИ В ПУБЛИЧНОМ ПРОСТРАНСТВЕ РОСТОВА-НА-ДОНУ

М. В. Братолобова

*Кандидат исторических наук,
доцент,
студент,*

И. С. Пимонов

*Южный федеральный университет,
г. Ростов-на-Дону, Россия*

COFFEE HOUSE ROLE IN PUBLIC SPACE OF ROSTOV-ON-DON

M. V. Bratolyubova

*Candidate of Historical Sciences,
assistant professor,*

I. S. Pimonov

*student,
Southern Federal University,
Rostov-on-Don, Russia*

Summary. The article determinates coffee house's functions in contemporary city public space. The specificity of coffee culture and its particular characteristics in contemporary Rostov-on-Don's city public space are considered. The importance of coffee house's spaces for citizen and their use is revealed.

Keywords: coffee house; public space; city space.

В отечественной гуманитарной науке проблема городского пространства, которая во многом продиктована изменением качества городской среды российских городов, оказалась как никогда актуальна. Город стал не только крупным поселением, но и постепенно сформировал свой образ жизни, быт, уклад и субкультуру. Современный город насыщен различными пространствами, дающими человеку всевозможные вариации своего поведения. Город интегрировал отношения индивидов, образовал пространство для человеческого общения. Такими пространствами в конце XVII – нач. XVIII вв. в европейских государствах были кофейни [1, с. 225]. Однако изменение характера городской среды, её ценностей продиктовали изменение качества этих заведений, их функций.

В урбанистике важную роль занимает проблема критического осмысления публичности и её пространственной составляющей. За основу

нами было взято определение публичного пространства, данное Х. Арендт, которая утверждает, что публичное пространство есть арена действий людей, совершаемых ими перед лицом друг друга [2, с. 61]. Публичность, таким образом, связана с взаимодействием индивидов, разделяющих ту или иную систему ценностей. Вместе с тем часть современных исследователей отмечает отсутствие городского публичного пространства как единого целого, и считает, что это во многом обусловлено процессами коммерциализации, которые с течением времени всё больше приводят к развитию потребительских практик. Пребывание в данных пространствах является возможным лишь для той категории населения, которая может это себе позволить [4].

Нами была предпринята попытка определения роли кофеен в современном публичном пространстве Ростова-на-Дону, исследования влияния

кофейни на социальную организацию городского пространства.

Данная проблема затрагивалась специалистами различных дисциплин [1; 6; 7; 8]. Однако осмысление организации кофейного пространства и его функций в нестоличном городе пока ещё не стало предметом специального исследования.

Размышляя о том, насколько мы можем считать современные кофейни пространством публичности, следует обратиться к истории этих заведений. В конце XVII – нач. XVIII вв. в Лондоне и Париже публика любила встречаться в кофейнях, которые были обличены даже некоторым ореолом романтики. Независимо от своего социального статуса человек мог за достаточно невысокую плату приятно провести там своё свободное время, обсуждая различные новости, читая газеты (которые впоследствии стали выпускать и сами кофейни). Обсуждения проходили на самые разные темы, и «монолог одного из посетителей мог являть собой прекрасный пример общения, осуществляемого с помощью общей системы знаков и отрицающего любые социальные ограничения» [8, с. 93]. В России в тот период кофейни не получили широкого распространения и не являлись тем значимым для горожанина демократичным пространством, каким оно являлось, например, в Англии [1, с. 245].

Сегодня же кофейня в мире, в том числе и в Ростове-на-Дону, один из самых распространённых форматов общепита, который сравним по росту и количеству точек с ресторанами быстрого питания. Кофейни заняли промежуточную нишу между демократичным фаст-фудом и полноценными ресторанами и кафе. В последние годы происходит конвергенция форматов: так, MacDonald's стал развивать собственные кофейни MacSafe, которые интегрировал с основными заведениями, сами же сетевые кофейни (законодателем моды здесь всегда был лидер мирового рынка – компания Starbucks) расширяли меню, в нем появились сэндвичи, гамбургеры и много других закусок. Однако главные принципы работы кофеен оставались не-

изменными: основа линейки – кофе разных сортов и кофейные напитки, к кофейному меню прилагаются закуски и кондитерские изделия, сама кофейня благодаря демократичному ассортименту и основному предложению – в первую очередь место дневного общения, во многом альтернатива вечерним кафе с широким ассортиментом алкоголя. Сегодня в пространстве Ростова-на-Дону имеется большое количество кофеен, которые представлены как «сетевиками», так и отдельными заведениями подобного класса. Самой большой по числу заведений в Ростове-на-Дону является сеть кофеен «Пить кофе». Себя «Пить кофе» позиционирует, как кофейня с наибольшим количеством посетителей [5]. Данная сеть заведений представляет собой континентальный вид кофеен, где, несмотря на значительный ассортимент различных блюд и напитков, кофе занимает «львиную» долю. В 2014 году в Ростове-на-Дону большой шум произвело открытие сети кофеен «Starbucks», которая по праву считается мировым брендом среди кофеен. Помимо этого, в городе существует большое количество других «одиночных» кофеен: «Good Morning», «Кофемолка», «Кофеман» и др. Большое число заведений такого формата свидетельствует о его широкой популярности среди горожан. Появление на ростовском рынке «Starbucks» также позволяет говорить о достаточно высокой живучести в ростовском пространстве кофеен.

Следует отметить, что сегодня происходит трансформация использования публичных пространств города, таких как кофейни, парки, площади [7]. Эта тенденция во многом затронула и ростовские кофейни. Классический вид кофейни в основном рассчитан на посетителей, которые стремятся там приятно провести время с друзьями, является местом для деловых встреч, где можно за чашкой кофе обсудить частные вопросы. На сегодняшний день вряд ли возможно утверждать о том, что посетители кофеен преследуют цель обсудить различные проблемы сообща. Тем не менее, кофейня полностью не утратила свою функцию

как публичного и информационного пространства. В свете развития и распространения информационных технологий большую роль уже играет не сам факт нахождения определённой личности в определённом месте, а его коммуникативные возможности. Нельзя не согласиться с известным отечественным урбанистом О. Паченковым, который полагает, что «ведущей ролью пространства, как главного составляющего публичного пространства, стало пространство потоков» [7]. Данный вывод нам представляется убедительным в свете того, что во многом ростовские кофейни привлекают своих посетителей наличием бесплатного Wi-Fi, который позволяет общаться на любом расстоянии.

При анализе городского кофейного пространства важно учитывать пространственную составляющую города. Всё большей популярностью среди горожан в последнее время пользуются большие торговые центры. В ростовских торговых центрах «Горизонт», «Мега» «Золотой Вавилон» представлено большое количество кофеен («Starbucks», «Кофетун»). Такие центры становятся местом, где можно провести свой досуг. Вместе с тем появление кофеен в торговых центрах свидетельствует о спаде «классических» публичных пространств. Современным горожанам гораздо легче продемонстрировать свой урбанистический образ жизни в более людных пространствах. Говорить же о том, что «кофейни являются одним из элементов этого публичного пространства, не стоит, настоящей публичности в торговом центре не существует, поскольку люди, находясь рядом, могут друг друга не замечать» [4]. Отечественный социолог А. Желкина отмечает, что «именно в таких пространствах города имитируется публичное пространство» [4]. Мы согласны с мнением Р. Сеннет, который утверждает, что для современного общества всё более характерным является падение публичности, которая обусловлена различными причинами, прежде всего, развитием средств массовой информации. Кофейни не играют столь высокой роли публичного пространства, которая от-

водилась им в Англии и во Франции в XVIII веке [8].

Кофейня – это часть городского пространства. Качество городской среды во многом определяется её разнообразием, возможностью для горожанина найти место для уютного времяпрепровождения, что даёт человеку множество всевозможных сценариев. Важно отметить, что в ростовском городском пространстве большинство кофеен расположено в центральной части города. Это во многом обусловлено высоким имиджем данного пространства города, в котором сосредоточено наибольшее количество исторических памятников культуры. Именно в этих районах перед горожанином предстаёт наибольшее (по сравнению с другими районами города) количество сценариев для своего времяпрепровождения. Другие же районы города остаются несколько «оторванными» от центра. Здесь горожанин зачастую ощущает, что «он уже не в городе» подчас задолго до приближения из центра к формальной городской черте [3, с. 69]. Степень урбанизации различных районов Ростова-на-Дону неодинакова. Неслучайно предприниматели стремятся открывать новые кофейни именно в центре города, где они пользуются большой популярностью. Вместе с тем проявляется тенденция к открытию заведений подобного типа в других частях города.

Образование кофеен в различных частях городского пространства устраняет проблему так называемых «негативных участков» городских улиц. Стоит отметить особую роль витрин, внешнего вида кофеен, которые приглашают человека посетить это заведение. Огромные витрины с находящимися вблизи столиками позволяют посетителю не чувствовать границ, а ощущать кофейню, как продолжение города. Многие посетители сознательно занимают столики именно вблизи витрин, чтобы наблюдать в кофейне за продолжением городской жизни. В таком состоянии посетитель ощущает себя частью городской среды. В Ростове-на-Дону наличие больших витрин особенно характерно для самой крупной в этом

городе сети кофеен «Пить кофе». Во многом наличие витрин огромного размера характерно для кофеен, расположенных на центральных улицах города, что во многом обусловлено стремлением создать пространство публичности. Однако наличие витрин характерно не для всех кофеен города, что обусловлено архитектурными особенностями центральных улиц, где с новой застройкой сочетаются здания «старого» Ростова.

Анализ пространств внутри ростовских кофеен позволил нам утверждать, что данный тип заведений является во многом комфортной площадкой именно для «человека смотрящего». Наличие больших витрин в кофейнях Ростова и желание многих посетителей занять места именно возле окон позволяет говорить о стремлении не только наблюдать за течением городской жизни, но демонстрировать урбанистический образ жизни. Для части посетителей кофейня является идеальным местом остаться наедине со своими мыслями, чему также сопутствует характерное распределение столиков по пространству этих заведений. Они достаточно близко расположены друг к другу, но вместе с тем установлены так, чтобы каждый из посетителей не мог помешать другим находящимся в данном пространстве. Именно такого рода заведения являются идеальным местом, в котором горожане «сбегают от городской суеты и круговерти повседневных забот, чтобы в полной мере насладиться одиночеством, ролью стороннего наблюдателя, забившись в уголок с чашечкой горячего чёрного кофе» [1, с. 247–248]. Для Ростова-на-Дону также характерно наличие так называемого «периферийного кафе» [6, с. 274], рассчитанного на узкий круг посетителей.

Сегодня не стоит рассматривать кофейни как пространство встреч для выработки горожанами точек зрения на общие проблемы, здесь больше проявляется тенденция сохранения внимания посетителей на каких-либо частных проблемах, затрагивающих их общий интерес. Несмотря на то, что современное общество всё меньше тяготеет к публичному обсуждению разных

жизненных вопросов, современные кофейни продолжают сохранять роль «коммуникативного поля».

Важное место в кофейной культуре Ростова-на-Дону имеет фланерство, когда поход в кофейню является демонстрацией городского типа поведения. Итоги проведённого исследования позволили сделать вывод об ослаблении интенсивности конкретных форм общественной жизни. Одной из важных причин, оказывающих влияние на трансформацию социальной жизни городов, является возрастающая мобильность и «злоупотребление публичностью». Данные процессы имеют серьёзные последствия для понимания и функционирования именно кофеен как публичных пространств. В Ростове-на-Дону кофейня больше имеет оттенок статусного потребления. Кофейня для горожанина не является ни продолжением его жизни, ни её отражением. Человек посещает кафе для того, чтобы поднять свой социальный статус. Сегодня интерес ростовских потребителей к кофейням стал падать, и мода от кофеен в чистом виде сместилась к кафе-ресторанам, что во многом обусловлено процессом коммерциализации пространств городской среды. Интенсивность расположения кофеен в центре города свидетельствует о том, что процесс урбанизации других районов в пределах городской черты ещё не доведен до конца. Почувствовать себя в «городе» можно лишь в исторической части Ростова-на-Дону.

Библиографический список

1. Алябьева Л. Кофе и город, или «какую радость ежедневно дарит нам кофейня!» Из истории английского кофейного вопроса // Теория моды: одежда, тело, культура. – 2006. – Вып. 1. – С. 223–252.
2. Арндт Х. «VITA ACTIVA, или о деятельной жизни». – СПб., 2000.
3. Дружинин А. Г. Пространственное развитие города-миллионера: тенденции постсоветского периода: монография. – Ростов-на-Дону: Изд-во ЮФУ, 2008.
4. Желкина А. «Здесь как музей»: торговый центр как общественное пространство // Laboratorium. Журнал социальных исследований. URL: <http://www.soclabo.org/index>.

- php/laboratorium/article/view/252/596 (дата обращения: 17.09.2014).
5. О Питкофе. URL: <http://www.pitcofe.ru/about/net/> (дата обращения: 12.09.2014).
 6. Пол Маннинг. Теория «периферийного кафе»: «Воды Лагидзе» и периферийная городская модернность // Антропологический форум. – № 12. – С. 272–296.
 7. Паченков О. Публичное пространство города перед лицом вызовов современности: мобильность и «злоупотребление публичностью» // Новое литературное обозрение. URL: <http://magazines.russ.ru/nlo/2012/117/p33-pr.html> (дата обращения: 04.10.2014).
 8. Сеннет Р. Падение публичного человека. – М. : Логос, 2002.
 3. Druzhinin A. G. Prostranstvennoe razvitie goroda-millionera: tendencii postsovetskogo perioda : monografija. – Rostov-na-Donu : Izd-vo JuFU, 2008.
 4. Zhelkina A. «Zdes kak muzej»: torgovyj centr kak obshhestvennoe prostranstvo // Laboratorium. Zhurnal socialnyh issledovanij. URL: <http://www.soclabo.org/index.php/laboratorium/article/view/252/596> (дата обращения: 17.09.2014).
 5. O Pitkofe. URL: <http://www.pitcofe.ru/about/net/> (дата обращения: 12.09.2014).
 6. Pol Manning. Teorija «periferijnogo kafe»: «Vody Lagidze» i periferijnaja gorodskaja modernost // Antropologicheskij forum. – № 12. – S. 272–296.
 7. Pachenkov O. Publichnoe prostranstvo goroda pered licom vyzovov sovremenности: mobilnost i «zloupotreblenie publichnostju» // Novoe literaturnoe obozrenie. URL: <http://magazines.russ.ru/nlo/2012/117/p33-pr.html> (дата обращения: 04.10.2014).
 8. Sennet R. Padenie publichnogo cheloveka. – М. : Logos, 2002.

Bibliograficheskij spisok

1. Aljabeva L. Kofe i gorod, ili «kakuju radost ezhednevno darit nam kofejnja!» Iz istorii anglijskogo kofejnogo voprosa // Teorija mody: odezhda, telo, kultura. – 2006. – Вып. 1. – S. 223–252.
2. Arendt H. «VITA ACTIVA, ili o dejatelnoj zhizni». – SPb., 2000.
3. Братолобова М. В., Пимонов И. С., 2014