

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
Санкт-Петербургский государственный университет

Золотухина Татьяна Владимировна

**«РЕСТОРАННЫЙ ДЕНЬ» КАК НОВАЯ СОЦИОКУЛЬТУРНАЯ ПРАКТИКА
«RESTAURANT DAY» AS A NEW SOCIO-CULTURAL PRACTICE**

Выпускная квалификационная работа по направлению подготовки
50.04.01 «Искусства и гуманитарные науки»

Магистерская программа «Межкультурное образование»

Научный руководитель:

Казакова Елена Ивановна,
Доктор педагогических наук,
профессор СПбГУ

Санкт-Петербург
2017

Оглавление

Введение.....	3
ГЛАВА I. СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ ПОДХОД КАК МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ.....	9
1.1 Методология исследования социокультурной практики.....	9
1.2 История развития фестиваля «Ресторанный день».....	19
1.3 Описание социокультурной практики.....	27
Выводы по первой главе.....	34
ГЛАВА II. ИССЛЕДОВАНИЕ ФЕСТИВАЛЯ.....	36
2.1 «Ресторанный день» в социальных сетях и СМИ.....	36
2.2 Портрет участника «Ресторанного дня». Анализ анкеты.....	39
2.3 Личный опыт участия в фестивале. Опыт посетителя.....	62
2.4 Опыт организации однодневного ресторана: проект «Ресторанный дом».....	68
Выводы по второй главе.....	71
ГЛАВА III. ПРАКТИЧЕСКАЯ ЗНАЧИМОСТЬ ФЕСТИВАЛЯ «РЕСТОРАННЫЙ ДЕНЬ».....	73
3.1 Образовательные и просветительские проекты на «Ресторанном дне»....	73
3.2 Проект «Десертация».....	76
Выводы по третьей главе.....	80
Заключение.....	81
Литература.....	85

Введение

За последние годы в мире возникает множество различных инициатив в разных сферах. Новые проекты, новые способы воплощения старых идей отражают тенденцию к объединению методик различных наук и междисциплинарному подходу. Таков характер процессов, происходящих сегодня во всех сферах общества. Для их успешного развития, для возможности их возникновения необходима определенная среда, состояние общества, необходимость ответственного отношения к своим действиям, а главное – свобода. Мы заметили, что подобные нестандартные проекты часто возникают не в рамках регламентированных формальных институтов, а вне их, или скорее вопреки им, то есть являются ответом на некие проблемы, задачи или вызовы общества. Они являются более эффективными, яркими и заметными. Они задумываются своими создателями со стопроцентной заинтересованностью, и имеют большой потенциал развития. Это исследование посвящено изучению природы и потенциала одного из таких проектов, придуманных в Финляндии, который успешно реализуется и развивается в 73 странах мира, в том числе в России – это кулинарный фестиваль «Ресторанный день» (Restaurant Day).

Актуальность исследования обусловлена тем, что фестиваль возник в ответ на некоторые вызовы общества, и до сих пор очень популярен. Внешне «Ресторанный день» представляет собой любительский гастрономический фестиваль. «Ресторанный день» - это праздник еды, в центре его внимания находится еда. Однако «Ресторанный день» это не только развлечение и очередной способ времяпрепровождения, но и заложенные в нем смыслы и ценности. Реализация проекта оказалась настолько удачной, что его идея стала универсальной и широко распространилась в мире. Фестиваль вскрыл глубокий творческий потенциал людей. Он стал намного больше чем фестиваль еды, неся в себе демократические ценности. Фестиваль вывел восприятие еды как посредника в человеческих взаимоотношениях на новый

уровень. Он повысил туристическую привлекательность Финляндии, сделал увлечение кулинарией частью образа жизни современных городских жителей.

Мы посчитали необходимым исследовать этот феномен, так как универсальность идеи позволила ей распространиться на страны с совершенно разной культурой и уровнем свободы в обществе, о чем говорит, тот факт, что за время существования фестиваля так или иначе в нем приняло участие 73 страны. Санкт-Петербург в России является вторым в мире городом по масштабности проведения фестиваля, после Хельсинки. При этом фестиваль всё еще находится за рамками правового поля. За время своего существования он успел получить около десятка наград, и его значимость была высоко оценена министерством образования и культуры Финляндии. Администрация города Хельсинки официально разрешила проведение фестиваля в том виде, в котором его задумывали создатели. Но Санкт-Петербурге, например, формально для его проведения необходимо получить согласование с властями, что сделать практически невозможно. Концепция фестиваля, гласящая, что на один день любой человека может открыть свой маленький однодневный «ресторан» в любом месте, не находит возможности поддержки в российском законодательстве. Научное исследование о проекте может повысить социальную значимость фестиваля в России.

Что представляет собой «Ресторанный день»? Какие тенденции он отражает? Каковы перспективы его развития? Задавшись этими вопросами, мы сформулировали **гипотезу** исследования следующим образом: Имея развлекательную форму, фестиваль «Ресторанный день» является социокультурным феноменом, отражающим тенденции к самоорганизации, свободе, противостоянию зарегулированности и формализму. Исследуя опыт этого проекта, мы можем изучить эти тенденции и оценить его социальное и культурное значение и потенциал его развития. Мы также полагаем, что этот фестиваль несет в себе потенциал безопасной и психологически комфортной образовательной площадки для апробации собственного бизнес-, социального

или личного проекта, презентации своих творческих идей посредством кулинарии, развивает самостоятельность, инициативность и ответственность.

Объект исследования – современные социокультурные практики.

Предмет исследования – практика участия в фестивале «Ресторанный день» как социокультурная практика.

Целью исследования является оценка значимости участия в фестивале «Ресторанный день» для социокультурного развития общества.

Задачи: разработать методику исследования проекта; описать проект; проанализировать вызовы, ответом на которые он стал; спрогнозировать его дальнейшее развитие; изучить образовательный потенциал проекта.

В соответствии с целью были поставлены следующие научно-практические задачи:

- Разработать методику исследования фестиваля на основе методологии социокультурного подхода;
- Проследить динамику развития фестиваля с момента его создания до настоящего времени;
- На основе разработанной методики описать фестиваль как социокультурную практику;
- На основании анкетирования составить портрет участника фестиваля и проанализировать мотивацию и интересы;
- Получить и проанализировать личный опыт участия в фестивале;
- Оценить образовательный потенциал «Ресторанного дня» на основе созданных в его рамках проектов, а также создания своего проекта, посвященного образованию.

Методология исследования основана на социокультурном подходе. Для выяснения интересов участников мы использовали анкету полужакрытого типа. Также использовались методы наблюдения и проектирования.

Степень научной разработанности темы. Как социально-культурное явление «Ресторанный день» до сих пор не анализировался в научной литературе. Нами обнаружены исследования, касающиеся бизнес-модели

«Ресторанного дня»^{1,2}. Обнаружена также научная работа, посвященная изучению масштабируемости некоммерческих организаций на примере «Ресторанного дня», то есть тому, как система организации оказывается способна поддерживать свой рост без существенной поддержки³. Наблюдается недостаток исследований в данной теме. На настоящий момент встречающиеся статьи, посвященные Ресторанному дню, не носят научный характер, но дают представление о значении этого феномена и вызванного им эффекта. Мы предполагаем, что фестиваль является достаточно новым социокультурным феноменом, поэтому его важно исследовать при помощи разных подходов. Таким образом **научная новизна** исследования состоит в анализе социокультурного значения предмета исследования.

Теоретическую базу исследования формируют работы, посвященные методологии исследования социокультурных процессов и явлений. Это работы российских исследователей о методологии (Ю. М. Резник, С. Г. Кирдина, А. Л. Темницкий, Н. Черныш, О. Ровенчак), о проблемах социокультурного подхода (Е. А. Тюгашев), используются элементы институционального подхода, неотделимого от социокультурного (С. Г. Кирдина, Н. В. Шарковская, М. Г. Агапов, Р. О. Поплавский, М. С. Черепанов).

Практическая значимость исследования состоит в оценке возможностей развития фестиваля и возможностям применения идеи «Ресторанного дня» в образовательной сфере.

¹ Merenheimo Janina. Re-appropriation of urban space through consumption. Markkinoinnin laitos Department of Marketing. URL: <https://aaltodoc.aalto.fi/handle/123456789/18334> (дата обращения 12.03.2016)

² Martikainen Outi. Citizen Generated Social Innovation – A Case Study of Restaurant Day Kansalaisten tuottama sosiaalinen innovaatio – tapaustutkimus Ravintolapäivästä. 2014. URL: <https://aaltodoc.aalto.fi/handle/123456789/14454> (дата обращения 12.03.2016)

³ Istvan Gergo Lang. SCALABILITY OF A NON-PROFIT ORGANIZATION - THE CASE OF RESTAURANT DAY Studying the case of Restaurant Day // Master's thesis MScSocSc in Management of Creative Business Processes, Copenhagen Business School. 2016

Положения, выносимые на защиту:

- Социокультурный подход применим для исследования различных событий, явлений и практик, где возникает социальное взаимодействие между индивидами и обществом, при этом возникает некоторый творческий продукт. Культура неотделима от социального взаимодействия, потому что возникает во время его осуществления. План, разработанный для описания конкретной социокультурной практики участия в «Ресторанном дне» применим для описания других социокультурных практик.
- За развлекательной кулинарной стороной фестиваля лежат ценности права на самоорганизацию, свободного и ответственного пользования общественным пространством города. Это практика, формирующая чувство причастности к сообществу единомышленников, в которой еда выступает как средство коммуникации, позволяя рестораторам выразить себя и пригласить к общению своих посетителей. «Ресторанный день» призван также повышать ответственность рестораторов за свои действия, а посетителей – доверие к рестораторам.
- Проведенное анкетирование участников «Ресторанного дня» дало нам ответы на вопросы об участниках фестиваля, их отношении к нему, интересах и целях. В среднем это люди 29 лет, к этому возрасту уже имеющие постоянную работу, не всегда связанную с творчеством, поэтому ищущие реализации своих творческих способностей. Стремление к творческой деятельности, созданию реального продукта своими руками соотносится с интересом участников к «Ресторанному дню». Интерес к кулинарии есть у большинства участников. Многие участвуют для того, чтобы продемонстрировать свои способности и заявить о себе.
- Опыт проведения «Ресторанного дня» в Санкт-Петербурге позволил заявить о себе благотворительным, просветительским, образовательным

организациям. В этом мы видим потенциал развития его идеи на фоне всё большей коммерциализации фестиваля.

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, трех глав, выводов к каждой главе, заключения, списка литературы.

ГЛАВА I. СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ ПОДХОД КАК МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

1.1 Методология исследования социокультурной практики

Для описания фестиваля «Ресторанный день» был выбран социокультурный подход. Фестиваль – это явление реальной, практической жизни, и изучив его, мы можем получить представление о смыслах, которые содержит это явление и о его месте в институциональной системе общества. В данной главе мы рассмотрим теоретические методологические особенности социокультурного подхода для описания социокультурной реальности, оценим возможности его применения. Теоретическую базу данной главы составляют статьи российских социологов Ю.М. Резника, С. Кирдиной, Ю.Л. Беляковой, Е.А. Тюгашева, М.Г. Агапова, Р.О. Поплавского, М.С. Черепанова. В их работах отражено современное российское понимание методологии социокультурных исследований, поэтому они стали ориентиром при разработке способа описания интересующего нас предмета.

Мы полагаем, что фестиваль «Ресторанный день» представляет собой социокультурную практику. Нам необходимо выяснить, что представляет себя социокультурная практика как исследовательский инструмент, как она используется. Социокультурный подход имеет достаточно размытые границы, поэтому вопрос о пределах применения этого подхода тоже оказывается проблемным. Нас также интересуют принципы социокультурного подхода, что позволит составить нам методологию исследования интересующего нас явления. Мы также выяснили, какие исследовательские инструменты применяются в социокультурном подходе и составили свой метод описания социокультурной практики так полно, насколько возможно в рамках подхода.

Методологию социокультурного подхода мы изучали на основе публикаций, существующих в отечественной научной традиции. Поиск теоретических статей и работ выявил, что степень разработанности социокультурного анализа невысока. В понятии «социокультурный» уже заложен основной принцип – единство и взаимосвязь социального и

культурного. Тем не менее эта двойственность избыточна, так как культура не может существовать отдельно от социума. Если мы не можем утверждать, что первично, что вторично, мы не можем сказать, что появляется раньше – общество или культура, но мы можем утверждать, что социум необходим для поддержания и воспроизводства культуры.

При поиске литературы, посвященной изучению социокультурных практик было обнаружено крайне мало исследований, которые могли бы дать им определение. Понятие «социокультурный» используется настолько часто и в различных словосочетаниях, что определить его степень научности и правомерности его использования очень сложно. Во многих случаях понятие «социокультурный» используется в совершенно разных контекстах, не имеет определения или уточняющих ссылок, и, по-видимому, используется авторами статей исходя из их собственного понимания термина, либо они не считают нужным его объяснять. Мы же столкнулись с проблемой определения методологии, которая в наибольшей степени подходит для описания события, которое мы точно не можем назвать принадлежащим к сфере повседневного, но сформировавшего вокруг себя определенную практику его проведения и повторяющегося с периодичностью один раз в сезон.

Наиболее подходящим для описания социокультурной практики мы выбрали социокультурный подход. «Ресторанный день» – это событие, фестиваль, который, несомненно, представляет собой культурное явление. Событие не может состояться без участвующих в нем людей, которых можно разделить на инициаторов, организаторов и посетителей, и такая классификация покажет нам какие роли люди занимают в структуре фестиваля, но мы также можем узнать, кто эти люди, какое положение в обществе они занимают, какие роли выполняют и в какие взаимоотношения вступают. Таким образом, социальные отношения фестиваля, состоящего из разных людей, и внешнего мира могут многое сказать о социальном значении фестиваля. Фестиваль «Ресторанный день», представляя собой сферу соединения культурного события и социального взаимодействия, составляет

социокультурное явление, которое рождает в этом взаимодействии новые смыслы.

Социокультурную практику можно в том числе определить как деятельность, выполняемую регулярно, формирующую вокруг себя определенную традицию, ритуал, которая образует некоторое коммуникативное пространство вокруг себя. Социальная практика – это деятельность человека, в которой происходит взаимодействие между ним и обществом, его субъектами, культурой, институтами, во время которого происходит освоение, преобразование или изменение окружающей среды. Понятие практики принадлежит социологической терминологии. Определение социальных практик определяется в трудах П. Бурдье, П. Бергера, Т. Прасонса, А. Шюца Э. Гидденса. Социокультурная практика, как «действие, совершаемое индивидом в обществе, приобретает значение социального»⁴. Социальные практики упорядочены по времени, месту, привязаны к определенному контексту, фону⁵. Социокультурная практика образует вокруг себя институт ее использования. Мы исходим из основного принципа о том, что практика – это явление действительной жизни. Она существует в реальности и описывается она языком повседневности. Практику также характеризует повторяемость. Практика воспроизводима. Социокультурные практики – это различные виды деятельности человека, в которых его деятельность можно считать культурной и социальной. Человек выступает как субъект культуры и социума. Социокультурная практика связана с социальным проектированием: «предполагающий осуществление нового, ранее не существовавшего, как минимум, в ближайшем окружении, социально значимого продукта»⁶.

⁴ Шугальский С.С. Социальные практики: интерпретация понятия // ЗПУ, 2012. №2. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnye-praktiki-interpretatsiya-ponyatiya>. Последнее обращение – май 2017.

⁵ Там же.

⁶ Никитина Г.В. Социальная практика как педагогическое понятие // Актуальные задачи педагогики: материалы Международной научной конференции, Чита: Молодой ученый, 2011. – С. 33-35.

В статье Е. А. Тюгашева «Социокультурный подход: эпистемологический статус и содержание»⁷ делается попытка выяснить дисциплинарную принадлежность понятия «социокультурный подход» и выяснить его содержание. Автор статьи приходит к заключению, что ни одну из рассмотренных им работ нельзя назвать трудом, выполненным в социокультурном подходе. Использование этого термина не означает что существует общее понимание этого термина. Находя истоки интереса к социокультурному подходу в зарубежной психологии (в частности исследователей, заинтересованных в трудах Л. С. Выготского) и современной российской философской среде автор делает вывод «об общенаучном и метанаучном статусе социокультурного подхода».

Социокультурный подход не принадлежит какой-то отдельной дисциплине, он междисциплинарен. Тюгашев ставит вопрос о его эпистемологическом статусе. Поднимается проблема границ применения подхода. Тюгашев приводит в пример работы российских исследователей, которые делали попытки определения этого термина, в основном подвергая их критике. Часто встречающаяся ссылка на работу П. А. Сорокина «Социальная и культурная динамика», о том, что в ней содержатся философские основания социокультурного подхода, Тюгашевым подвергается сомнению. Сорокин использовал термины «социальные отношения» и «культурные отношения». При этом российский исследователь Н. И. Лапин противопоставляет социальное и культурное, что противоречит утверждениям Сорокина. Мы же в своем взгляде соглашаемся с Тюгашевым и принимаем положение о том, что социальное и культурное это не отдельные сферы жизни общества. Они тесно взаимосвязаны, и без одного не существует другого. Социум формируется и поддерживается благодаря культуре, культура в свою очередь, может

⁷ Тюгашев Е.А. Социокультурный подход: эпистемологический статус и содержание // Сборник «Социальные взаимодействия в транзитивном обществе» // Сборник научных трудов. Выпуск XIII. Новосибирск: НГУЭУ, 2011. – 338 с

существовать только в социуме. Культура является смыслообразующим фактором общества.

Тюгашев не обнаруживает определения социокультурного подхода в пособиях по социологии и культурологии. В обзоре также критикуется А.С. Ахиезер, один из крупных теоретиков социокультурного подхода. Их характеризует общность выводов, что отмечалось исследователями, говорит Тюгашев. Так, например, С. Г. Кирдина критикует их за несоблюдение логики системного подхода, и дезавуирование некоторых ценностей – «традиционные» ценности ими утверждаются как тормозящие развитие общества, а либеральные – желательные и прогрессивные. Тем не менее любые ценности – основа культурной системы общества, и логически противоречит принципам социокультурного подхода: «методология анализа, ставящая роль ценностей в социальных изменениях "во главу угла", а затем определяющая один из типов этих ценностей как "тормоз общественного развития", логически противоречива. Поэтому дихотомическое деление обществ на традиционалистские и либеральные содержит латентное утверждение о неспособности или способности их развития»⁸.

Тюгашев рассматривает также работу украинских социологов Н. Черныш и О. Ровенчак. Они также критикуют подход, когда противопоставляются ценности, и настаивают на единстве социального и культурного.

Особо Тюгашев останавливается на понимании социокультурного подхода российским философом В. П. Фофановым. В его изложении основные принципы социокультурного подхода звучат следующим образом.

Фофанов предлагает описывать отдельные социокультурные объекты конкретно-эмпирически, либо разработать теорию для описания отдельных объектов. В данном исследовании мы разработали способ описания конкретной социокультурной практики, который, по нашему мнению,

⁸ Кирдина С.Г. «Социокультурный и институциональный подходы как основа позитивной социологии в России» Социологические исследования. 2002. № 12. С. 23-33

применим для описания других явлений подобного рода. Подход Фохнова позволяет снять противостояния традиционных и либеральных ценностей, однако не решает проблемы дисциплинарной принадлежности социокультурного подхода. В данном исследовании не стоит задачи определения дисциплинарной принадлежности изучаемого явления. Мы исследуем его как культурное явление, затрагивающее широкий спектр жизненных сфер.

Еще одной проблемой является сложность в определении границ социокультурного подхода. Социокультурный подход применим для анализа очень широкого круга явлений, что может привести к сомнению в его научности. Действительно, социокультурный подход является междисциплинарным и комплексным, объединяя в себе методы социологии, антропологии, культурологии, философии. Наиболее ценной для определения методологических оснований нашего исследования оказалась статья Ю.М. Резника, посвященная методологии социокультурных исследований. Ю.М. Резник отмечает⁹, что социокультурный подход предполагает изучение институциональных и внеинституциональных структур социальной организации. Институциональный анализ позволяет определять структуру изучаемых явлений и выявлять цели, ради которых они возникают. Институт формируется вокруг определенной цели, создаются связи, формируются способы взаимодействия, практики. Неформализованная активность индивидов структурируется. Существует и обратный процесс деинституционализации, когда системное образование распадается вследствие спонтанной свободной деятельности субъектов.

В коллективной статье М.Г. Агапова, Р.О. Поплавского, М.С. Черепанова «Социокультурные сообщества в условиях (де)модернизации»¹⁰

⁹ Резник Ю.М. Социокультурный подход как методология исследований. Вопросы социальной теории. 2008. Том II. Вып. 1(2)

¹⁰ Агапов М.Г., Поплавский Р.О., Черепанов М.С. Социокультурные сообщества в условиях (де)модернизации // Вестник археологии, антропологии и этнографии. 2014. № 3 (26)

социокультурные сообщества рассматриваются как агенты модернизации на основе концепции Инглхатра-Вельцеля¹¹. Подход говорит о том, что культурные изменения являются связующими между социально-экономическими изменениями и политическими. Социокультурные сообщества выступают как коммуникативное средство для осуществления этих изменений, так как они транслируют новые образцы поведения, новую организационную структуру, новые ценности и идеалы.

Что понимается под модернизацией, и что понимается под социокультурными сообществами? Модернизация в данном случае – движущая сила социальных изменений. Что такое социокультурные сообщества? В этом и состоит задача авторов статьи – выяснить концептуальные границы того, что можно назвать социокультурным сообществом. В целом социокультурное сообщество – это актор, действующий субъект изменений. Субъект вмешивается в привычный ход событий и порождает социальные изменения. С этой точки зрения появление новой практики может свидетельствовать о возникновении запроса на изменения. Эти действия чаще всего являются регулярными и преднамеренными.

В статье авторы раскрывают теорию культурной модернизации Инглхатра-Вельцеля. Его диагностическую основу составляет проект по определению ценностей World Values Survey¹². Наиболее важный для нас вывод из этого исследования – современное «общество знаний» несет в себе ценности индивидуализации и самовыражения, и ставит в центр интересы человека, что подтверждает господство эпохи неогуманизма.

Авторы принимают позицию, что социокультурные сообщества являются источниками производства ценностей. Авторы также приводят параметры описания сообществ на основе пунктов, выделенных В. С.

¹¹ Инглхарт Р., Вельцель К. Модернизация, культурные изменения и демократия: Последовательность человеческого развития М.: Новое издательство, 2011. – 464 с.

¹² World Values Survey [сайт] URL: <http://www.worldvaluessurvey.org/wvs.jsp> (дата обращения 3.04.2017)

Вахштайном¹³. Изучаемый нами предмет совпадает по описанию с предложенным, соответственно будем считать его сообществом, служащим коммуникации и изучать его, используя предложенные концептуальные рамки, изучая взаимодействующих субъектов – нам необходимо будет выделить взаимодействующие группы и выяснить как строятся их отношения. «Сообщества событийны, потому что событийна коммуникация. Сообщества порождаются событиями коммуникации; можно выделить сообществоустанавливающие события и события рутинные, ординарные»¹⁴. Изучаемая нами практика «Ресторанного дня» имеет двойственную природу. С одной стороны – это событие, что подразумевает его уникальность и единичность, с другой стороны – это событие, построенное по одному и тому же формату, повторяется регулярно, что делает его рутинным и поддерживающим существование всего движения и сообщества. В этих событиях – есть рутина существования сообщества, рутинные действия разбросаны по времени далеко друг от друга, что делает существование практики неустойчивым. Должны быть действия, поддерживающие ее регулярность.

Вахштайн В. С.: «Коды коммуникации. На каком «языке» происходит коммуникация? Каковы встроенные в него способы описания мира? Как именно используемая в данном языке метафорика позволяет сообществу ответить на вопрос о себе и о своем положении в мире?»¹⁵ Здесь речь может идти о миссии фестиваля и его ценностях.

В статье, посвященной социокультурному подходу Ю. М. Резник выделяет социально-философские основания подхода, из которых одно из важнейших можно назвать как принцип единства и взаимосвязи частей целого. Научные методы исследования, которые использует социокультурный подход, относятся к общенаучным социальным методам исследования.

¹³ Вахштайн В.С. К концептуализации сообщества: еще раз о резидентности или работа над ошибками // Социология власти. 2014. № 3. С. 8–26

¹⁴ Там же

¹⁵ Там же

Соответственно и принципами социокультурного анализа являются системность, комплексность, ориентация на ценности. Из социальных методов исследования в статье рассмотрены институциональный, позиционный анализ. Нам наиболее интересен институциональный анализ. Рассмотрим его основные принципы и порядок исследования, на основе статьи Ю. М. Резника.

Институциональный анализ в социальных науках разрабатывался несколькими исследователями, поэтому разные авторы отмечают разные аспекты институционализации. Резник приводит взгляды Т. Парсонса, для которого институты состоят из набора ролей и норм и связывают индивидов в общность. «Институты находятся в функциональных связях с внешней средой, с которой они взаимодействуют как системы, контролируемые ценностями данного общества». По мнению исследователей П. Бергера и Т. Лукмана институционализация связана с процессами типизации действий индивидов. Ю.М. Резник разделяет взгляды тех исследователей, которые говорят о процессе институционализации как о процессе упорядочения социальных связей.

Для нашего исследования институциональный анализ необходим, чтобы определить место изучаемого явления в социальной структуре. «Ресторанный день» мы считаем социокультурной практикой, что означает ее повторяемость, воспроизводимость, регулярность. Это событие, проходящее по определенным правилам, в нем участвуют люди, у которых есть мотивы, причины и цели участия. Институциональный анализ позволяет выявить характерные черты этой практики, взаимоотношения этой практики с другими институтами общества, ценностные ориентации участников.

Мы также будем использовать элементы позиционного анализа, который позволяет описывать данную социальную реальность с позиций действующих в ней субъектов. Мы выделяем несколько групп, взаимодействующих в рамках «Ресторанного дня»:

- Участники события;
- Посетители;

- Городские администрации (органы власти);
- Организаторы и инициаторы события.

Мы предполагаем, что интерес к «Ресторанному дню» проявляется у людей определенной социальной позиции, поэтому одним из главных предметов интереса в нашем исследовании стало изучение участников практики – их интересы, цели, взгляды. Мы полагаем, что участники «Ресторанного дня» принадлежат к особой группе людей. Активная жизненная позиция, креативность, отзывчивость на различные инициативы, желание заниматься творчеством и предьявлять его широкому кругу, разделение ценностей осознанности и ответственности за свои действия – мы считаем, что при всем разнообразии интересов тех, кто так или иначе связан с «Ресторанным днём» может быть охарактеризован таким образом.

На этой теоретической основе мы разработали план для описания социокультурной практики. Список вопросов составлялся для исследования фестиваля «Ресторанный день», однако мы считаем, что в данном виде он может быть использован для описания других социокультурных явлений и практик. Список состоит из следующих положений:

- Какова история возникновения этой практики? Существовало ли что-то до нее? Что появилось или изменилось с ее появлением? Существует ли что-то аналогичное?
- Как устроена практика? Установлено ли время, когда выполняется эта практика? Когда и в какое время она происходит?
- Каким принципам и правилам следуют участники? Какие ценности в ней заложены?
- Какова структура явления? Какое место занимает явление в институциональной системе общества? Насколько легитимна практика? Какую поддержку она находит в обществе и у власти?

- Кто является участником этой практики? Что участники практики говорят о ней, о других участниках? Какие они называют причины, побуждающие участвовать в этой практике?
- Насколько распространена практика? Образуют ли участники постоянное сообщество на основе своей деятельности?

Основываясь на данных положениях, мы исследовали международный фестиваль «Ресторанный день». Далее в исследовании мы постепенно отвечаем на поставленные нами вопросы.

Диагностическая часть включает в себя такие методы исследования, как анкетирование, которое мы провели руководствуясь рекомендациями С.Г. Вершловского¹⁶. Методом наблюдения мы выяснили как проходит процесс изучаемой социальной практики¹⁷.

1.2 История развития фестиваля «Ресторанный день»

«Ресторанный день» – это кулинарный фестиваль, для участия в котором любой человек может организовать однодневный «ресторан» в любой точке города. Эти «рестораны» функционируют в формате *pop-up (pop-up)*¹⁸, то есть возникают в каком-либо месте города на несколько часов, или сутки, а затем прекращают свое существование. Чаще всего они располагаются в необычных местах – квартирах, на тротуарах, причалах, парках, и их расположение никак не легализуется и не согласовывается с местной администрацией¹⁹. Такой формат уже давно прижился в Нью-Йорке, где временные рестораны открываются на несколько недель, и имеют все признаки полноценного

¹⁶ Вершловский С.Г., Матюшкина М.Д. Анкетный опрос в социально-педагогическом исследовании // Школа молодого исследователя. СПб: Академия постдипломного педагогического образования, кафедра педагогики и андрагогики, 2005.

¹⁷ Вершловский С.Г. Метод наблюдения в педагогике // Школа молодого исследователя. СПб: Академия постдипломного педагогического образования, кафедра педагогики и андрагогики, СПб: 2011. – 60 с.

¹⁸ Sabrina Fetz, Katrin Fieseler. I pop up, you pop up, we pop up. An Empirical Excursion into the World of the Pop-Up Phenomenon in Copenhagen's Gastronomy Industry. Management of Creative Business Processes Copenhagen Business School. 2014

¹⁹ Frank Bruni. The Now-You-See-It Restaurant // N.Y. TIMES. 2011. URL: http://www.nytimes.com/2011/01/05/dining/05temp.html?pagewanted=all&_r=0 (дата обращения 5.04.2016)

заведения. Обычно такая акция оказывается тестовым режимом для ресторатора, который собирается открыть свое заведение на постоянной основе. Подробное исследование поп-ап культуры было проведено в Копенгагене в 2014 году²⁰. Феномен поп-ап практически не исследовался в академическом контексте, и благодаря работе магистрантов Копенгагенской бизнес-школы, мы можем составить представление о причинах происхождения и влиянии этого феномена. Этот феномен оказывается связан в гастрономическом дискурсе с уличной едой, или секретными зваными ужинами. В Копенгагенском исследовании формат поп-ап описывается как феномен и рассматривается как бизнес модель и тренд.

Фестиваль первоначально связан с проблемами открытия собственного ресторанного бизнеса. История фестиваля началась в 2011 году. Вдохновитель проекта, финский журналист и фотограф Тимо Сантала в лекции на конференции TED, прочитанной в Турку в 2013 году²¹, рассказывал, что идея фестиваля пришла к нему и его друзьям, которым хотелось открыть ресторан. Они не справились с бюрократическими процедурами и проверками, которые нужны были для запуска их проекта. Трудозатраты на процесс открытия своего заведения оказались для них слишком сложными. Тогда они разработали идею: «Будет здорово, если любой человек на один день сможет организовать свой ресторан без всяких бюрократических процедур, ведь хождение по инстанциям занимает больше времени, чем ресторан бы в принципе существовал»²². Они назначили день, когда кто угодно может выйти на улицу со своим однодневным заведением. Их первым проектом в рамках «Ресторанного дня» стал бар на колесах – Сантала с другими инициаторами идеи Антти Туомолой и Олли Сиреном выехали в парки на велосипедах и

²⁰ Sabrina Fetz, Katrin Fieseler. I pop up, you pop up, we pop up. An Empirical Excursion into the World of the Pop-Up Phenomenon in Copenhagen's Gastronomy Industry. Management of Creative Business Processes Copenhagen Business School. 2014

²¹ Restaurant day - a worldwide food carnival: Timo Santala at TEDxTurku // youtube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=OZIT8YHk16k> (дата обращения 16.03.2016)

²² Там же.

продавали еду и напитки. В марте 2011 года они рискнули выйти на улицу без официальных разрешений и согласований. Инициаторы проекта подумали, что если выходить на улицы с мини-рестораном всего несколько раз в год, то вряд ли у администрации города возникнут возражения. На тот момент создание однодневного заведения в Хельсинки не приравнивалось к предпринимательской деятельности, требующей специальных разрешений, поэтому Сантале и его единомышленникам не возникло никаких препятствий.

Опробовав идею, инициаторы рассказали о ней в социальных сетях

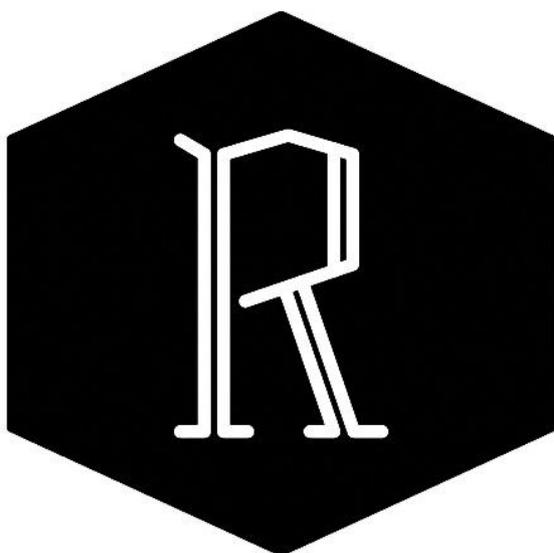


Рис. 1. Логотип фестиваля с 2011 по 2017 год.



Рис. 2. Логотип фестиваля с апреля 2017 года

Facebook и Twitter. Социальные сети первоначально были единственным средством маркетинга для проекта, потому что он воплощался в жизнь не имея бюджета. Позднее не только местная финская пресса, но и иностранные СМИ самостоятельно обращались к авторам проекта с просьбой дать интервью.

Во время первого официального фестиваля 21 мая 2011 года, уже получившего название «Restaurant Day», или «Ресторанный день», на улицы Хельсинки вышли 45 рестораторов со своими однодневными заведениями. Через 3 месяца, на следующий Ресторанный день, открылось уже 189 ресторанов в 4 странах (Финляндия, Болгария, Великобритания, Словения). В течение пяти лет фестиваль проходил раз в сезон, т. е. 4 раза в год – в мае,

августе, ноябре и феврале. В 2013 году к Ресторанному дню присоединилась и Россия – однодневные рестораны открылись в Санкт-Петербурге, и уже после первого фестиваля стали появляться отчеты²³. По данным официального сайта «Ресторанного дня» к маю 2016 года за всю историю фестиваля было открыто около 27,000 однодневных ресторанов, и около 3 млн человек в 75 странах поучаствовали в качестве посетителей. Ресторанный день, прошедший 21 мая 2016 года, собрал 2458 поп-ап заведений в 31 стране.²⁴

Мировые масштабы фестиваля

График на рисунке 1 ниже демонстрирует изменение количества открывавшихся однодневных ресторанов по всему миру начиная с самого первого фестиваля, прошедшего 21 мая 2011 года. Мы видим резкий скачок популярности «Ресторанного дня» в мае 2013 года, когда по всему миру было впервые зарегистрировано 1701 заведение. В дальнейшем на графике наблюдаются сезонные изменения активности участников – самые масштабные фестивали проходят в мае, меньше участников в августе, и почти в два раза активность падает в осенне-зимний сезон.

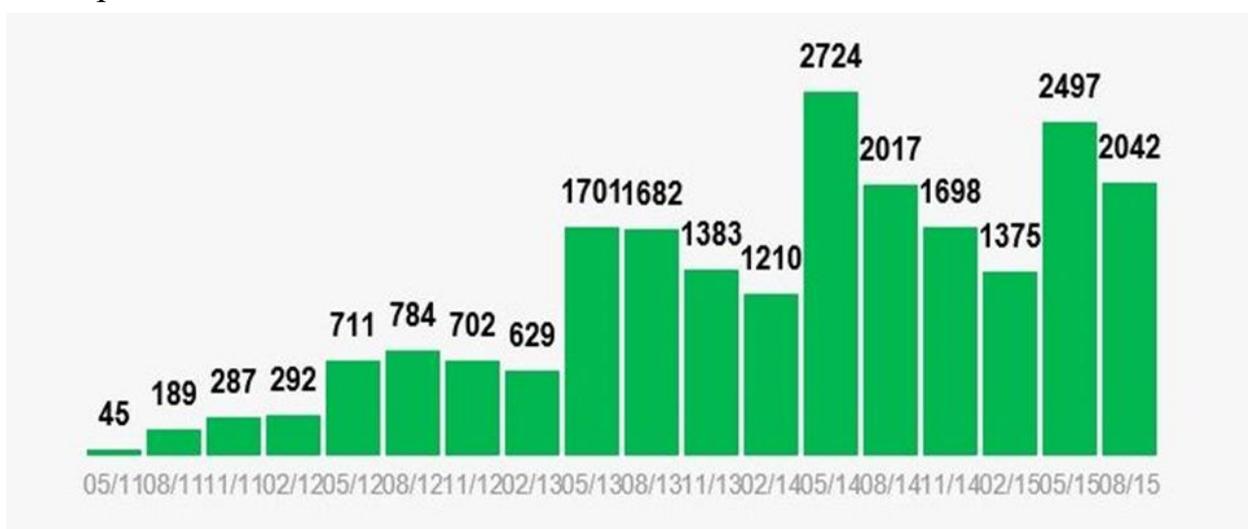


Рисунок 3. Изменение численности участников Ресторанного дня с мая 2011 г. по август 2015 г.

²³ Штрейс И. Ресторанный день: как это было // RESTOCLUB [сайт]. URL: <https://www.restoclub.ru/spb/review/foodtrip/restorannyj-den-kak-jeto-bylo> (дата обращения 5.05.2016)

²⁴ Restaurant Day [сайт] URL: <http://www.restaurantday.org/en/info/about/> (дата обращения 5.11.2015)

Традиционно лидером среди городов по количеству открываемых поп-ап заведений является Хельсинки. На втором месте находится Санкт-Петербург.

Фестиваль неоднократно признавался лучшим культурным событием в общественной жизни Хельсинки и Финляндии в целом. Администрация Хельсинки и мэр города увидели потенциал для развития в «Ресторанном дне» – фестиваль привлекал туристов и способствовал развитию кулинарной культуры города. Уже в первый год своего существования проект получил награды от министерства образования и культуры Финляндии, был признан главным культурным событием 2011 года городской библиотекой Хельсинки и комитетом по культуре. Пааво Архинмяки, министр образования и культуры Финляндии в 2011 году, присуждая премию основателям ресторанного дня так высказался о значимости проекта для своей страны: «Это просто переворот, что премию, присуждаемую за значительные достижения в области культуры, получила неопределенная группа, не имеющая отношения к искусству, но организовавшая мероприятие в сфере питания, в каком-то смысле включающее в себя культуру»²⁵. Создатели фестиваля разделили эту премию среди всех, кто к тому моменту успел поучаствовать в Ресторанном дне в качестве ресторатора. В других странах Ресторанный день также признается как значимый культурный проект. Например, в начале января 2016 года он признан одним из важных урбанистических проектов в Монреале²⁶.

«Наша роль – быть пиротехниками, которые зажигают первую искру»²⁷, - говорил Тимо Сантала в одном из интервью. В упомянутом ранее выступлении Тимо Сантала на конференции TED в 2013 году в городе Турку,

²⁵ Visit helsinki [сайт] URL: www.visithelsinki.fi/ru/nasladites/kafe-i-restorany/restoranny-den-prevratil-process-edy-v-karnaval+&cd=1&hl=ru&ct=clnk&gl=ru (дата обращения 17.06.2016)

²⁶ Top 25 des projets urbains qui ont marqué Montréal – lequel est votre préféré? [статья] // Journal Metro [сайт] URL: <http://journalmetro.com/actualites/montreal/900090/top-25-des-projets-urbains-qui-ont-marque-montreal-lequel-est-votre-prefere/> (дата обращения 17.06.2016)

²⁷ Visit helsinki [сайт] URL: www.visithelsinki.fi/ru/nasladites/kafe-i-restorany/restoranny-den-prevratil-process-edy-v-karnaval+&cd=1&hl=ru&ct=clnk&gl=ru (дата обращения 17.06.2016)

Финляндия, говорил, что сразу после первого ресторанного дня ему стали писать и спрашивать: может ли он обещать, что Ресторанный день повторится? Этот проект оказался востребованным у жителей Хельсинки. Организаторы хотят, чтобы Ресторанный день стал большим интернациональным праздником, сближающим людей. Их цель – побудить людей проводить время в общественных местах города, общаться друг с другом и знакомиться с теми, кто живет по соседству.

За всю историю фестиваля поп-ап рестораны открывались в 75 странах мира. Не только факт популярности делает фестиваль интересным для исследования. Он способствовал популяризации нового формата открытия ресторанов, стимулировал участников ответственно и творчески подходить к открытию однодневных заведений, которые часто «перерастали» формат поп-ап и становились полноценными заведениями, не теряя при этом своей оригинальности²⁸. Это событие позволило объединить людей с похожими жизненными ценностями, и способствовало созданию и развитию множества творческих инициатив. Это позволяет говорить о том, что «Ресторанный день» – это не просто кулинарный фестиваль, но также событие, имеющее большое социокультурное значение. За время существования фестиваля в СМИ появлялось большое количество публикаций и интервью с создателями и местными координаторами «Ресторанного дня». Во второй части исследования будет также рассмотрен дискурс, существующий вокруг фестиваля в социальных сетях, комментариях к публикациям в СМИ, и заявлениях власти. Нас также интересует опыт проведения фестиваля в Финляндии, в частности Хельсинки и Санкт-Петербурге, поскольку они являются крупнейшими участниками фестиваля даже при изменившемся формате его проведения.

²⁸ Участники «Ресторанного Дня» об открытии постоянных кафе // The Village [сайт]. URL: <http://www.the-village.ru/village/food/restaurants/138923-III> (дата обращения 17.05.2017)

Смена концепции фестиваля в 2016 году

За несколько дней до юбилейного «Ресторанного дня» в честь пятой годовщины проведения фестиваля в мае 2016 года, его создатель, Тимо Сантала, опубликовал послание в сообществе в Facebook, касающееся дальнейшего пути развития проекта. Теперь по замыслу создателей «каждый день теперь – ресторанный»²⁹. В послании участникам Сантала говорит о достижениях проекта за пять лет его существования – он стал крупнейшим в мире кулинарным фестивалем. Создатели посчитали, что существующий формат «1 раз каждые 3 месяца» больше не отвечает современным реалиям. Автор послания побуждает участников открывать однодневные заведения в любой день года, на основе тех же самых принципов, на которых строится «Ресторанный день». В «день рождения» «Ресторанного дня» было предложено оставить одну фиксированную дату – каждую третью субботу мая будет праздноваться всемирный «Ресторанный день». Также теперь можно проводить местные, менее масштабные «Ресторанные дни» в любой день года.

Антти Туомола, один из создателей «Ресторанного дня», так прокомментировал изменения в концепции: «Живой город жив каждый день, ему не нужны для этого особые дни или случаи. Мы верим, что, если в нас найдется достаточно смелости для того, чтобы осуществить самые безумные идеи и воплотить в реальность самые дикие мечты, общество станет лучше»³⁰. Предполагалось, что карта фестиваля теперь будет работать в постоянном режиме – теперь можно будет регистрировать свое однодневное заведение на любую желаемую дату, однако по состоянию на 14.03.17 сайт с картой больше не работает. В начале мая 2017 года был запущен новый сайт с картой с аналогичным и немного расширенным функционалом³¹. С обновлением и

²⁹ Every day is Restaurant Day now. URL: <https://www.facebook.com/notes/restaurant-day/every-day-is-restaurant-day-now/1056812087731043> (дата обращения 19.05.2016)

³⁰ Там же.

³¹ Search for a restaurant day event [интерактивная карта] URL: <http://beta.njomnjom.com/> (дата обращения 18.05.2017)

расширением функций должна появиться возможность отмечать понравившиеся однодневные рестораны и составлять свой маршрут.

В смене концепции видится стремление создателей превратить праздничное событие в повседневную реальность, задать новый тренд. Запись вызвала как позитивные, так и негативные отклики. В отзывах читается разочарование. Для многих участников проведение фестиваля четыре раза в год было именно праздником – периодическим событием, к которому можно заблаговременно подготовиться, и ждать его, как особого дня. Высказываются мысли о том, что сезонность «Ресторанного дня» была одной из причин его популярности. Теперь же фестиваль оказывается размыт по времени, что в том числе делает наблюдение его как целостного, единого движения очень затруднительным.

Поскольку основная информационная площадка фестиваля – это сообщество в Facebook, именно она является основным источником информации о его развитии, как он проходит в разных странах и о планах создателей по его развитию. В декабре 2016 года, когда создатели фестиваля увидели, что без координации из Хельсинки активность рестораторов снизилась, в сообществе началась дискуссия о вероятности возвращения проведения «Ресторанного дня» в прежнем формате, четыре раза в год. Было проведено голосование с вопросом «Как часто вы бы хотели отмечать Ресторанный день?»³². Большинство голосов было отдано за возвращение прежнего формата (201 голос). Вторым по популярности ответом оказался «дважды в год» (132 голоса). Создатели учли общественное мнение и ответили, что возвращение «Ресторанного дня» 4 раза в год возможно, если им удастся привлечь волонтеров для координации движения³³. Создатели также

³² «How often would you like to celebrate Restaurant Day?» Facebook event URL: <https://www.facebook.com/events/256907478058864/permalink/256914814724797/> (дата обращения 14.04.17)

³³ Facebook [статья] URL: <https://www.facebook.com/restaurantday/posts/1346069448805304:0> (дата обращения 6.04.2017)

анонсировали выпуск нового приложения и карты для регистрации однодневных ресторанов с возможностью регистрации не только в дни фестиваля, но и в любой другой день. Еще одним обновлением формата станет возможность добровольных денежных пожертвований для поддержки команды, занимающейся поддержкой и развитием фестиваля.

Опубликовав такое сообщение, создатели «Ресторанного дня» показали, что они хотят задавать тренды в кулинарном активизме во всем мире. Их идея состоит в том, чтобы стимулировать людей самостоятельно создавать какие-то события в своих городах. «Ресторанный день» воплощает в себе идею активного влияния на формирование и развитие общественного пространства для жителей города усилиями самих жителей. Это призыв вернуть городское пространство людям, для чего нужно дать им свободу действий в отношении самостоятельного улучшения условий для жизни и просто нахождения в пространстве и его использования по своему усмотрению минуя посредников.

За время своего существования фестиваль успел стать значимым культурным феноменом, стал площадкой для воплощения разнообразных проектов, вдохновил создание подобных событий. Он демонстрирует идеалы общественных взаимоотношений не только между людьми, но и с окружающей средой. Наблюдаемые в настоящее время изменения концепции могут привести к изменению события как праздничного и фестивального. Идея создателей концепции – ввести эти принципы в повседневную жизнь, чтобы принципы взаимодействия и доверия проявлялись в общении между людьми каждый день.

1.3 Описание социокультурной практики

В данном параграфе будут рассмотрены некоторые положения, обозначенные нами для описания социокультурной практики. Мы рассмотрим вопрос об устройстве «Ресторанного дня», вопрос о его месте в институциональной системе общества и легитимности практики, рассмотрим влияние фестиваля на кулинарную культуру в обществе. В предыдущем параграфе мы уже рассмотрели положение, касающееся истории развития

фестиваля. Положение об участниках фестиваля мы рассмотрим в следующих главах.

Как устроена практика? Каким принципам и правилам следуют участники? Какие ценности в ней заложены?

Прежде всего обратимся к сценарию, по которому проходит «Ресторанный день». «Это кулинарный фестиваль, когда любой человек может открыть свой ресторан на один день» - так звучит слоган фестиваля на заглавной странице сайта³⁴. Идея фестиваля состоит в том, что любой желающий может придумать и воплотить в жизнь маленький ресторан, который просуществует только в течение дня. Местоположение однодневного ресторана по замыслу создателей фестиваля может быть любым: квартира, уличная палатка, стол в парке, пара столиков около бара или детского сада, фургон или тележка, причал, квартира. Люди открывают заведения самого разного толка: кофейни, фаст-фуд, рестораны с этнической кухней, кафе с домашней выпечкой, что в целом можно обозначить как *стрит-фуд*, или иначе уличную еду.

Участвовать в фестивале может любой человек, в одиночку или набрав команду. Стать ресторатором на один день – значит взять на себя ответственность за все действия, связанные с организацией и работой своего заведения в течение дня, качеством предлагаемого продукта, а также уборкой своего места после завершения фестиваля. Концепция «Ресторанного дня» не предполагает коммерческих целей или рекламы чего-либо, а также любого вида пропаганды. Это праздник «без организаторов и организаций», который создается горожанами друг для друга. Создатели фестиваля настаивают на том, чтобы их не считали организаторами «Ресторанного дня», поскольку ответственность за все действия несет каждый из рестораторов.

Если владелец уже существующего ресторана или кафе захочет попробовать себя в новом качестве или протестировать какие-то новые блюда,

³⁴ Restaurant Day [сайт] URL: <http://www.restaurantday.org/en/info/about/> (дата обращения 5.11.2015)

то он может выступать наравне со всеми, как независимый участник. К тому же для ресторанного бизнеса это может стать хорошим способом узнать, что сейчас интересно клиенту. Организаторы ресторанного дня в Хельсинки утверждают, что даже обычные кафе и рестораны во время проведения фестиваля оказываются полны народа, так что они не несут убытков.

Цены на свою продукцию участники устанавливают самостоятельно. Создатели призывают делать их доступными; распространена также система оплаты в виде *donation* – размер вознаграждения определяется самими покупателями. В условиях, когда за несанкционированную торговлю участники Ресторанного дня могут быть привлечены к административной ответственности, способ оплаты через *donation* становится альтернативой назначению цены. Концепция фестиваля подразумевает, что любой труд должен быть вознагражден, в том числе труд тех, кто организует на свои средства однодневный ресторан. В этой связи для участников скорее становится важно получить удовольствие от участия, его доступность (не надо платить деньги за возможность участвовать в событии), самореклама, а заработок становится далеко не на первое место. Многие участники остаются довольны тем, что им удается окупить затраты.

«Ресторанный день» не имеет никаких источников финансирования. Премия в виде материальных средств была выделена в Финляндии однажды, и была роздана всем участникам, которые на тот момент успели организовать свой однодневный ресторан.

В каждом городе, где проходит «Ресторанный день», действуют волонтеры, координирующие регистрацию участников. Волонтеры не получают материального вознаграждения за координацию фестиваля. Они занимаются информационной поддержкой, связями с прессой, модерированием карты и сайта, а также пресекают регистрацию постоянно действующих баров и кафе, пытающихся прорекламирровать себя за счет фестиваля. Любое уже существующее заведение имеет право выступить как

площадка, на которой во время фестиваля могут разместиться создатели однодневных ресторанов.

Информационная поддержка фестиваля осуществляется через социальные сети – Facebook³⁵, Twitter³⁶, Instagram³⁷ и других. Именно благодаря распространению информации в социальных сетях фестиваль приобрел свою популярность. До 2016 работало приложение «Restaurant Day» для смартфонов, позволявшее пользователю находить на карте своего города однодневные заведения. В 2014 году появился сайт с картой «Ресторанного дня». Он был специально разработан, чтобы дать возможность участникам регистрировать свои заведения. В заявке на регистрацию участники указывают часы работы своего кафе в день фестиваля, местоположение и пишут несколько слов о своем заведении. Это помогает посетителям сориентироваться и составить для себя маршрут. Также с помощью этой карты можно узнать количество зарегистрированных ресторанов за каждый прошедший фестиваль. В мае 2017 года был запущен новый сайт с картой, а старый прекратил свое существование.

Легитимность «Ресторанного дня»

Участие в фестивале в качестве ресторатора по замыслу создателей должно быть бесплатным и не требовать специального разрешения со стороны городской администрации. В Санкт-Петербурге и в целом в России эта особенность концепции фестиваля вызывает наибольшие препятствия для его проведения в задуманном формате.

Существующие административные и законодательные ограничения, препятствующие реализации фестиваля во всей его полноте, вызвали разное

³⁵ Facebook [статья] URL: https://www.facebook.com/restaurantday/?hc_ref=NEWSFEED (дата обращения 7.11.2015)

³⁶ Restaurant Day Twitter [сайт] URL: <https://twitter.com/restaurantday> (дата обращения 7.11.2015)

³⁷ Restaurant Day Instagram [сайт] URL: <https://www.instagram.com/restaurantday/> (дата обращения 7.11.2015)

поведение как городских администраций, так и самих участников в Хельсинки и Санкт-Петербурге.

Когда создатели «Ресторанного дня» придумывали идею, они исходили из понимания коммерческой деятельности, как регулярно осуществляемому действию. По их мнению, если выйти на улицу с однодневным заведением, подобная деятельность не будет считаться коммерческой. Фактически «Ресторанный день» проходит незаконно, а правоохранные органы не обращают внимания на происходящее. В Хельсинки ситуация с разрешением «Ресторанного дня» улучшилась с подачи мэра города – он оценил экономический, культурный и туристический потенциал инициативы и присудил награды организаторам фестиваля. «Ресторанный день» стал одним из поводов для гордости Финляндии и даже был включен в книгу, выпущенную к столетию независимости страны³⁸. При таких взаимоотношениях власти и населения существование инициативы в задуманном виде оказалось возможным

В России сложилась иная ситуация. Нелегальная предпринимательская деятельность³⁹, торговля без регистрации⁴⁰, торговля без уплаты налогов⁴¹ относятся сразу к нескольким правовым кодексам. Также из-за массового скопления людей около однодневного ресторана, расположенного на улице, эта деятельность может подпасть под закон об организации и участие в несогласованном митинге⁴². Добровольцы, решившие попробовать провести

³⁸ Tuula Kuosa. Finnish fingerprints. A hundred years, a hundred stories. 2016. URL: <https://www.amazon.com/Finnish-fingerprints-hundred-years-stories/dp/9529379609> (дата обращения 2.05.2017)

³⁹ Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 N 63-ФЗ (ред. от 17.04.2017). Статья 171. Незаконное предпринимательство.

⁴⁰ Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 N 195-ФЗ (ред. от 17.04.2017) (с изм. и доп., вступ. в силу с 18.05.2017). Статья 14.1. Осуществление предпринимательской деятельности без государственной регистрации или без специального разрешения (лицензии).

⁴¹ Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 N 146-ФЗ (ред. от 28.12.2016). Статья 116. Нарушение порядка постановки на учет в налоговом органе.

⁴² Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях (ред. от 02.06.2016). Статья 20.2. Нарушение установленного порядка организации либо

«Ресторанный день» в Санкт-Петербурге попытались в 2013 году добиться официального разрешения на его проведение. Предлагаемые администрацией города условия противоречили концепции фестиваля, и, таким образом, попытка оказалась безуспешной: «Волонтеры даже придумали некое общественное движение «Здоровое питание здоровой молодежи», от имени которого общались с чиновниками, но вскоре поняли, что при таком подходе «Ресторанный день» в России перестанет быть вне закона только в том случае, если перестанет быть, собственно, «Ресторанным днем»»⁴³. Одним из главных требований комитетов, к которым обращались координаторы, было обозначить конкретные площадки, на которых было бы разрешено проводить фестиваль. Однако данное требование лишает возможности открыть однодневный ресторан именно там, где хочется – с какой бы то ни было целью. Это один из главных принципов концепции фестиваля.

В мае 2016 года перед очередным «Ресторанным днем» информационный портал LifeNews выпустил статью⁴⁴ с предупреждением о том, что в Комитете по вопросам законности после звонка журналиста обратили внимание на незаконность проведения фестиваля. Фактически, никаких сообщений о задержании участников фестиваля в тот день не было выявлено. Тем не менее на некоторых «Ресторанных днях» в том числе самом первом, проходившем в Санкт-Петербурге, не обошлось без общения с полицией, которое заканчивалось в разных случаях по-разному. В 2013 году в Москве был случай задержания участников и отвода их в полицию⁴⁵.

проведения собрания, митинга, демонстрации, шествия или пикетирования (в ред. Федерального закона от 08.06.2012 N 65-ФЗ)

⁴³ Галеева В. «Ресторанный день» по-русски: трудности перевода // Фонтанка Ру [интернет газета] URL: <http://www.fontanka.ru/2013/08/28/165/> (дата обращения 28.03.2016)

⁴⁴ Панфилова А. Власти Петербурга приготвили штрафовать участников "Ресторанного дня" // Life новости [новостной канал] URL: https://life.ru/t/%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B8/411033/vlasti_pietierburgha_prigotovilis_shtrafovat_uchastnikov_riestorannogho_dnia (дата обращения 21.05.2016)

⁴⁵ Комментарий: Участницы Дня ресторанов о вечере в полиции // The Village [сайт]. URL: <http://www.the-village.ru/village/city/situation/134779-restoranny-den> (дата обращения 27.11.2016)

С течением времени участники «Ресторанного дня» в Санкт-Петербурге всё реже рискуют выходить в открытые публичные места – парки, улицы, набережные. Как мы увидим в дальнейшем из отзывов и анкеты, участники предпочитают специально организованные площадки, иногда дворы – места, где меньше вероятность столкнуться с проблемами с полицией. Это приводит к тому, что «Ресторанный день» становится невозможно обнаружить случайному человеку, что негативно сказывается на распространении идей фестиваля и закреплению его как практики.

Ценности «Ресторанного дня»

Коллективное участие в создании общего праздника, общего события – добровольными усилиями жителей города для других жителей города – ценнейший вклад в развитие демократических ценностей в обществе. Изменение концепции помогает выйти за рамки «Ресторанного дня», и провести событие в полюбившемся многим формате не только в определенные даты. Создатели хотят, чтобы у людей было больше поводов для общения. Городское пространство, по их мнению, должно побуждать людей к общению. Совместная еда является одним из мощных факторов, способствующих сближению. «Видимая часть происходящего это поп-ап рестораны и толпы счастливых людей, которые наслаждаются едой и напитками, но реальное значение фестиваля состоит в изменении способа мышления. Фестиваль заставил людей почувствовать, что они действительно владеют своим собственным городом. ... В конце концов, «Ресторанный день» это не только развлекательное гастрономическое событие, но и сообщество и движение. Еда – это просто идеальный посредник для того, чтобы всех объединить. Нет ничего лучше, чем собрать людей и разделить с ними обеденный стол»⁴⁶.

Еще одна идея, на которой основывается «Ресторанный день» – это доверие. В Финляндии не возникает претензий к качеству продукции,

⁴⁶ Tuula Kuosa. Finnish fingerprints. A hundred years, a hundred stories. 2016. URL: <https://www.amazon.com/Finnish-fingerprints-hundred-years-stories/dp/9529379609> (дата обращения 2.05.2017)

предлагаемой однодневными рестораторами. Не известно ни одной жалобы на отравление, или некачественную пищу. Во-первых, организаторы однодневных ресторанов, принимая участие в фестивале принимают на себя личную ответственность за качество предлагаемой продукции. Во-вторых – посетитель должен понимать, что он идет на фестиваль уличной еды, и он также несет ответственность за свой выбор. Поскольку людям предоставлена полная свобода действий, а участие в празднике исключительно добровольное и зависит только от личной инициативы, люди начинают вести себя более ответственно. Это праздник, который горожане делают для самих себя, соответственно у них возникает чувство причастности к большому общему делу. Развивая в обществе чувство доверия, мы развиваем ответственность граждан по отношению друг к другу, а также к тому месту, где они живут. На этом и держится успех идеи «Ресторанного дня».

Выводы по первой главе

На основании изученных статей, посвященных социокультурному подходу, мы составили план для описания социокультурной практики. В него включены положения, касающиеся динамики развития практики, ее структуре, легитимности, участниках, информационном поле, распространенности. Изучая статьи о социокультурном подходе, мы обнаружили, что это комплексный подход, сочетающий в себе методы других гуманитарных наук – философии, социологии, культурологии. Мы определили методы, с помощью которых мы будем изучать социокультурную практику – анализ отзывов, комментариев и публикаций о «Ресторанном дне», анкетирование участников, использование личного опыта включенного наблюдения и участия в практике.

Проследив за динамикой развития практики, мы выявили несколько этапов ее развития. С мая 2016 по май 2017 года была проведена попытка уйти от централизованного назначения «Ресторанного дня» и предложить участникам устраивать свой «Ресторанный день» когда они захотят. Это привело к почти полному прекращению участия в практике, поскольку для ее

исполнения необходимо установление четких границ, когда она может исполняться. Тем не менее, города, где наиболее успешно и масштабно проходил фестиваль, сохранили участие в нем. С возвращением старой концепции ожидается, что интерес к фестивалю упадет и будет стабильно ниже, чем было раньше. Не ожидается, что в России он сможет сыграть ту же роль, что в Финляндии и не станет проектом, меняющим мировоззрение. Скорее всего практика организации поп-ап ресторанов войдет в существующую ресторанный культуру и повседневность креативных пространств. Проблемы с легитимностью фестиваля будут останавливать основную массу участников от выхода за пределы пространств.

Мы выявили идеи, на которых основывается «Ресторанный день». Кулинарный фестиваль, несомненно, прежде всего связан с получением удовольствия, игра с едой, как тем, чего в обеспеченном обществе достаточно. Тогда она начинает осмысливаться не как удовлетворение первичной потребности, а как культурный объект, как средство коммуникации, как повод ее начать и установить отношения между людьми, между индивидами и обществом, между индивидами и окружающей их средой.

ГЛАВА II. ИССЛЕДОВАНИЕ ФЕСТИВАЛЯ

2.1 «Ресторанный день» в средствах массовой информации

В данной главе мы рассматриваем дискурс, сложившийся в интернете вокруг «Ресторанного дня» за время его существования. Мы проанализировали публикации в социальных сетях, где упоминается фестиваль, публикации на новостных сайтах, туристических, в интернет-версиях печатных журналов. Сюда же входят комментарии, оставляемые посетителями сайтов, содержащие мнения о «Ресторанном дне». Публикации в интернет-СМИ и социальных сетях – единственные источники, составляющие текстовое поле вокруг фестиваля. Мы провели контент-анализ этих источников. Нам была интересна сама специализация этих источников.

Воплощение идеи «Ресторанного дня» стало возможным благодаря социальным сетям. Именно с помощью Facebook и Twitter в 2011 году распространялась информация о новой инициативе. В дальнейшем информацию о фестивале можно было найти в других социальных сетях, на специализированных сайтах, туристических сайтах. Поскольку «Ресторанный день» - это международный праздник, мы рассмотрим доступные нам иностранные публикации и комментарии, и сравним их с публикациями, сделанными о ресторанном дне в России.

Практически все тексты, которые мы можем найти о «Ресторанном дне» являются интернет-статьями, видеозаписями, редко – копиями версий бумажных журналов. В первую группу источников мы отнесли те, которые создаются сторонними наблюдателями, то есть теми, кто непосредственно не участвует ни в организации однодневного ресторана во время фестиваля, ни является ни одним из создателей или координаторов «Ресторанного дня». Видеозаписи, например, снимают телеканалы для освещения более-менее заметного события, или делаются как любительские обзоры посетителями фестиваля. Анализ этой группы источников даст нам представление о том, какое информационное поле формируется вокруг «Ресторанного дня». Мы разделили эту группу на иностранные источники, чтобы оценить отношение к

«Ресторанному дню» в мире в целом. Отдельно мы проанализировали русскоязычные статьи, чтобы затем их сравнить и выяснить, существуют ли особенности в восприятии «Ресторанного дня» в России. Содержание этих текстов направлено на информирование широкого круга лиц. Всего по запросу «Restaurant day» с требованием точного совпадения словосочетания при помощи поисковой системы Google было получено около 351 тысячи результатов. Сюда также включены результаты со ссылками на страницы в социальных сетях.

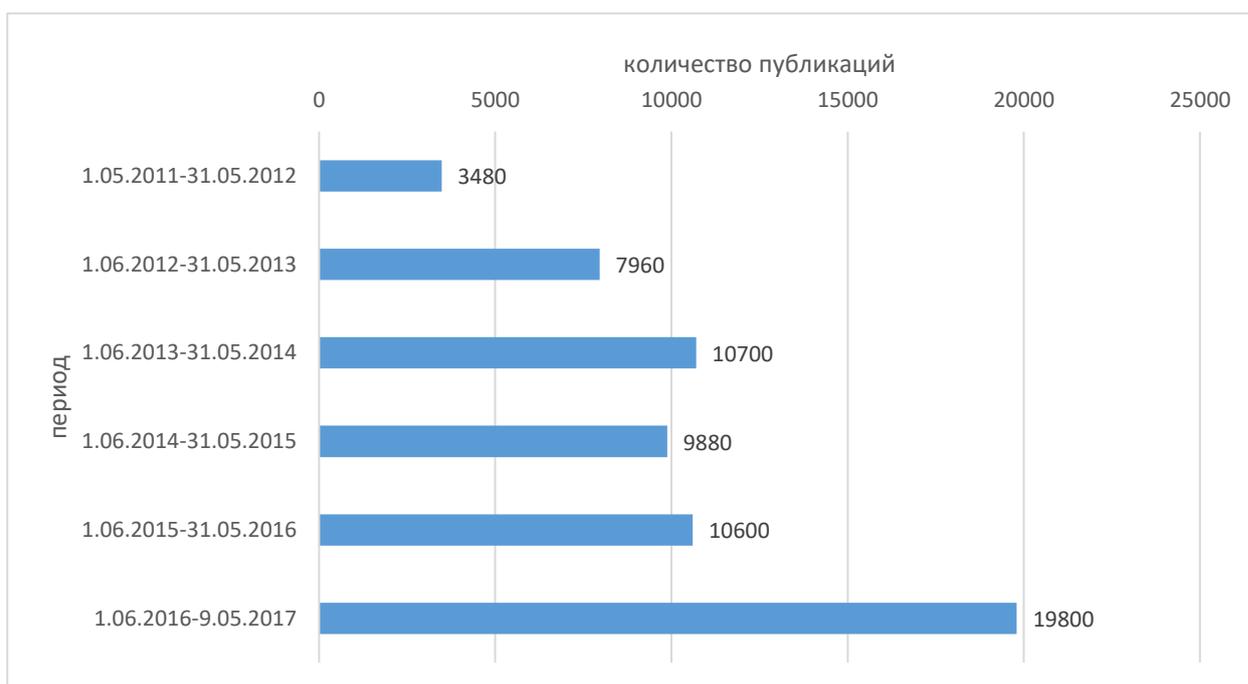


Рис. 4. Ежегодное изменение количества публикаций о Ресторанном дне с 2011 по 2017 год

Нас также интересует, как конструируют образ «Ресторанного дня» его создатели и местные координаторы, то есть что сами члены сообщества говорят о себе. Первоначально информационная поддержка фестиваля осуществлялась только за счет собственных усилий создателей фестиваля, и когда он уже стал популярным, сайты стали писать о нем самостоятельно. Во вторую группу текстов о «Ресторанном дне», таким образом мы включили письма от создателей фестиваля, интервью с ними, их выступления; публикации в социальных сетях от местных координаторов. Эти тексты чаще всего предназначены для лиц, причастных к фестивалю – организаторов

однодневных ресторанов и посетителей. Интервью даются изданиям, заинтересованным в привлечении широкого круга читателей, но в данной выделенной группе текстов нам важно, что высказывания создателей фестиваля – это высказывания членов сообщества, объединенного «Ресторанным днем», то есть внутренних акторов по отношению к сообществу.

Мы рассмотрим несколько публикаций, в которых выражаются мнения о «Ресторанном дне», а также комментарии, критикующие его.

Есть публикации, представляющие собой интервью с одним из создателей фестиваля – финским фотографом Тимо Сантала.

Большинство публикаций представляют собой обзоры однодневных ресторанов, открывающихся во время «Ресторанного дня». Приведем в пример наиболее творческие и нестандартные. Один из ресторанов в Финляндии подавал блины, спуская их в корзине с верхнего этажа многоквартирного дома. Для того, чтобы получить порцию суши, устраивался аукцион. В одном из ресторанов можно было расплатиться, спев песню или рассказав стихотворение. В Санкт-Петербурге запекали курицу в моторе запорожца.

Как повод прорекламировать город и страну «Ресторанный день» используют туристические сайты и сайты авиакомпаний. Финские сайты⁴⁷ отмечают «Ресторанный день» как повод посетить Хельсинки.

Журналам становятся интересны истории успеха – как однодневному ресторану удалось превратиться в полноценное заведение⁴⁸. Подобные случаи распространены не только в Финляндии, но и в России. Встречаются статьи о «Ресторанном дне», как феномене культурного значения. В этих статьях часто

⁴⁷ Food culture // Visit helsinki [сайт] URL: <http://www.visithelsinki.fi/en/professional/why-helsinki/12-reasons-to-visit/food-culture> (дата обращения 16.04.2017)

⁴⁸ On Restaurant Day in Helsinki, Unofficial Pop-up Eateries Take Over Everything from Home Kitchens to Tattoo Shops // Smithsonian [сайт] URL: http://www.smithsonianmag.com/travel/restaurant-day-helsinki-unofficial-pop-eateries-take-over-everything-home-kitchens-tattoo-shops-180963276/?utm_content=buffer61179&utm_medium=social&utm_source=facebook.com&utm_campaign=buffer (дата обращения 13.05.2017)

оценивается значение фестиваля для развития кулинарной культуры и в популяризации им формата уличной еды. Это один из элементов урбанизации, и особенностью «Ресторанного дня» является его способность побуждать людей наполнять общественное пространство. Сделав что-то в этом пространстве, они обретают эмоциональное отношение к сделанному, и уже не могут быть безучастными. Здесь еда снова выступает как посредник, и «активирует города»⁴⁹. К историям успеха можно отнести интервью с создателями «Ресторанного дня», в первую очередь с Тимо Сантала. В 2014 году он возглавил Хельсинскую стратегию по развитию культуры еды⁵⁰ заменив Вилле Реландера, который был ее идеологом⁵¹.

Если большая часть публикаций носит информационный, ознакомительный характер и создает положительное впечатление о фестивале, то часто об обратном говорят комментарии к статьям и отзывы участников в социальных сетях и в личном общении. Со слов одной из участниц в Санкт-Петербурге, ее разочаровала давка в пространствах, где проходил фестиваль, небрежное обращение рестораторов с едой, неаккуратность и слишком высокие цены. Это привело ее к мысли, что свой собственный ресторан она бы организовала по-другому. Некоторые замечают утрату концепции и коммерциализацию фестиваля.

Понятные опасения у некоторых посетителей вызывает сомнение в качестве предлагаемой еды.

2.2 Портрет участника «Ресторанного дня». Анализ анкеты.

Нами было проведено анкетирование участников «Ресторанного дня». Анкетирование проводилось с целью выявить мотивацию участников

⁴⁹ Understanding Cities Through Urban Gastronomy // Citylab [сайт] URL: <http://www.citylab.com/navigator/2016/12/activating-the-city-through-urban-gastronomy/511427/> (дата обращения 11.03.2016)

⁵⁰ City of Helsinki [сайт] URL: <http://en.uuttahelsinki.fi/news/timo-santala-head-helsinki-food-culture-strategy>

⁵¹ Иностраный опыт: Как власти Хельсинки поддерживают молодых рестораторов // The Village [сайт]. URL: <http://www.the-village.ru/village/food/cuisine/129331-ville-relander> (дата обращения 19.11.2015)

«Ресторанного дня», узнать их интересы и проверить, являются ли их интересы и мотивация предпосылкой к участию в фестивале. С помощью анкеты мы также узнали, с кем участники предпочитают организовывать однодневные рестораны, чем они занимаются, и их мнение о фестивале.

Анкетирование проводилось в два этапа: при росте интереса к фестивалю перед его началом были выбраны май 2016 года и начало мая 2017 года. Всего на вопросы анкеты ответили 39 респондентов, что по приблизительным оценкам составляет 25% от среднего числа участников на «Ресторанных днях» в Санкт-Петербурге. Анкета распространялась только среди участников «Ресторанного дня» в Санкт-Петербурге. Следует учитывать, что специфика «Ресторанного дня» в разных городах и странах различается, поэтому данная анкета не дает представление об участниках фестиваля во всём мире. Мы предположили, что у участников «Ресторанного дня» должно быть что-то общее, что, возможно, позволит нам объединить их в особую социальную группу, отличающуюся от других. Мы предположили, что интересы этих людей выходят за рамки их основной рабочей деятельности, они интересуются окружающим миром, тяготеют не к пассивным развлечениям, а к более созидательному времяпрепровождению. Возможно увлечение творчеством, создание своей продукции, участие в общественной жизни, знакомство с различными культурами способствует тому, что эти люди готовы создавать реальные вещи и реальные проекты.

Анкета выглядела следующим образом. Присутствовали закрытые вопросы с выбором одного или нескольких ответов, а также открытые, где нужно было дать краткий комментарий. Обязательным пунктом было указание названия однодневного ресторана участника, чтобы исключить ответы случайных людей. Включены вопросы, касающиеся интересов участников, а также особенностей их участия в фестивале. Пилотное тестирование анкеты было проведено в мае 2016 года, откорректированный вариант анкеты был предложен респондентам в мае 2017 года.

Название анкеты: **«Ресторатору»**

1. Как вас зовут?

2. Дата рождения

3. Название Вашего однодневного ресторана *(обязательный вопрос)

4. Перечислите несколько ваших увлечений, интересов. количество - 5-6

5. Ваш род деятельности

6. Чем вы занимаетесь помимо основной деятельности?

7. С кем Вы организовываете ресторан?

Отметьте только один ответ.

- В одиночку
- С одним другом/подругой
- С компанией друзей
- С коллегами
- у меня команда единомышленников, найденных через интернет (или иными способами)
- с женой/мужем (девушкой/молодым человеком)
- с другими членами семьи
- Другое: _____

8. Как вы впервые узнали о Ресторанном дне?

Отметьте только один ответ.

- рассказали друзья
- на глаза попался анонс в социальных сетях
- в день фестиваля увидел табличку
- прочитал в СМИ
- Другое: _____

9. Связано ли Ваше участие в фестивале с профессиональной деятельностью?

Отметьте только один ответ.

- Да
- Нет
- Другое: _____

10. Почему Вы участвуете в Ресторанном дне?

Не более трех ответов.

- Хочу подзаработать
- я могу продемонстрировать мои кулинарные способности большой аудитории
- хочу в будущем открыть свой ресторан/кафе и пробую себя на фестивале
- это хороший способ провести выходные
- хочу поучаствовать в популярном проекте
- ради удовольствия
- у меня есть творческая идея, которую я хочу продвигать с помощью участия в Ресторанном дне
- там, где я живу, слишком скучно и уныло, я хочу оживить пространство вокруг себя
- Другое: _____

11. Почему вы решили поучаствовать в фестивале?

12. Что для вас важно в этом проекте?

Не более трех ответов

- Возможность творческого самовыражения

- Возможность заявить, рассказать о себе
- Чувство единства с другими однодневными рестораторами по всему миру
- Доступное участие
- Возможность порадовать или удивить своих посетителей
- Возможность примерить на себя роль ресторатора
- Здесь я не боюсь неудачи, все равно будет весело
- Другое: _____

13. Платите ли вы за размещение своего однодневного заведения?

Отметьте только один ответ

- Да
- Нет
- Договариваюсь иным образом (каким? Напишите ниже)
- Другое: _____

14. Живет ли Ваш проект вне Ресторанного дня?

- Нет
- да, имею постоянные заказы
- время от времени участвую с ним на других фестивалях и событиях
- я собираюсь развивать свой однодневный ресторан во что-то большее
- мне уже удалось развить свой проект в постоянное заведение
- Другое: _____

15. Имеет ли для Вас значение, что затраты могут не окупиться?

Отметьте только один ответ.

- да, я рассчитываю получить хоть какую-то прибыль
- я рассчитываю хотя бы окупить затраты
- нет, я и не рассчитываю заработать/это не важно
- Другое: _____

16. Какое место, по вашему мнению, лучше всего подходит для открытия однодневного ресторанчика?

Отметьте только один ответ.

- Парк
- Набережная
- Двор
- Территория творческих пространств («Этажи», «Тайга», «Пальма» и др.)
- Своя квартира
- Рядом с метро
- Другое: _____

17. Открыли бы вы однодневный ресторан в одном из спальных районов Петербурга (Кировский, Купчино, и др.)?

Отметьте только один ответ.

- Да
- Нет
- Другое: _____

18. Каково ваше отношение к Ресторанному дню как проекту в целом?

Отметьте только один ответ.

- Проект интересный и нужный
- проект интересный, но нуждается в дальнейшем развитии
- он ничем не выделяется среди других городских фестивалей
- Другое:

19. Насколько Вас волнует согласованность проведения «Ресторанного дня»?

Отметьте только один ответ.

1 2 3 4 5

1 – совсем не волнует, чувствую себя безопасно

5 – очень волнует, это связано с безопасностью участия

20. Что Вам нравится в Ресторанном дне?

Здесь вы можете поделиться своими впечатлениями

Анализ результатов анкеты.

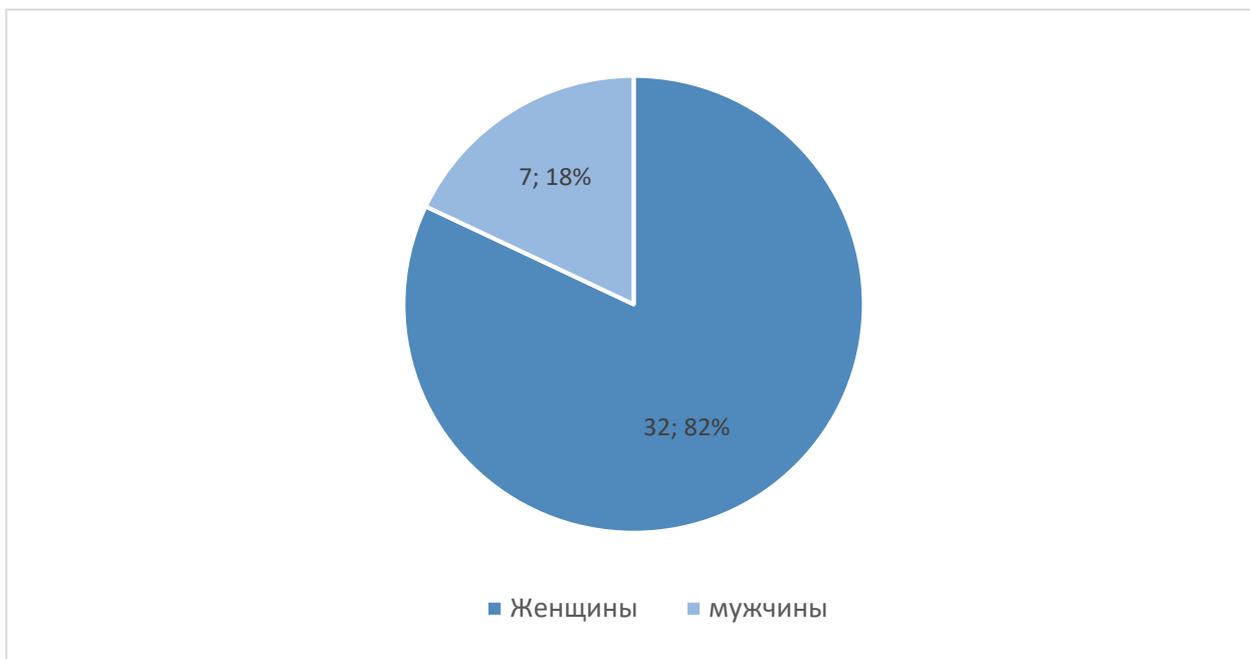


Рис. 5. Пол респондента

Рисунок 5 показывает долю мужчин и женщин, участвующих в «Ресторанном дне». 82% респондентов – женщины, 18% - мужчины. Результаты получены на основании имен респондентов и формы их ответов.

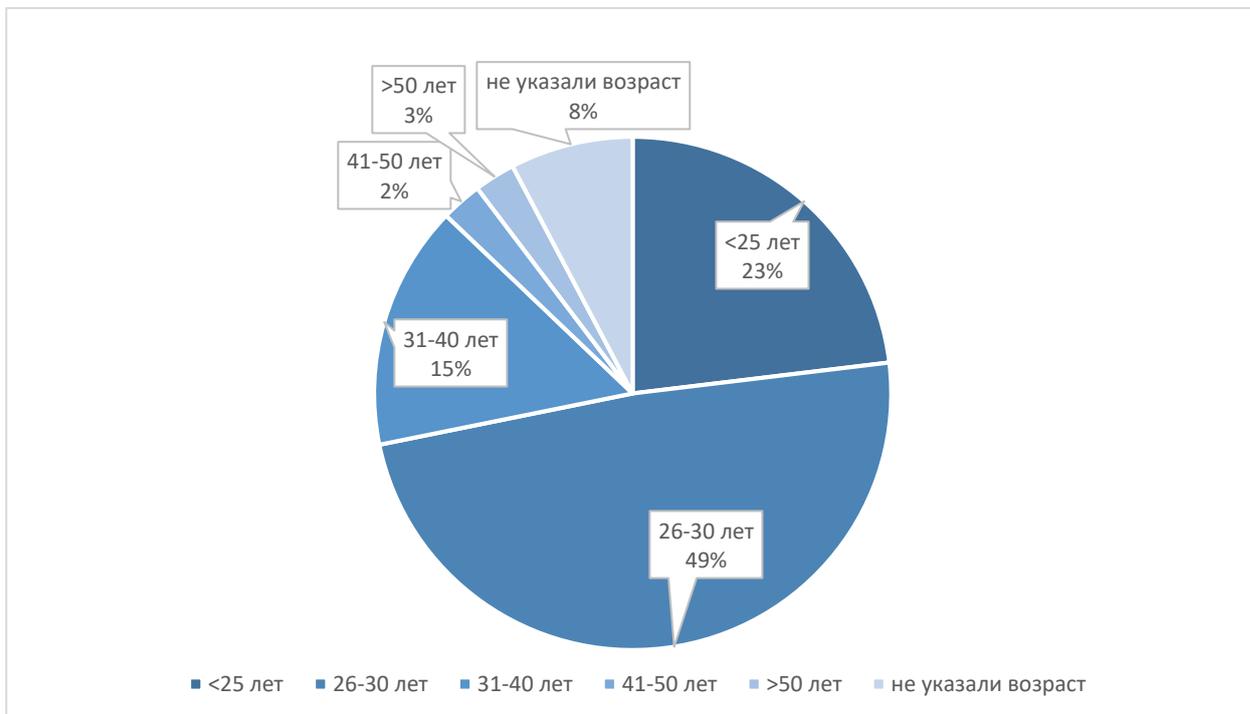


Рис. 6. Возраст респондентов

На рисунке 6 располагается диаграмма с возрастным распределением участников «Ресторанного дня». Всего на данный вопрос ответили 36 из 39

респондентов. На основании этих данных мы высчитали средний возраст участника – 29 лет. Приблизительно четверть участников (23%) составляют молодые люди до 25 лет. Около половины – участники в возрасте от 25 до 30 лет. Эти данные стали для нас неожиданными, так как мы полагали, что участники «Ресторанного дня» это более молодые люди (до 25 лет). Оказалось, что фестиваль привлекает молодую, но уже достаточно зрелую аудиторию. 15% участников находятся в категории от 31 до 40 лет. То есть интерес к фестивалю в этом возрасте снижается. Самому старшему из опрошенных участнику в данный момент 51 год. Один респондент оказался в группе от 41 до 50 лет.

Следующий вопрос был обязательным, и был посвящен названию однодневного ресторана, которое создавал респондент. Ответы демонстрируют творческий подход участников к организации ресторана. Фактически, участники создают с нуля свой собственный бренд, который должен быть ярким, запоминающимся и информативным. Некоторые участники используют в названии тематику тех блюд, которые они предлагают посетителям: «Soup to Go», «Птичий суп», «Казан Дум», «Ведьмин пряник», «Сыроедкая лавка», «Арахипстер». Есть рестораны, продвигающие национальные кухни – корейская – «Хижина дедушки Пака», финская – «Keskus Jam», «Юкка-Пекка Кафе», ингермаландская – «Ravintola «Ingria»». Встречались рестораны с названиями, отражающими деятельность их организаторов – «Фудшеринг ресто» организован активистами движения по спасению пригодной в пищу еды, которая по правилам заведений общественного питания уже не может быть предложена потребителю. Этот проект продвигает идею более рационального расходования ресурсов. Однодневный ресторан «Back to School» организуется в частной общеобразовательной школе «Эпиграф» в районе Купчино Санкт-Петербурга.

В следующем пункте респонденты отвечали на вопрос о своих интересах. Мы провели количественный контент-анализ полученных ответов и распределили интересы респондентов по нескольким категориям.

1	Кулинария, еда, гастрономия	28	16%
2	Путешествия	19	11%
3	Творчество	19	11%
4	Культура и искусство	17	10%
5	Спорт, активный отдых	16	9%
6	Книги и чтение	15	8%
7	Музыка	13	7%
8	Кино и видео	7	4%
9	Отдых и развлечения	7	4%
10	Фотография	6	3%
11	История	6	3%
12	Языки	5	3%
13	Танцы	5	3%
14	Социальная активность	3	2%
15	Интеллектуальные игры	2	1%
16	Саморазвитие	2	1%
17	Фестивали	2	1%
18	Дети	2	1%
19	Без категории	4	2%
	Сумма	178	100%

Таблица 1. Результат контент-анализа интересов участников «Ресторанного дня»

Почти все участники опроса так или иначе ответили о своих интересах. Среди всех интересов выделяется интерес к кулинарии и гастрономии – его указывают 16% респондентов. Как мы предполагали перед началом анкетирования, участники «Ресторанного дня» это люди с широким взглядом на мир, интересующиеся другими странами, их культурой и языками. Путешествия в качестве своего интереса указали 11% респондентов, интерес к культуре и искусству указали 10% респондентов, 3% в качестве особого интереса указывают иностранные языки. Интерес к самостоятельному

творчеству проявляют 11% респондентов. Интерес к социальной активности у респондентов оказался намного ниже, чем мы предполагали. Всего 1% участников интересуются различными фестивалями, и 2% в категории социальная активность указывали благотворительность и экологию. Это опровергает наше предположение о том, что мотивом участников «Ресторанного дня» может быть интерес к активизму и социальной активности. На основе анализа данных об интересах участников, наиболее вероятной причиной для их участия в фестивале мы считаем интерес к творчеству, который указали в 11% случаев. В этом случае интерес к производительному творчеству сочетается с интересом респондентов к кулинарии. Это сочетание оказалось наиболее доступным к воплощению на практике.

Результаты вопроса, касающиеся трудовой деятельности респондентов показали, что деятельность многих из них связана с предпринимательством, управлением, экономикой, бухгалтерией, студентами. Судя по характеру работы, она должна быть связана с длительным пребыванием в офисе, что может показывать интерес участников к созидательному творчеству. Присутствуют респонденты, основной деятельностью которых является кулинария – повара, бариста. Но в целом основная деятельность участников не связана с кулинарией.

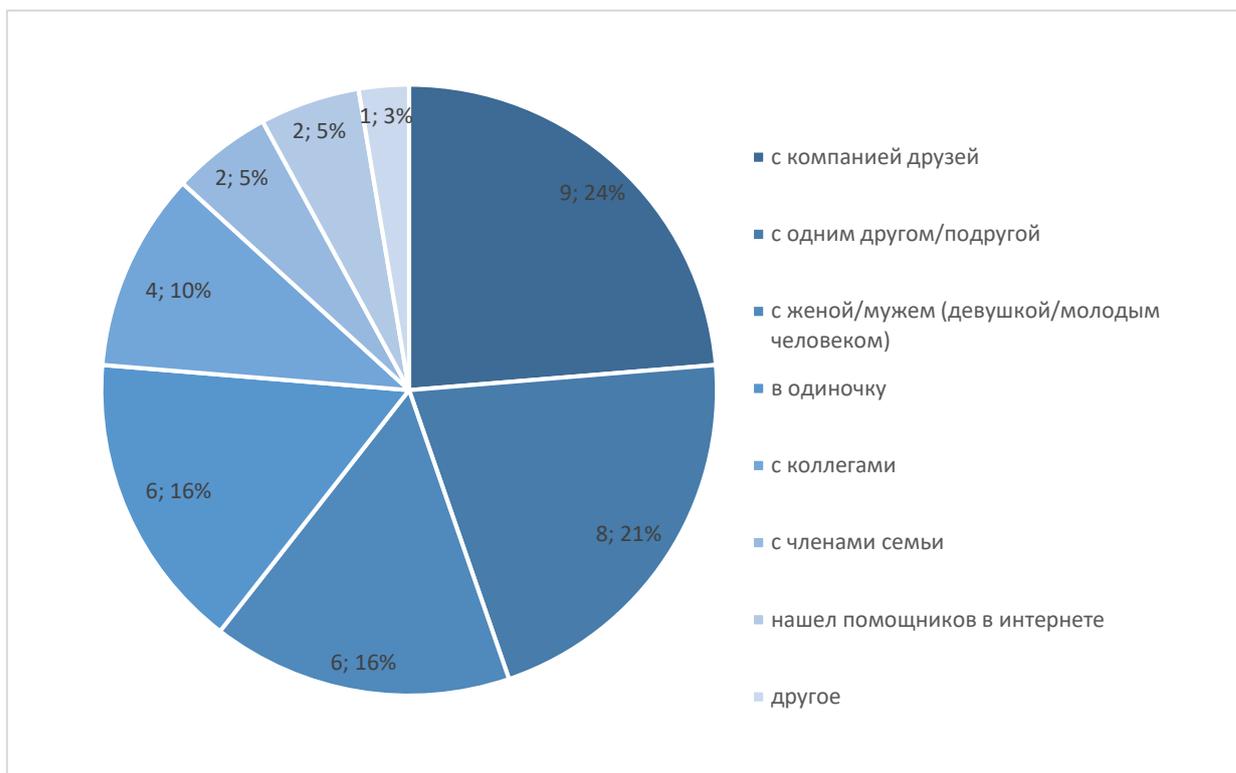


Рис. 7. «С кем вы организовываете ресторан?»

Результаты следующего вопроса о том, с кем респонденты организывают ресторан, представлены на рисунке 7. Около половины респондентов предпочитают участвовать в ресторанном дне с друзьями, причем примерно одинаковое количество респондентов организывают ресторан с одним другом или подругой, и такое же количество привлекают нескольких друзей. Неожиданным оказалось достаточно большая доля респондентов, ответивших, что они организуют однодневный ресторан с партнером – женой/мужем, или девушкой/молодым человеком. 16% респондентов предпочитают заниматься организацией самостоятельно, без чьей-либо помощи. 10% респондентов организывают однодневный ресторан с коллегами. Двое из этих респондентов обосновали этот факт в анкетах – их однодневные рестораны созданы с целью продвижения идей и проектов, которыми они занимаются. Один из респондентов занимается продвижением финской культуры в Петербурге, второй респондент состоит в движении «Фудшеринг». 5% респондентов привлекают к участию членов семьи. Мы также проверили возможность поиска участниками помощников со

стороны, и обнаружили, что есть те, кто приглашает посторонних людей к совместному участию.

Итак, мы можем заключить, что фестиваль способом совместного времяпрепровождения для людей, состоящих в близких отношениях, а также помогает создавать новые социальные связи уже во время подготовки к фестивалю.

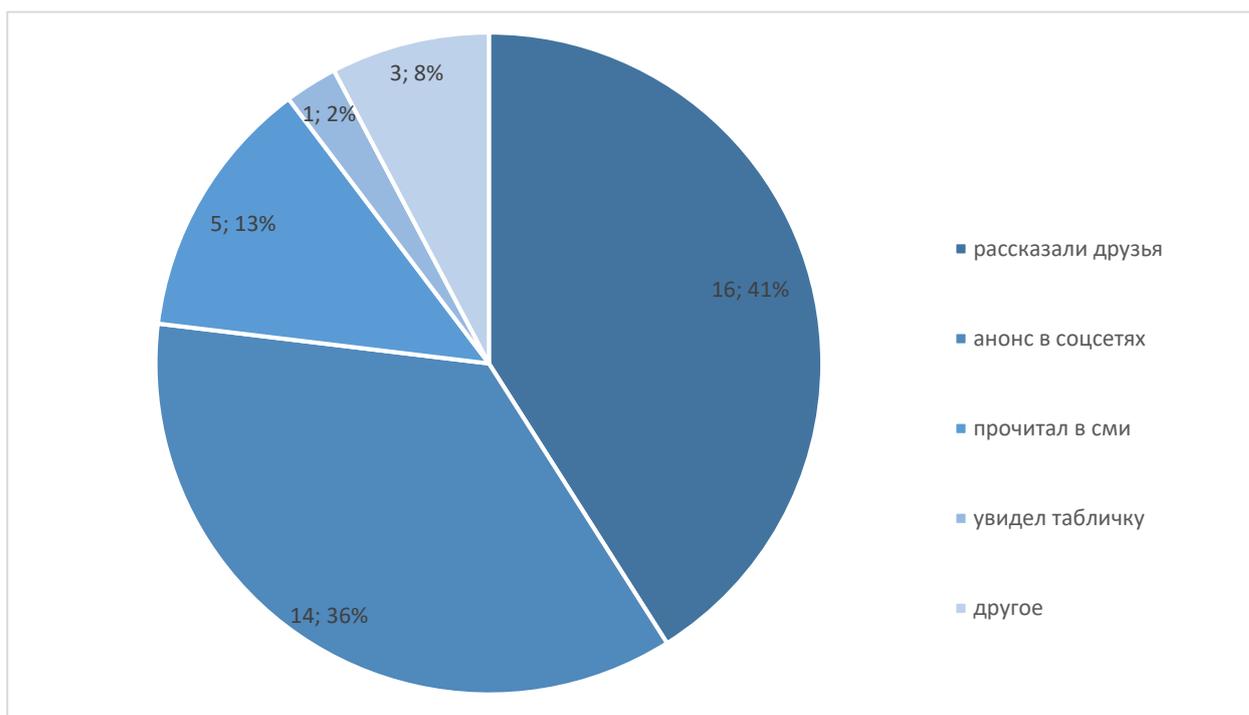


Рис. 8. «Как вы впервые узнали о «Ресторанном дне?»»

На диаграмме на рисунке 8 указана доля участников, разными способами узнававших о «Ресторанном дне». Наибольший процент участников получает информацию от друзей. Более трети участников находит информацию в социальных сетях. Большое количество подобных ответов на этот вопрос было ожидаемо, так как информация о «Ресторанном дне» с начала его существования распространялась через социальные сети. К тому же в данный момент социальные сети оснащены алгоритмами по выдаче результатов и новостей соотносящимся с предпочтениями пользователя. По сравнению с предыдущими пунктами, из СМИ получают информацию всего 13% участников. На основании этого показателя можно сделать вывод, что распространение информации о фестивале через СМИ будет

малоэффективной. Уникальные ответы из категории «другое» были связаны с респондентами, которые узнали о «Ресторанном дне» в день фестиваля. К одному из них респондент дает комментарий, что она «случайно зашла во двор, где проходил фестиваль, но не поняла, что происходит». Это может быть признаком того, что в день фестиваля рестораторы оказываются неспособны объяснить повод, по которому они собираются и что делают, либо недостаточно информационного сопровождения на месте. Также возникает вопрос о об осведомленности самих рестораторов, о том, что они знают о «Ресторанном дне», насколько разделяют его идеи и ценности. Происходит так, что опознать прохождение «Ресторанного дня» могут только люди, знакомые с фестивалем, идущие на него целенаправленно, формируя круг посвященных.

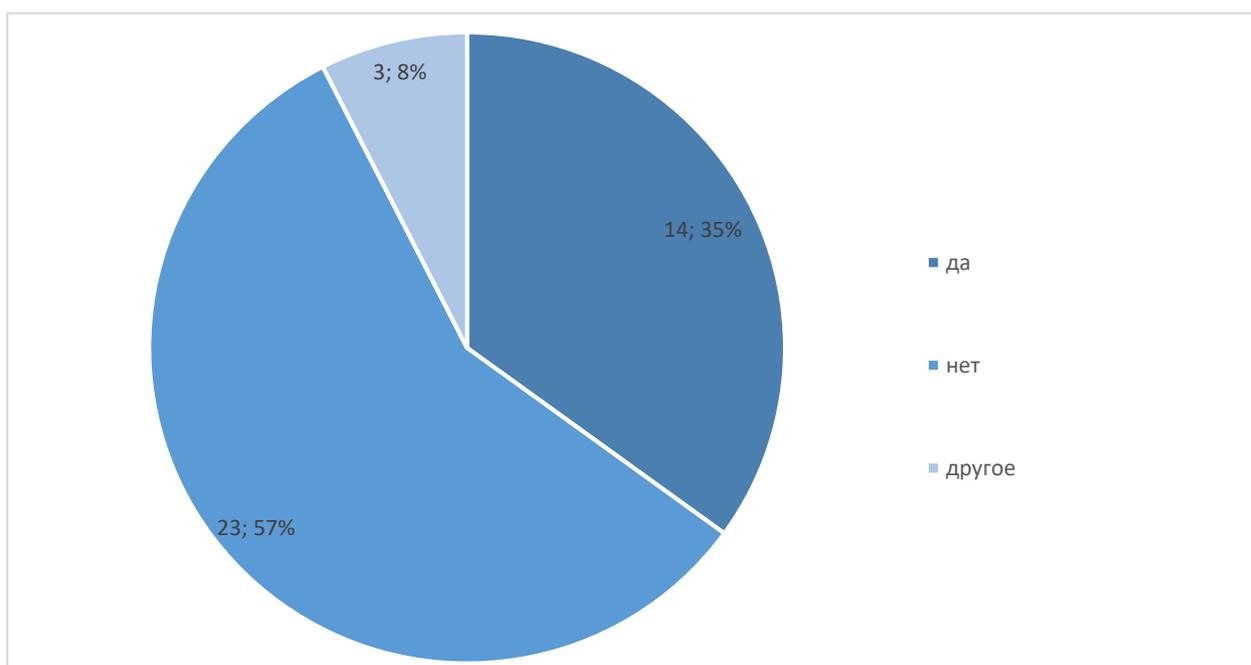


Рис. 9. «Связано ли участие в фестивале с профессиональной деятельностью?»

Ответ на вопрос «Связано ли участие в фестивале с профессиональной деятельностью?» (Рис. 9) показал, что более половины респондентов не связаны с ресторанной сферой. Тем не менее, 35% респондентов ответили на данный вопрос утвердительно. Возвращаясь к таблице №1 выше, где респонденты отвечали на вопрос о своей профессиональной деятельности, о связи профессиональной деятельности с кулинарной сферой указывают

только 6 из 38 респондентов, ответивших на вопрос, что составляет 15% утвердительных ответов. Вообще «Ресторанный день» не является фестивалем для профессиональных поваров и рестораторов, однако по правилам фестиваля они могут выступать индивидуально, не рекламируя заведение, в котором они работают. По нашим наблюдениям это правило соблюдается достаточно хорошо.

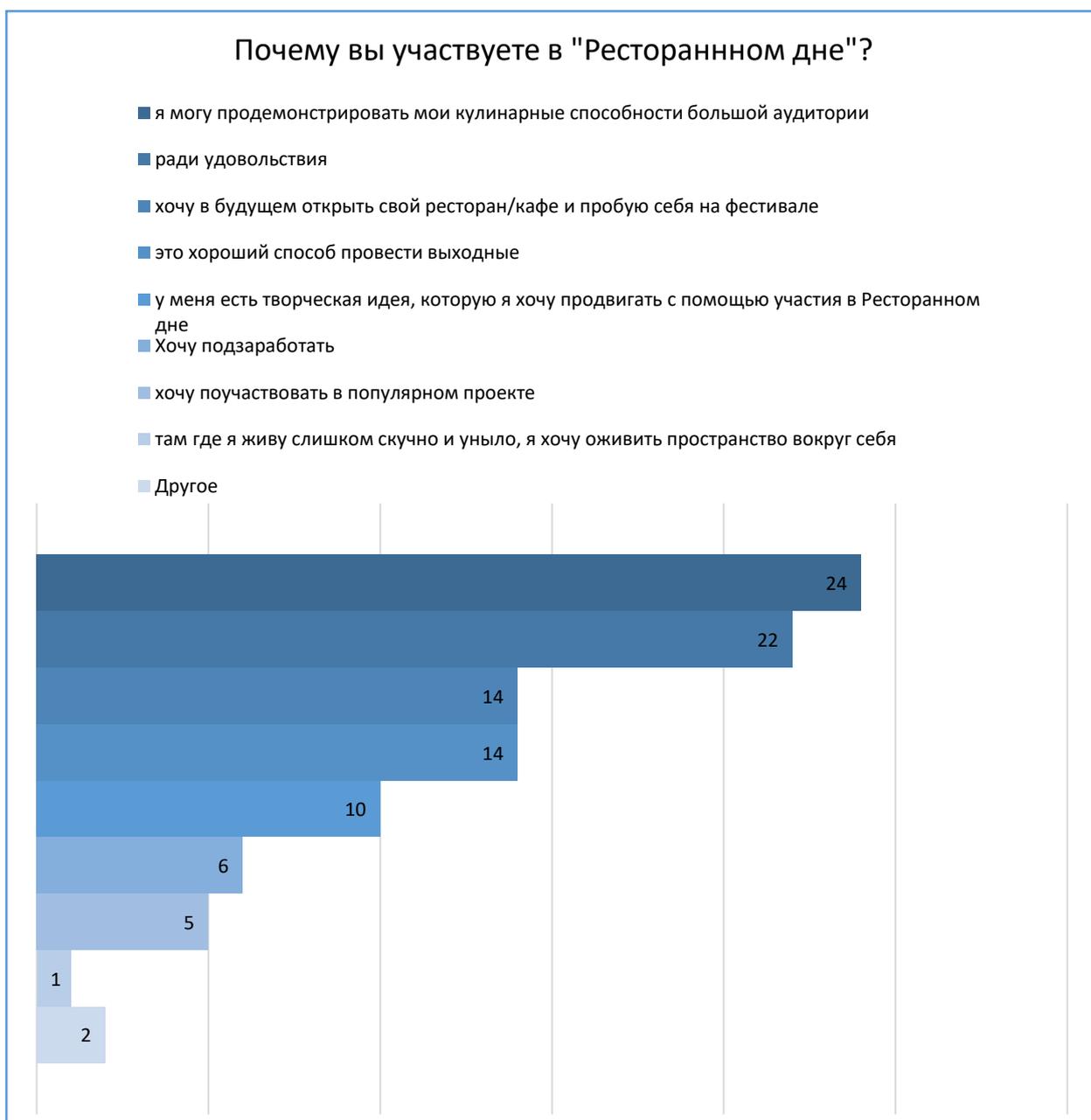


Рис. 10. «Почему Вы участвуете в «Ресторанном дне»?»

Вопрос «Почему вы участвуете в «Ресторанном дне»?» (Рисунок 10) предполагал множественный выбор вариантов ответа. 24 респондента из 39

выбрали ответ «Я могу продемонстрировать мои кулинарные способности большой аудитории». Этот ответ коррелирует с наиболее частотным ответом на следующий вопрос о том, что для респондентов важно в «Ресторанном дне»: «Возможность рассказать о себе» (Рис. 11). Мы можем сделать вывод, что это именно фестиваль предоставляет респондентам такую возможность – заявить о себе и быть услышанными. Мы полагаем, что респонденты являются людьми, которым в профессиональной деятельности не удастся себя реализовать настолько творчески, насколько им хотелось бы. Либо их основная деятельность не предполагает создания своего продукта. «Ресторанный день» предоставляет участникам доступную возможность создать что-то материальное своими усилиями. Для человека оказывается важным что-то создавать. При этом ресторан, созданный для фестиваля, остается временным, и только в некоторых случаях перерастает в постоянное заведение.

22 респондента в качестве причины для участия в фестивале отвечают «ради удовольствия». Мы можем заключить, что респонденты не рассматривают участие в фестивале, как серьезную деятельность. Скорее, это является для них развлечением. 14 респондентов также отмечают, что это хороший способ провести выходные. Фестиваль находит себе место в разнообразии множества способов провести время, которые доступны в городе. Однако, достаточно большое количество респондентов (14 человек) указывают желание в будущем открыть свой ресторан как причину для участия. Этот пункт не дает нам ответа на вопрос, когда возникло это желание, возможно, что успешное участие на «Ресторанном дне» и стало катализатором этого желания. Фестиваль таким образом увеличивает предпринимательскую активность участников. 10 респондентов уже пользуются возможностями фестиваля для продвижения своих творческих идей.

Небольшая часть респондентов участвует по причине желания получить прибыль. Идеология фестиваля предполагает его свободу от коммерческих интересов, то есть в данном случае респонденты, выбравшие этот вариант, её

не придерживаются. Среди уникальных ответов также указывали причины, которые можно отнести к коммерческому интересу – расширение аудитории и упоминание в СМИ. Небольшая доля респондентов выбрала ответ «хочу поучаствовать в популярном проекте». Возможно этот ответ коррелирует с первым ответом на этот же вопрос. Также, возможно, для этих респондентов важно отслеживать трендовые события.

Только один респондент рассматривает «Ресторанный день» как возможность изменить что-то в окружающем пространстве. Такое малое количество ответов может быть связано с тем, что респонденты не видят преобразующего потенциала в этом фестивале, либо изначально не имеют такой цели.

Вопрос о том, почему было принято решение поучаствовать в фестивале для респондентов был открытым. Многие участники пишут о том, что событие вызвало у них интерес. В качестве причин респонденты также называют возможность познакомиться и пообщаться с другими людьми, желание попробовать свои силы, желание сделать что-то для других, либо на их решение об участии повлияли друзья. Некоторые респонденты посчитали этот вопрос слишком похожим на предыдущий, поэтому у не дали никакого ответа.



Рис. 11. «Что для Вас важно в этом проекте?»

Как мы уже отметили выше, возможность заявить о себе высказывают 25 респондентов из 39. Второй ответ по количеству выбравших респондентов «возможность порадовать или удивить своих посетителей» (Рис. 11) говорит о том, что респонденты также ищут признания, и желают делать что-то для других. Половина респондентов считает важной доступность участия в «Ресторанном дне». Доступность участия является отличительной чертой этого фестиваля среди других. Этому способствует и другая его особенность – он не централизован, и не имеет ограниченного места действия, соответственно круг участников может быть очень широк. Говоря о доступности участия, мы имеем в виду, что его идеологией не предполагается плата за участие. Скорее это идея, предложенная всему миру, за которую не нужно и невозможно платить. Другие фестивали, проходящие в городе, чаще всего требуют платы за участие, которая для некоторых рестораторов нерентабельна.

Около половины респондентов (17 из 39) также считают важной в фестивале возможность творческого самовыражения. Снова обратившись к таблице, в которой указаны интересы участников, мы заметим, что многим из них интересно творчество, и похоже, «Ресторанный день» для них является еще одним способом что-то создавать.

Более трети респондентов считают важной возможность выступить в новой для себя роли ресторатора. Люди выполняют различные социальные роли и входят в разные социальные круги. Имея постоянный заработок, постоянную деятельность, у человека оказывается мало возможностей менять свои роли в обществе. «Ресторанный день» предоставляет эту возможность, в упрощенной, игровой, непринужденной форме на время получить новую социальную роль. Для кого-то это возможность попробовать себя в роли ресторатора, чтобы затем открыть настоящее заведение.

12 респондентов отмечают важность чувства единства с другими рестораторами во всем мире в день фестиваля. «Ресторанный день» создает чувство причастности, ощущение сообщества. В других рестораторах

участники узнают «своих», понимая их интересы и потребности, при том, что мотивы участия могут быть разными. Следующий ответ, который выбрали 8 человек «здесь я не боюсь неудачи, все равно будет весело», говорит о том, что респонденты, выбравшие его, считают атмосферу фестиваля безопасной и демократичной. Фестиваль создает ситуацию, когда положительные эмоции оказываются важнее, чем наступление рисков.

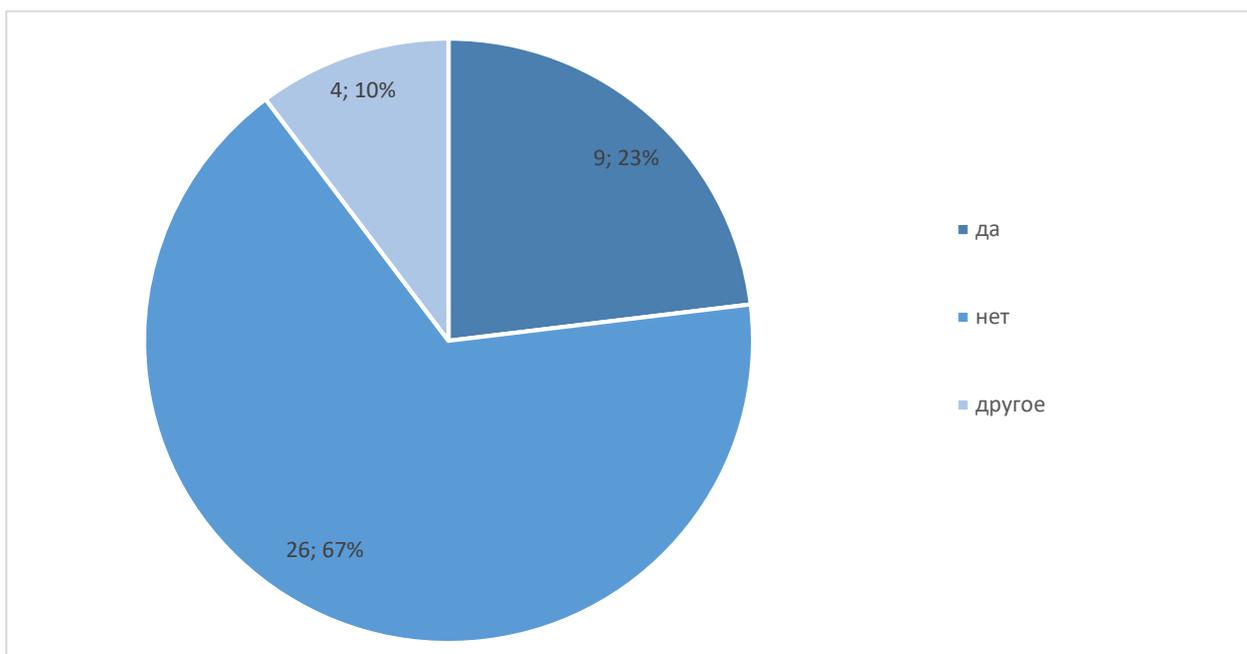


Рис. 12. «Платите ли Вы за размещение своего однодневного заведения?»

Вопрос о том, платят ли респонденты за размещение своего заведения на «Ресторанном дне» (Рис. 12) направлен на исследование добросовестности площадок, предоставляющих места для рестораторов. 67% респондентов не платят за размещение, однако 23% приходится это делать. Мы уверены, что эти респонденты предпочитают располагаться на территории креативных пространств. Идеология фестиваля предполагает бесплатное участие и свободу от коммерческих интересов. Здесь мы видим прямое нарушение принципов, на которых основана идея «Ресторанного дня» и тенденцию к его коммерциализации. Причиной того, что респонденты соглашаются платить за размещение, может быть минимизация рисков, связанных с желанием окупить затраты, расположиться в помещении в плохую погоду, избежать контакта с

полицией. Уникальные ответы, скорее, были развернутыми комментариями на этот вопрос. Респонденты указали, что им приходилось платить за участие.

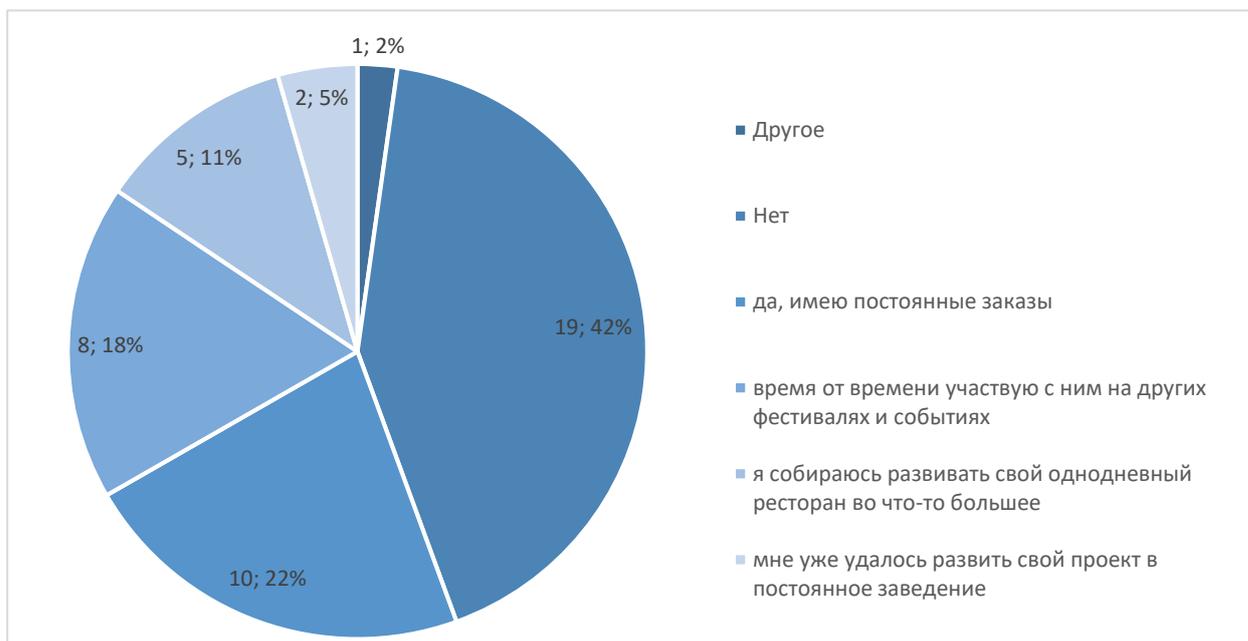


Рис. 13 «Живет ли Ваш проект вне «Ресторанного дня?»

Как мы видим из графика на рис. 13, 19 респондентов (42%) разрабатывают свой проект только для участия в «Ресторанном дне». Фестивальный формат, когда событие происходит редко, для «Ресторанного дня» подходит лучше всего. Часть респондентов 11% планирует дальше развивать свой проект. Таким образом, около половины респондентов так или иначе продолжают заниматься своим проектом. Респонденты либо участвуют в других фестивалях, либо принимают заказы, а некоторым удалось открыть свое собственное заведение. В одном из ответов респондент указал, что ведет кулинарный кружок. «Ресторанный день», как мы предполагали, развивает предпринимательскую активность участников. Однако, вспомнив причины для участия некоторых рестораторов в фестивале, мы можем предположить, что «Ресторанный день» используется ими для рекламы.

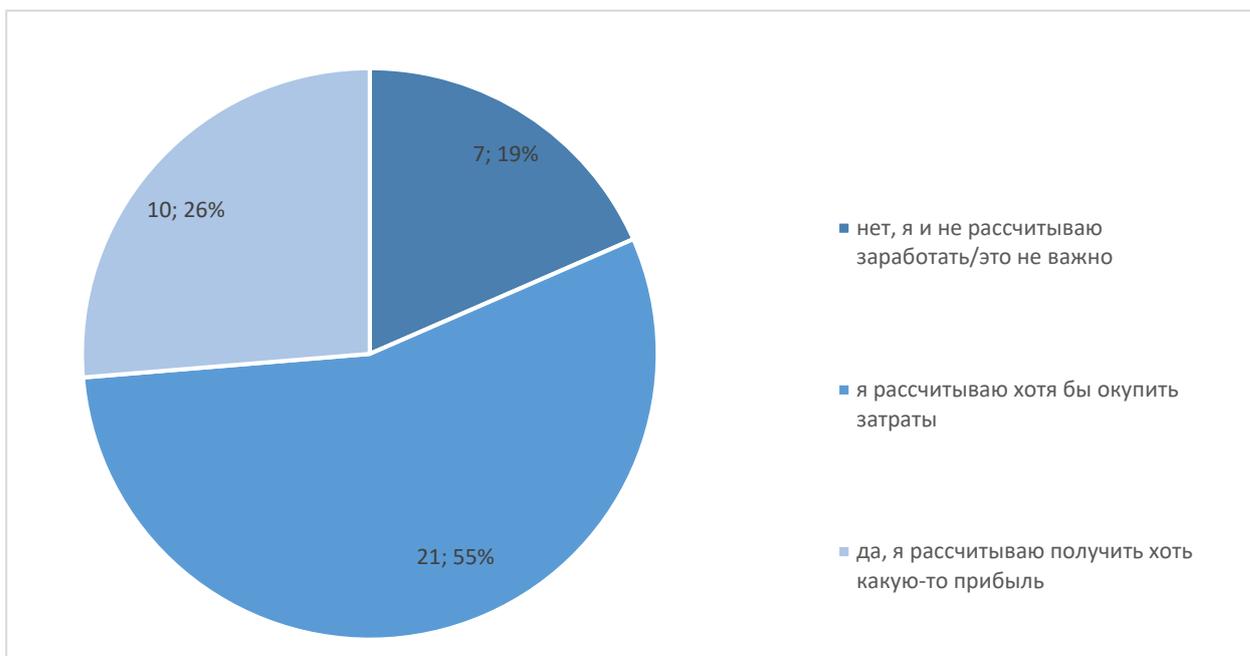


Рис. 14 «Имеет ли для Вас значение, что затраты могут не окупиться?»

На следующем графике (Рис. 14) мы видим, что 55% респондентов не ставят себе цель заработать на участии. Сравним график на рис.6 с ответами, указанными в данной диаграмме. 6 респондентов указали желание подзаработать, как одну из причин для их участия в фестивале. На вопрос о расчёте на прибыль положительно отвечают большее количество

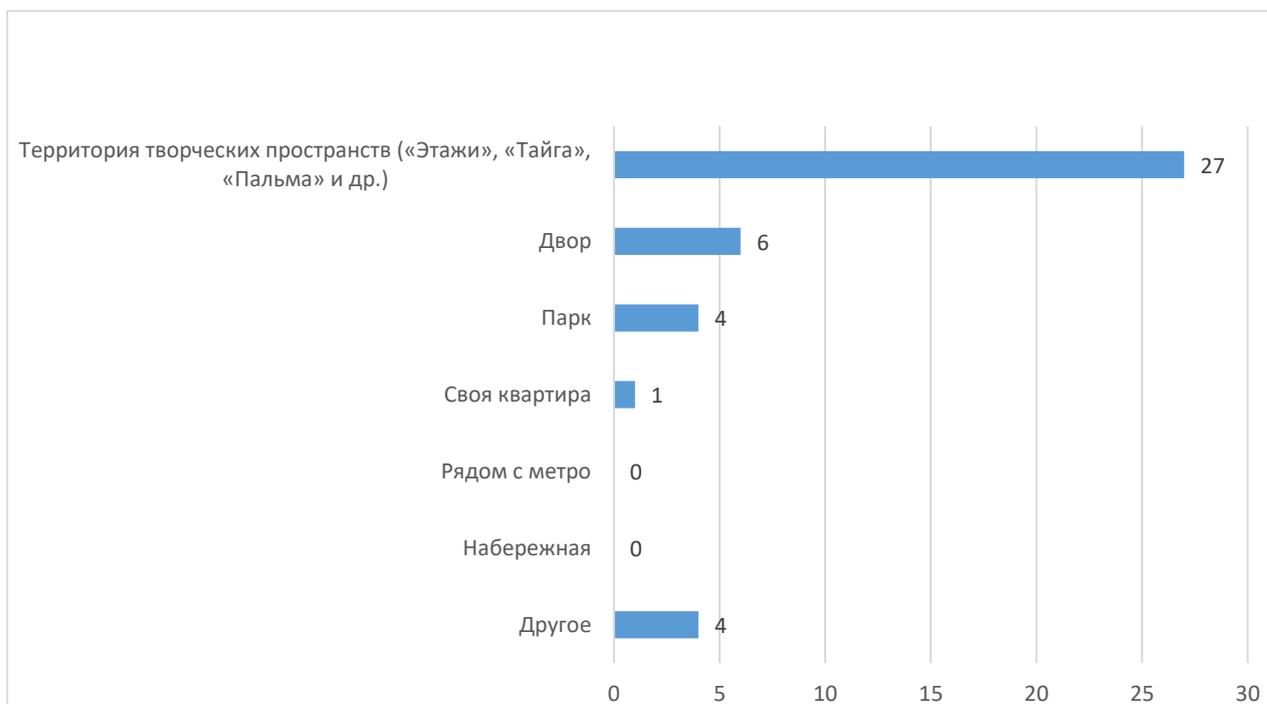


Рис. 15. «Какое место, по Вашему мнению, лучше всего подходит для открытия однодневного ресторана?»

респондентов – 10. Желание заработать, по нашему мнению, движет участниками неосознанно.

Следующие вопросы задавались для проверки потенциальной готовности респондентов выходить за границы безопасных площадок и расширять территориальный охват фестиваля. Скорее всего ответы выбирались респондентами, руководствуясь критериями проходимости места, удобства, защиты от плохой погоды. Можно понять желание респондентов, минимизировать свои риски, как если бы они были реальными предпринимателями. Поэтому 64% участников выбирают территории различных творческих пространств (Рис. 15), где им предоставлены какие-то условия для комфортного размещения. Часто площадки берут арендную плату с рестораторов, что противоречит идее «Ресторанного дня».

Несколько респондентов рассматривают двор или парк в качестве достаточно удобной площадки для проведения «Ресторанного дня». Ни один из респондентов не высказал одобрения для расположения на набережных или у станций метро. Среди уникальных ответов встречались промежуточные, например, зимой удобнее помещение (приглашающая площадка), летом – парк или двор. Для одного из участников необходима полноценная кухня, поэтому он предпочитает находить партнерское заведение, готовое принять его и команду. Еще один респондент своим ответом попытался противопоставить «Ресторанный день» существующему в городе ресторанному бизнесу, предложив располагать однодневные заведения на улице Рубинштейна.

Подводя итог анализу данных этого графика, мы заключаем, что респонденты не готовы рисковать и выходить в общественные пространства. Как мы выяснили ранее, только небольшой процент респондентов узнали о «Ресторанном дне», непосредственно столкнувшись с ним на улице, либо, попадая, не могут узнать, что происходит. Похоже, что творческая активность респондентов, данные о которой мы получили благодаря анализу их интересов в таблице выше, остается в пределах их привычного образа жизни и не

побуждает сделать что-то непривычное. В основном участники «Ресторанного дня» в Санкт-Петербурге подстраиваются под существующие условия.

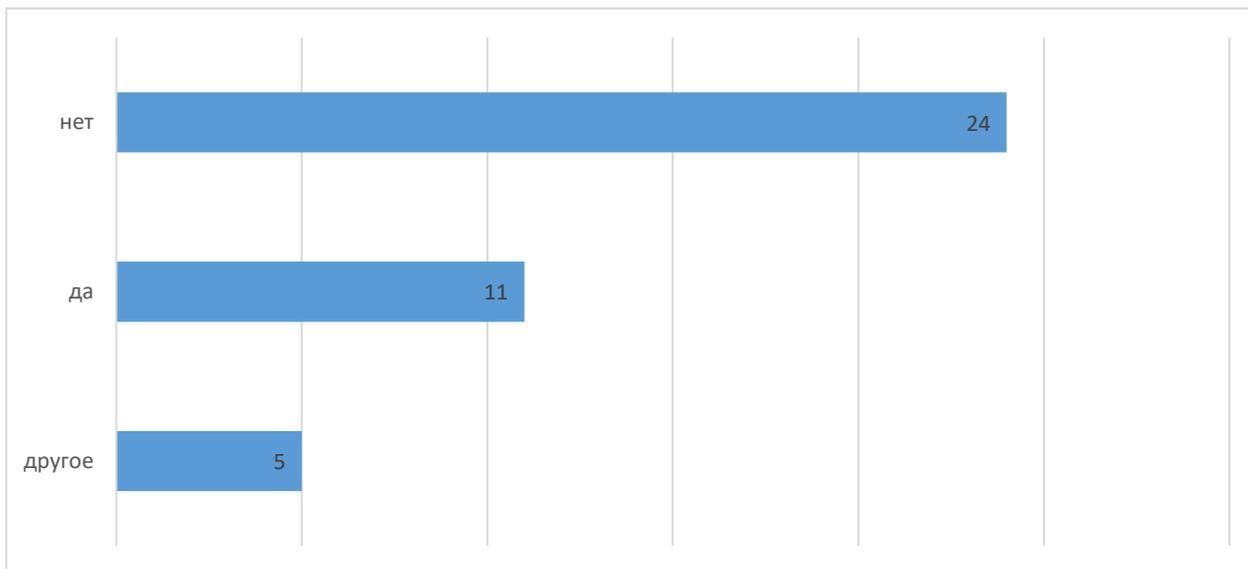


Рис. 16. «Открыли бы Вы однодневный ресторан в одном из спальных районов Петербурга (Кировский, Купчино, и др.)?»

График на рисунке 16 подтверждает выводы, сделанные нами по предыдущему вопросу. Большая часть респондентов не готова проводить «Ресторанный день» в окраинных районах города. Однако четверть респондентов отвечают на данный вопрос положительно. Мы не ставили задачу выяснить, почему они не делают этого или почему сделали бы это, но наличие положительных ответов показывает, что у фестиваля есть шанс

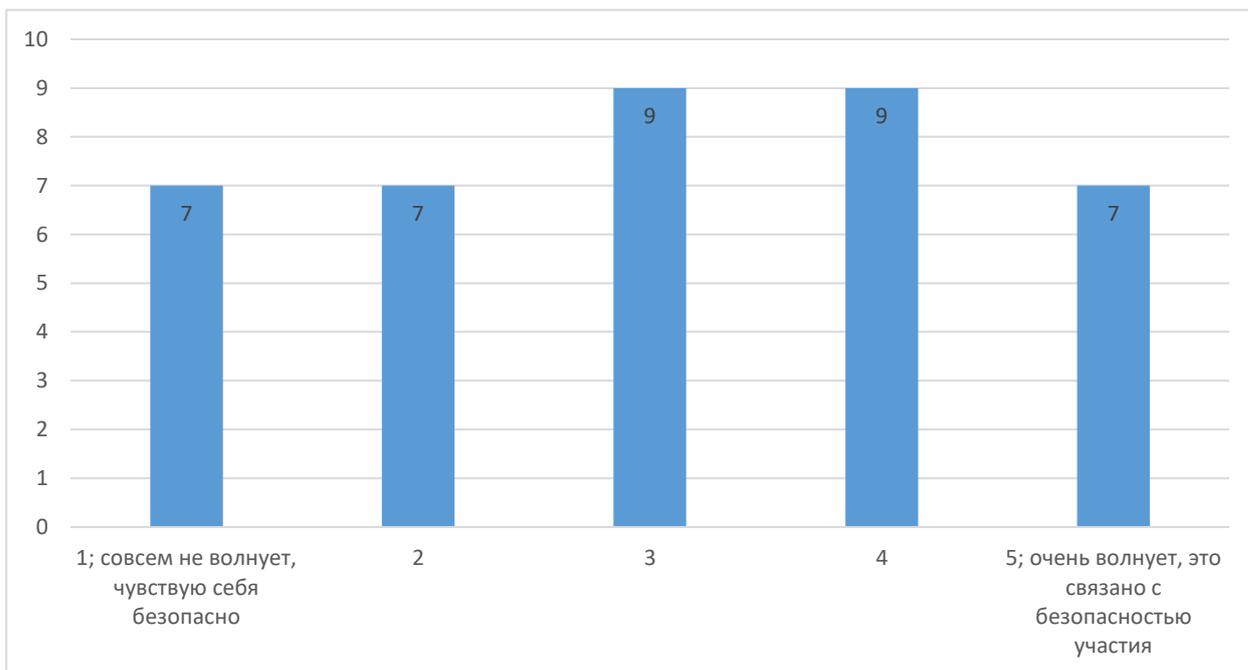


Рис. 17. «Насколько Вас волнует согласованность проведения «Ресторанного дня?»»

распространиться шире и охватить новые районы города. Мы видим в этом потенциал развития фестиваля в Санкт-Петербурге.

«Ресторанный день» - фестиваль, по российским законам проходящий нелегально. Попытки согласовать проведение фестиваля в Санкт-Петербурге натолкнулись на препятствия, которые угрожали разрушить саму концепцию фестиваля. Мы задали респондентам вопрос, насколько их волнует несогласованность фестиваля касательно их личной безопасности, полагая, что с этим может быть связано нежелание выходить на более открытые места. Респондентам была предложена шкала от 1 до 5 (рис. 17), на которой они могли отметить свою степень озабоченности проблемой. По всем значениям шкалы было дано приблизительно равное количество ответов. Тем не менее наблюдается смещение в сторону озабоченности этой проблемой. Средняя оценка равна 3,05, то есть в среднем респонденты выбирают средний вариант, что может говорить о том, что они, возможно, ранее не задавались этим вопросом.



Рис. 18 «Каково Ваше отношение к «Ресторанному дню» как проекту в целом?»

На рисунке 18 мы видим, что большая часть респондентов одобряют «Ресторанный день». Четверть респондентов считают, что фестивалю необходимо дальнейшее развитие. Двое респондентов дают комментарии, касающиеся их впечатлений о фестивале. Один из респондентов отмечает

появление однообразности, шаблонности, появление «неуместных вещей» (не уточнено). Второй респондент обеспокоен потерей первоначальной идеи и коммерциализацией фестиваля.

Участники ресторанный дня подстраиваются под обстоятельства и существующие условия. Поскольку мы проводили опрос только среди участников в Санкт-Петербурге, этот вывод мы имеем право распространить только на этот город. Обращаясь к истории ресторанный дня у него на родине, в Финляндии, мы наблюдаем противоположную историю. Там однодневным рестораторам и создателям ресторанный дня удалось изменить ситуацию с местным законодательством. Эта ситуация вскрывает уже другие общественные проблемы, изучение которых находится за пределами данного исследования. Однако эти показатели могут дать ключ к пониманию того, каковы причины нынешних масштабов проведения фестиваля в Санкт-Петербурге, и почему сложно изменить ситуацию.

2.3 Личный опыт участия в фестивале. Опыт посетителя.

Одним из методов сбора информации о ресторанном дне было его посещение в качестве гостя и наблюдение. Провести наблюдение было возможно на одном из «Ресторанных дней», проходивших в Санкт-Петербурге. Также у автора исследования имеется большой опыт участия в «Ресторанном дне» в качестве организатора однодневного ресторана. В данной главе будет описан опыт организации двух однодневных ресторанов, придуманных для фестиваля и наблюдательский опыт.

Первое знакомство с фестивалем состоялось в первый же год его проведения в Санкт-Петербурге, в мае 2013 года. Информация о событии найдена в социальной сети ВКонтакте, там же узнала, что для навигации по фестивалю создано мобильное приложение, где можно узнать местоположение поп-ап кафе, информацию о нем и время работы. Посетила одно заведение, расположенное в хостеле «Друзья» на улице Восстания, 11.

Наблюдение за фестивалем в качестве посетителя было проведено 21 февраля 2016 года. Целью исследователя было зафиксировать процесс на

практике. Следует отметить, что наблюдение практики происходило только частичное, непосредственно воплощенная в день проведения фестиваля. У нас не было возможности пронаблюдать со стороны возникновение идеи и процесс подготовки, так как эта задача оказалась трудновыполнимой. Эти этапы были пройдены автором самостоятельно, во время организации собственного однодневного ресторана. Это ставит перед нами проблему определения временных границ практики. В течение года событие происходит четыре раза. Открытым остается вопрос о том, что считать началом практики – возникновение идеи, решение участвовать в фестивале, либо непосредственно начало подготовки. Поэтому рассмотрение этого вопроса мы решили опустить. Завершение участия также можно ограничить продажей последней порции, или возвращением домой и уборкой места однодневного ресторана, а также решение больше не участвовать в практике.

Мы пронаблюдали только то, что происходило непосредственно в день фестиваля. Были разработаны критерии наблюдения:

- Насколько легко непосвященному человеку случайно попасть на «Ресторанный день»
- Насколько рестораторы открыты к общению
- Какая атмосфера царит в местах проведения фестиваля

Была проведена предварительная работа – рассмотрена карта с метками ресторанов и составлен маршрут. Всего на карте «Ресторанного дня» к 21 февраля 2016 года было зарегистрировано 1245 заведений. Отсутствует возможность точно подсчитать по городам. За два дня до фестиваля ведущие Facebook-сообщества опубликовали цифры с 15 городами, где фестиваль проходит масштабнее всего. По этим данным в Санкт-Петербурге в этот день открылось 109 однодневных заведений. В зимний период активность участников, организующих однодневные рестораны ниже чем в мае и августе. Из изучения мест размещения рестораторов на карте следует вывод, что зимой они предпочитают располагаться в помещениях. Обычно это так называемые креативные пространства Петербурга – «Пальма», «Этажи», «Флигель» и др.,

культурные и образовательные пространства – «Дом еврейской культуры ЕСОД», частная общеобразовательная школа «Эпиграф», это бары и хостелы («Друзья», «Graffiti L Hostel»). На площадках могут расположиться от двух однодневных ресторанов, в зависимости от площади помещения. Для посещения были выбраны хостел «Graffiti L Hostel» (Лиговский проспект 33-35), бар «The Basement» (Садовая улица, 13), Петрикирхе (Лютеранская церковь Святых Петра и Павла, Невский проспект 22-24), творческое пространство «Пальма» (переулок Пирогова, 18).

Первая площадка – хостел «Graffiti L Hostel». Вход в помещение находится во дворе, чтобы найти место проведения, нужно подняться по лестнице. На входе во двор на стенде в других объявлениях афиша «Ресторанного дня» незаметна. Всего в помещении расположились 4 однодневных ресторана, посетителей около 15 человек, есть родители с детьми до 4-5 лет. В зале также присутствует фотограф. В помещении играет музыка, мест, где можно сесть, взяв еду, недостаточно, приходится располагаться на подоконниках, скамьях. Пообщаться удалось с двумя рестораторами – две девушки с десертами «Golubika», и супружеская пара с «кубинскими» сэндвичами «Ребят'ос». Вопросы к рестораторам были о том, как к ним пришла идея поучаствовать, как долго они этим занимаются, выступают ли они со своим заведением помимо «Ресторанного дня», каковы их впечатления от фестиваля. Оба участника уже не в первый раз принимают участие, и имеют брендовые фартуки, упаковки и визитки.

Девушки из «Golubika» для развлечения гостей придумали конкурс, в котором нужно было украсить ананас и разместить фотографию в социальных сетях. При общении девушки вели себя серьезно, несколько скованно, но дружелюбно. Супружеская пара из «Ребят'ос» оказалась более непосредственной в общении, инициативу в ответах взял на себя молодой человек.

Создалось общее впечатление размеренности и слаженности, хорошей организации рабочего пространства для рестораторов.

Следующим пунктом стал бар «The Basement», где расположились еще два однодневных ресторана. Обозначения о том, что в заведении проходит «Ресторанный день» не было, пришлось сверяться с картой. Бар располагается в подвале, имеет серый минималистичный дизайн, довольно темное освещение. Один из однодневных ресторанов – благотворительный «Веган-буфет «Мята» от Центра защиты прав животных «ВИТА». Молодые люди, общавшиеся с посетителями, были малоэмоциональны и сухи в ответах. Как и в предыдущем случае, рестораторы были в фартуках, что говорит об их ответственности за красоту и чистоту своей работы. В соседнем помещении за столиком сидели члены указанной организации. При общении они выразили интерес к исследованию «Ресторанного дня», но показали, что мало знакомы с концепцией фестиваля – они не знали его происхождения, и считали, что все однодневные рестораны делаются вегетарианцами. Мы выяснили, что выручка с фестиваля пойдет в фонд организации.

От посещения этого места сложилось впечатление безразличного отношения к «Ресторанному дню». Возникло впечатление, что хозяева площадки хотели за счет участия в фестивале привлечь большее количество посетителей в свой бар, а цель рестораторов была за пределами участия в фестивале ради самого фестиваля.

Следующий пункт – лютеранская церковь Святых Петра и Павла. Это место участвовало в «Ресторанном дне» неоднократно. В 14:00 предлагалась экскурсия по собору. На этой площадке расположились 6 рестораторов, посетителей было около 40 человек. Здесь оказались участники, к которым посетители приходили специально – это кулинарно-художественный проект «Марфа», где холстом для картин служат торты и пирожные. Пообщаться с рестораторами не удалось, так как наплыв посетителей не дал им такой возможности. Позже выяснилось, что они распродали всё за 45 минут. Еще один ресторатор связал еду и литературу, предложив попробовать алкогольсодержащее желе «Петербург – Петушки», и в названиях десертов присутствовали отсылки к произведению Венедикта Ерофеева «Москва –

Петушки». Атмосфера этой площадки была более суетливой, активной, подвижной.

Последним пунктом маршрута стало новое творческое пространство «Пальма». Оно расположено в тупике переулка Пирогова, и в феврале 2016 года было почти не отремонтировано. Рестораторы располагались на широких лестничных площадках, играла музыка, в самом пространстве было 7 рестораторов и около 30 посетителей. Рестораторы почти не обращали внимания на новых посетителей – при приближении к ним почти не реагировали. Здесь мы выбирали участника по критерию наиболее заинтересовавшего нас блюда – это оказалась азиатская уличная еда «Нетакояки». При общении с рестораторами обнаружили общие знакомые, что косвенно может служить показателем того, что круги общения рестораторов пересекаются. «Нетакояки» - проект, которые уже успел из однодневного ресторана перерасти в постоянно работающее заведение. Рестораторы сообщили, что продолжают участвовать для привлечения новых клиентов и увеличения аудитории.

Общее впечатление от фестиваля в «Пальме» сложилось вялое, скучное.

Из этого наблюдения предполагаются следующие выводы:

- В холодное время года участникам удобнее располагаться в помещении, где есть вода и электричество, либо их продукт не предполагает возможности продажи в холодное время на улице.

- Мероприятие является несогласованным, и чтобы избежать возможных проблем с полицией, участники прячутся по пространствам, которые имеют обыкновение предоставлять площадки для проведения различных мероприятий. В таком случае проведение не требует разрешений от администрации.

Вспомним о первоначальной идее Ресторанного дня: предоставить любому человеку возможность попробовать свои силы в рестораторской деятельности. Идея возникла как протест против бюрократической волокиты, которая требовалась для открытия своего заведения общественного питания в

Хельсинки. Организация однодневного заведения никак в законах не оговаривалась, и с помощью этой лазейки волонтерами был организован фестиваль. Идея оказалась настолько удачной, что в следующие дни фестиваля стихийно, анархически распространилась на другие финские города и быстро пришла в другие страны. Власти Финляндии оказались восприимчивы к этой общественной инициативе и высоко оценили ее значение для развития гражданского общества и финской культуры в целом, присудив около десятка различных наград, то есть потенциал был прочувствован и поддержан. Проведение ресторанного дня официально разрешено в Хельсинки. В обществе возникла новая практика, которая была официально институционализирована. В Петербурге же сообщество пытается подстроиться под ситуацию. Мы обнаруживаем, что усилий активистов, пытающихся изменить существующее положение дел, недостаточно.

- Креативным пространствам, предоставляющим место для рестораторов, выгодна реклама, также это выгодно резидентам этих пространств. Посетители придут на фестиваль и познакомятся с тем, что еще есть в креативном пространстве.

- Обнаружено, что для стороннего наблюдателя неочевидно, что по всему городу в разных местах проходит кулинарный фестиваль. Таким образом посетителями оказываются только осведомленные люди. Также замечено, что некоторые участники мало знакомы с историей возникновения фестиваля, а также его миссией и ценностями, соответственно мы не можем судить, разделяют ли они их и какова истинная цель их участия в фестивале. Скорее всего это желание почувствовать себя в компании, в сообществе. Возможно, в этом причина того, что при отсутствии единого установленного дня участия, что продолжалось на протяжении 2016 года, резко снизилась активность участников. Наиболее активные продолжали организовывать ресторанный день близко к привычным датам – в конце мая, августа и февраля. Таким образом мы делаем вывод, что жизнеспособность практики

поддерживается благодаря регулярности ее исполнения. Немаловажным аспектом является и цель, ради которой рестораторы принимают участие.

2.4 Опыт организации однодневного ресторана: проект «Ресторанный дом».

Первый опыт участия в качестве «ресторатора» состоялся в ноябре 2014 года в тайм-кафе «ForAll», посвященное бразильской культуре. С тех пор до ноября 2015 года и в мае 2016 г. исследователем регулярно организовывались однодневные заведения на базе этого тайм-кафе в сотрудничестве с его владельцами. В феврале 2015 года площадка попала в подборку журнала The Village, как рекомендованная к посещению в «Ресторанный день»⁵², а в ноябре того же года однодневное кафе в бразильской тематике оказалось в списке рекомендаций от интернет-газеты «Бумага»⁵³.

Проект «Ресторанный дом»

В марте 2017 года был проведен эксперимент по подготовке локального «Ресторанного дня» по новым правилам, предложенным создателями, звучащих как «Ресторанный день – в любой день». Создатели хотели побудить людей организовывать локальные, небольшие «Ресторанные дни» в любой день, когда захотят, тем самым превратив праздничное событие в рутинное, сделав его повсеместной практикой. Возникла идея проведения фестиваля на территории отдельного многоквартирного дома по адресу Санкт-Петербург, ул. Краснопутиловская 56, корпус 2. Это 16-ти этажный дом, имеющий одну парадную, с общим холлом на входе и комнатой консьержа. В доме организовано товарищество собственников жилья (ТСЖ) «Краснопутиловская 56-2», всего 104 квартиры.

⁵² Самые интересные кафе на «Ресторанном дне» // The Village [сайт]. URL: <http://www.the-village.ru/village/food/food-guide/176121-gid-po-restodnyu> (дата обращения 16.02.2016)

⁵³ Иванова Т. От курабье с укропом до десерта итальянских монахов: что попробовать на Ресторанном дне в ноябре // Бумага [интернет газета] URL: <http://paperpaper.ru/restoday-november/> (дата обращения 20.11.2015)

Целью эксперимента было выяснить, как отреагируют жители на непривычное событие, происходящее в доме, готовы ли они пойти на общение с соседями. Предполагалось, что жителям дома будет предложено поучаствовать в инициативе для того, чтобы познакомиться с соседями, и узнать, кто живет в одном доме. Подобное первичное знакомство, оформленное совместной трапезой, может послужить основой для выстраивания взаимоотношений между соседями, более активному и эффективному участию в решении вопросов домоуправления, созданию благополучной атмосферы жилого пространства.

Проведение «Ресторанного дня» предварительно было согласовано с председателем ТСЖ и поддержано членами правления. Предполагалось, что жители дома, согласившиеся участвовать в «Ресторанном дне» будут иметь возможность прийти в обозначенный день друг другу в гости и познакомиться.

Был создан плакат, разлинованный на количество квартир, где жители могли отмечать свое желание поучаствовать. Предполагалось, что отметившиеся участники будут готовы принимать у себя в квартире гостей – только жителей дома, а если кто-то не готов к такому шагу – прийти в гости к кому-то из отметившихся участников. Для отметки участия был разработан и нарисован плакат, изображающий многоквартирный дом с ячейками – номерами квартир. В ячейке-квартире можно было отметить участие. Для информирования жителей дома о предстоящем мероприятии на каждом этаже и на выходе из дома были размещены объявления с приглашением.

Событие было запланировано на 12 марта 2017 года. Объявление было размещено на всех этажах дома 6 марта 2017 года. Через два дня желание участвовать отметили три квартиры. К 11 марта количество участников увеличилось до 4. От одной жительницы дома поступил телефонный звонок с просьбой подробнее рассказать о том, что такое «Ресторанный день», и что предполагается делать. Из разговора выяснилось, что объявление заметила ее дочь, ученица 2 класса, и проявила интерес. Автором неоднократно был

замечен интерес детей к участию в фестивале. «Ресторанный день» как эдьютеймент-площадка будет описан в следующей главе исследования.

В отличие от предыдущего описанного опыта, в этот раз автор действовал в одиночку. Начало события было назначено на 12 часов дня. В течение первого часа не пришел никто. В течение следующих нескольких часов событие посетили несколько друзей автора, с их помощью мы обошли квартиры, отметившие свое участие, и квартиры, находящиеся на том же самом этаже, и напомнили о приглашении. Также в холле рядом с комнатой консьержа разместили еще одно объявление и оставили угощение.

За время ожидания возникали также незапланированные события вроде мастер-класса по танцам и совместного приготовления еды. Из этого можно сделать вывод, что «Ресторанный день» может быть гибким событием, предлагающим не только употреблять пищу, пусть и в компании, провоцируя общение. Общение может выливаться в новые формы активности, создавая всё новые впечатления и положительные эмоции.

Около 15 часов дня мы посетили одну из квартир, решивших принять участие. Инициатором участия оказалась 8-летняя дочь хозяев. Состоялось успешное знакомство, хозяева приглашены на ответный визит. Около 19 часов вечера квартиру автора посетили также члены правления товарищества собственников жилья и выразили благодарность за проведение интересного события.

В данном эксперименте был получен опыт согласования события. Председательница ТСЖ оказалась открытой к восприятию нестандартных идей и приветствовала проведение событий, направленных на формирование и сплочение сообщества жителей дома. По мнению автора, подобные события, проводимые в локальном масштабе, способствуют установлению добрососедских отношений между жителями. Если знакомство жителей дома будет начинаться с совместной трапезы, во время которой люди смогут показать себя как индивиды со своими мыслями, интересами, занятиями,

переживаниями, дальнейшее бытовое общение может быть уже менее конфликтным.

Таким образом у автора есть разнообразный опыт участия и организации однодневного ресторана в формате фестиваля «Ресторанный день». Формат оставляет простор для творчества и возможность для совершенствования и пробы своих идей, развития предпринимательских и организаторских навыков. Тенденция последнего времени, когда некоммерческие организации, школы, клубы участвуют в фестивале позволяет говорить о потенциале «Ресторанного дня» как социального значимого события.

Выводы по второй главе

Данная глава носила диагностический характер, и состояла из презентации и оценки результатов проведенных исследований. Мы дали представление об информационном поле, в котором находится «Ресторанный день». Большая часть информации о нем содержится и распространяется в социальных сетях. СМИ чаще всего публикуют нейтральные обзоры на однодневные заведения. Концепцию и миссию фестиваля в многочисленных интервью продвигает создатель «Ресторанного дня» Тимо Сантала. Критические комментарии чаще всего высказываются при личном общении.

Анализируя результаты анкеты, мы заметили интересные корреляции. Так, многие респонденты занимаются теми или иными видами творчества, любят производить свой продукт, поэтому идея «Ресторанного дня» нашла у них отклик. Мы увидели разнообразие названий однодневных ресторанов. Открытием стал вывод о среднем возрасте респондентов – 29 лет, что означает человека скорее всего имеющего постоянную работу и ведущего достаточно стабильный образ жизни. Анализ интересов респондентов показывает, что они открыты для восприятия других культур и их изучению, интересуются историей и получением новых знаний. Их можно охарактеризовать, как людей с широким кругозором, а значит открытыми к новым инициативам, по крайней мере в участии в них. В основном участие в «Ресторанном дне» - это коллективная практика, которая выполняется в компании людей. Основной

целью участия является самопрезентация, развлечение. Для части респондентов присутствует желание развить свой однодневный ресторан в постоянный бизнес. Участники не склонны нарушать правопорядок, и хотя само проведение фестиваля является незаконным, они мало рискуют выходить на пределы безопасных пространств и подстраиваются под существующую ситуацию.

Личный опыт участия в фестивале разделился на участие в качестве посетителя и в качестве ресторатора. Было выявлено, что рестораторы открыты к общению, он постороннему человеку обнаружить, что в городе проходит это событие, очень трудно, и происходит это, как правило случайно. Обнаружен недостаток знаний об истории и философии «Ресторанного дня» у рестораторов.

Опыт ресторатора в организации фестиваля в жилом доме сложно назвать успешным, так как не удалось привлечь большого количества жителей. Однако обнаружилось, что проведение культурного события в доме было ими замечено, что дает надежду на успех в случае повторной попытки организации «Ресторанного дня» в жилом доме.

ГЛАВА III. Ресторанный день в образовательном процессе.

3.1 Образовательные и просветительские проекты на «Ресторанном дне»

Уметь выстроить отношения с окружающими людьми – несомненно, необходимый навык для социализации и эффективного функционирования человека в обществе. «Ресторанный день» направлен именно на развитие навыков коллективной работы. Он может способствовать формированию у детей навыков сотрудничества, активности, инициативности, здоровой конкуренции. «Ресторанный день» это проект, направленный на созидательную активность, развитие навыков планирования.

Его идеи направлены на объединение людей над работой по созданию собственного однодневного ресторана, что, тем не менее, не избавляет от необходимости совершить большую проектировочную работу, решить разнообразные организационные задачи, представлять свой результат, который оценивают совершенно незнакомые люди, а также ответственности за уборку. Фестиваль представляет простор для реализации творческого потенциала, развитию навыков самоорганизации. При наличии площадки для проведения фестиваля такое проходящее в городе событие как «Ресторанный день» может стать поводом для того чтобы устроить соседский праздник. Площадками могут быть территории школ, детских садов, тогда во взаимодействие включаются разные группы людей – администрации школ, учителя, дети, родители, жители окрестных домов. Проведение локальных «Ресторанных дней» особенно актуально для спальных районов города – это покажет жителям, что в том месте, где они живут, может быть что-то интересное, а участие создаст большее чувство причастности к судьбе места.

На основе идей и модели «Ресторанного дня» можно было бы подумать о других проектах, которые будут иметь более социальную направленность. Некоторые благотворительные организации пользуются «Ресторанным днем» как поводом, чтобы рассказать о себе, или чтобы устроить праздник для своих подопечных. К первым, по наблюдениям, чаще относятся организации по

защите животных и приюты для животных. Для этих организаций это возможность рассказать о себе.

«Ресторанный день» - для всех. Зимой 2017 года благотворительная организация «Перспективы», помогающая детям с тяжелыми формами инвалидности и поддержку их во взрослом возрасте, организовала фестиваль, где дети сами смогли приготовить еду для посетителей. Это была возможность проявить социальные навыки, организаторские способности, приготовить еду, получить удовольствие от своей способности справиться со сложной и непривычной деятельностью и сделать шаг на пути к самостоятельной жизни. То есть участие в фестивале может многому научить подопечных организации.

В Санкт-Петербурге есть просветительские проекты, представленные на фестивале. Например, один из проектов полностью состоит из блюд, не содержащих глютен, в силу того, что девушка, организовывающая однодневный ресторан, страдает его непереносимостью. Ей удалось привлечь внимание к этой проблеме при помощи «Ресторанного дня». Другой проект от организации «Фудшеринг», который занимается тем, что перераспределяет продукты пригодные в пищу, но с истекающим сроком годности, и поэтому непригодные для выкладки на витрины ресторанов, пекарен, кафе, магазинов. Этот проект зародился в Германии⁵⁴. Цель волонтеров проекта – повысить рациональность потребления продуктов. Устраивая «Ресторанный день» со своей идеей, они могут вести просветительскую деятельность по осознанному и рациональному использованию продуктов питания, тем самым способствуя снижению перепроизводства.

«Ресторанный день» оказался интересен детям. По всему миру дети с помощью взрослых становятся инициаторами участия на «Ресторанном дне».

⁵⁴ Фудшеринг в Германии и в России: кто, где и как раздает еду бесплатно // SNC media [сайт] URL: <http://www.sncmedia.ru/food/fudshering-v-germanii-i-v-rossii-kto-gde-i-kak-razdaet-edu-besplatno/> (дата обращения 14.05.2017)

4-х летний мальчик из Норвегии создал свой однодневный ресторан⁵⁵. В проекте, описанном в предыдущей главе, в одной из квартир инициатором участия стала 8-летняя девочка. Она сумела понять идею фестиваля быстрее, чем ее родители.

Форматом «Ресторанного дня» можно воспользоваться в образовательных целях. Одна из частных школ Купчино «Эпиграф»⁵⁶ проводит у себя ресторанный день под названием «Back to School». Нам удалось побывать на одном из «Ресторанных дней» проводимых этой школой и пообщаться с организаторами. Директор школы говорит, что в своем учреждении они готовы участвовать в любых творческих инициативах, проходящих в городе. Школа обычно участвует в майских «Ресторанных днях», чтобы иметь возможность расположиться на улице, вынести музыкальную аппаратуру, сыграть в настольные игры, теннис и провести мастер-классы. Посетители этого «ресторана», расположенного далеко от центра города, чаще всего родители учеников, друзья работников школы, посторонние люди заходят нечасто. Этот однодневный ресторан позволяет укрепить школьное сообщество, вовлечь в жизнь школы больше людей, а подход, когда творческие инициативы принимаются на вооружение, связывает школу с окружающим миром.

Дети за время участия в фестивале приобрели кулинарные навыки, принимали решения о том, что будет приготовлено, учились общаться с посетителями. Для детей неожиданностью и открытием стало то, что посетители оставляют им «чаевые» - для них это стало оценкой их успешной работы.

Организатор, занимающаяся рекламой школы, говорит, что в первую очередь для школы «Ресторанный день» это хороший информационный

⁵⁵ 4-year old Bjørnstjerne opened his own pop-up restaurant on Saturday's Restaurant Day in Oslo // facebook [видео] URL:

<https://www.facebook.com/restaurantday/posts/1299972706748312>

⁵⁶ Частная школа Санкт-Петербурга [текст] // Школа Эпиграф [сайт]. URL: <http://epigraph.spb.ru/home/> (дата обращения 7.05.2017)

повод. Также он полезен для укрепления родительского сообщества и привлечения родителей новых учеников, для проведения дня открытых дверей.

3.2 Проект «Десертация»

Чтобы более полно описать и осмыслить процесс организации однодневного ресторана, в ноябре 2016 года была собрана заинтересованная команда и разработана концепция однодневного эдьютеймент-заведения.

Для участия в фестивале была разработана идея, которая включает гостя во общение с организатором ресторана не только как посетителя, но как активного участника игры. Элемент эдьютеймент состоял в том, что посетителям предлагалось рассказать о своих научных интересах, если они являются студентами или научными сотрудниками, или если они уже окончили учебу, вспомнить свою студенческую жизнь и кратко рассказать о теме своего диплома. Предлагаемый десерт собирался индивидуально в процессе общения с гостем, и его наполнение зависело от сферы деятельности посетителя, научных интересов и оконченного уровня образования. Нами были созданы несколько вариантов кремов и начинок, которые соотносились с той или иной научной сферой или уровнем образования.

Командой были подготовлены составляющие десертов, организована рекламная кампания в социальной сети «ВКонтакте». Создан логотип,



Рис. 19. Логотип однодневного ресторана «Десертация».
Автор – Софья Ильинских

использовалась студенческая тематика. Подготовка была начата за 5 дней до начала фестиваля с обсуждения тематики однодневного ресторана, принятия идеи, разработки логотипа. В процессе подготовки также возникали другие идеи, которые можно воплотить с помощью ресторанного дня, и использовать в благотворительных целях.

Команда состояла из трех человек. Автором работы была взята на себя ответственность за руководство действиями других членов команды. Каждый день участники получали задание, связанное с подготовкой к «Ресторанному дню». Общение команды и раздача заданий осуществлялась при помощи чата в мобильном приложении «Telegram» ежедневно. Необходимо было разработать логотип (Рисунок), создать информационную площадку на базе социальной сети «ВКонтакте», вести рекламную кампанию. Поиск места для расположения во время фестиваля дал опыт общения с владельцами различных площадок, предоставляющих возможность удобного расположения для желающих участвовать в Ресторанном дне. Было решено

расположиться в помещении, так как погодные условия не располагали для проведения эксперимента с размещением на улице. Автор направлял личные письма к владельцам площадок с просьбой предоставить место для «Ресторанного дня». Было обнаружено снижение интереса к проведению фестиваля у площадок, предоставлявших места на предыдущих фестивалях. Это было связано с их желанием проводить фестиваль на открытом воздухе и при более подходящих погодных условиях. Другую часть площадок составили крупные пространства, бравшие плату за размещение на своей территории однодневных ресторанов. Это были самые крупные площадки в городе – «Этажи» и «Голицын-лофт». Этот вариант был отклонен, поскольку, по мнению исследователя, этот подход нарушает концепцию фестиваля, предполагающую свободное и бесплатное участие любого, кто захочет создать поп-ап кафе. Этот факт можно было бы включить в смету как расходы на организацию в общие затраты, но мы предпочли проигнорировать эти варианты и максимально соблюдать концепцию и идеологию Ресторанного дня. Лучше всего ей следуют кафе и пространства, решившие участвовать в Ресторанном дне впервые. Таким образом можно завести новые контакты, которые могут привести к сотрудничеству в будущем. Мы нашли кафе, готовое принять у себя рестораторов, и договорились о размещении.

Ключевая деятельность – обсуждение меню и приготовление еды обсуждали в течение всей недели. За день до фестиваля меню было согласовано и осуществлена закупка продуктов. Процесс приготовления еды в компании приносит удовольствие сам по себе. Организация работы, когда каждый делает то, что у него получается лучше и не мешает другому, позволила справиться с работой в спокойном темпе.

В день фестиваля в течение дня, с 13:00 мы расположились в кафе, предоставившем нам место, и принимали посетителей, общались с ними, через них узнавали о том, что происходит на других площадках. Наибольшее количество пришедших оказались нашими друзьями и знакомыми. Случайные посетители, заходившие в кафе, часто не интересовались или напрямую

отказывались от предложения. Количество посетителей в итоге позволило покрыть расходы только на 53%, которые были впоследствии распределены между организаторами пропорционально вкладу. Был сделан вывод, что концепция и подача требуют доработки, больше времени на подготовку, а размещение стоит искать в более людном месте. Тем не менее, по оценкам участников опыт оказался положительным. Отзывы участвовавших в игре звучали как «Не думал, что диплом по истории через столько лет пригодится мне с такой необычной стороны».

В результате получена благодарность от владельца заведения, принявшего нас, и заявлено о готовности к дальнейшему сотрудничеству. В течение нескольких дней после «Ресторанного дня» поступали сообщения по электронной почте с предложениями участвовать в других кулинарных фестивалях, проходивших в Петербурге. Отмечено, что незадолго до «Ресторанного дня», запланированного в феврале 2017 года поступали сообщения от владельцев площадок с приглашением разместиться у них, за несколько месяцев до описываемых событий после осеннего «Ресторанного дня» в 2015 году также поступали предложения от других, уже коммерческих фестивалей. Это говорит о том, что «Ресторанный день» действительно играет роль демонстрационной площадки кулинарного и идейного потенциала жителей Петербурга. «Ресторанный день» позволяет встретиться тем, кто ищет возможности показать себя и теми, кто организует в городе различные мероприятия. По мнению автора исследования, смысл этих мероприятий остается в рамках коммерции и рекламы, но для рестораторов одного дня даже такая возможность может стать шагом на пути развития своего бизнеса.

Эксперимент с этим однодневным рестораном был проведен в тот период истории «Ресторанного дня», когда он переживал упадок. С этим связывается факт того, что посетителей было крайне мало. За весь день однодневный ресторан посетило не более 20 человек. Перед нами стояла задача проверить, насколько посетителям понравится идея. Положительные отзывы показали, что идея необычна и интересна. Мы получили опыт общения

с различными площадками, сделали выводы о наиболее выгодном времени и месте для организации однодневного ресторана. Мы получили удовольствие от общения и слаженной командной работы. Таким образом этот эксперимент оказался связан для нас с положительными эмоциями, поводом для общения с друзьями, а воплощение идеи на практике оставляет ощущение удовлетворения.

Выводы по третьей главе.

В третьей главе мы провели обзор возможностей использования «Ресторанного дня» в целях образования, просвещения и поддержки благотворительных организаций. «Ресторанный день» в школах, в интернатах, наибольшую роль играет, прежде всего для своих учеников и подопечных. Происходит обучение и жизненно необходимым кулинарным навыкам, а также навыкам общения с незнакомыми людьми.

Разработанный и апробированный в рамках фестиваля проект «Десертация» подтвердил свой положительный отклик не только у его разработчиков, но и сторонних посетителей. Проект соединяет в себе игру, кулинарию и разговор о научных интересах, побуждая посетителя объяснить тему когда-то написанного им диплома объяснить ее человеку, совершенно незнакомому с этой сферой. Игра состоится и в случае совпадения интересов – тогда возникает повод для диалога. Формат проекта может быть преобразован в другую тематическую игру.

Заключение.

Цель данной работы заключалась в необходимости выявить тенденции в обществе, которые отражает возникновение фестиваля «Ресторанный день». Решив поставленные исследовательские задачи, мы сделали следующие выводы.

«Ресторанный день» - это кулинарный фестиваль, представляющий собой социокультурную практику. Социокультурная практика – это деятельность человека, имеющая общественное значение, и несущая в себе творческий, преобразующий смысл. «Ресторанный день» был задуман как повод преодолеть на короткое время ограничения, налагаемые законодательством и освободить творческий потенциал городских жителей.

На основе теории социокультурного подхода мы разработали порядок описания социокультурной практики. Мы решили задачу наиболее полного охвата всех аспектов описания. В список входят вопросы об истории возникновения практики и последствий ее появления; вопрос о принципах устройства практики; вопрос о легитимности практики, или ее места в институциональной структуре общества; изучили тексты, связанные с самопрезентацией участников практики, а также тексты, рассказывающие о практике; мы включили вопрос об изучении участников практики; наконец, о ценностях, заложенных в идею этой практики.

Нам также удалось проследить динамику развития фестиваля с начала его существования. История помогла нам проследить рост интереса к этому явлению, последствия его появления, и влияние на культуру еды. Мы проследили несколько периодов развития фестиваля, в том числе тот, когда смена концепции едва не привела к прекращению его существования. «Ресторанный день» сильно повлиял на повышение интереса к гастрономической культуре в мире. Еда всё активнее используется как способ установления отношений на уровне общества, гастрономическое событие становится одним из наиболее значимых для развития демократических ценностей, начинает играть экономическую роль в некоторых странах, в

частности в Финляндии, став одной из туристических достопримечательностей страны. Идея «Ресторанного дня» оказалась универсальной, и нашла себе место в культурах многих стран и вышла за пределы Европы. В то же время в России мы заметили некоторые отличия в реализации идеи фестиваля, которые имеют принципиальное значение не только для сохранения его идеи, но и как индикатор активности общества. Идею «Ресторанного дня» в России в ряде случаев используют в коммерческих целях, что негативно сказывается на тех ценностях, которые он пропагандирует – они теряются, и остается только форма. В России также есть тенденция участников подстраиваться под существующие реалии, в то время как фестиваль задумывался, скорее, как протестный.

«Ресторанный день» с самого начала его существования является неинституционализированным фестивалем, то есть нелегальным. Его невозможно согласовать, поэтому он становится формой активности, неподконтрольной государству, тем самым свободной от государственной идеологии.

В СМИ «Ресторанный день» оценивается в целом положительно. В Финляндии он стал частью кулинарной культуры страны и кулинарной культурной стратегии, что повышает международный имидж Финляндии, и делает ее популярным туристическим направлением. Информационные сайты туристических агентств и авиакомпаний используют «Ресторанный день» как рекламу туристического направления в Финляндию. Большая часть публикаций посвящена обзорам различных однодневных ресторанов, которых с каждым фестивалем становится больше, и они становятся разнообразнее. Публикации, которые администраторы групп в социальных сетях пишут для участников сообщества «Ресторанного дня» усиливают ощущение сообщества, побуждают принимать активное участие в его жизни. Негативные комментарии и отзывы чаще всего связаны со скепсисом по отношению к отсутствию гарантии качества продукции. Негатив также связан с несоблюдением концепции фестиваля и проявляется в личных разговорах с

участниками и может быть обнаружен в записях, сделанных в социальных сетях.

Мы разработали анкету, и опросили участников «Ресторанного дня», который проходит в Санкт-Петербурге. Мы предположили, что участники «Ресторанного дня» составляют часть городского общества, наиболее отзывчивого к новым веяниям, идеям и движениям. Полученные нами данные были проанализированы, и мы пришли к заключению, что восприимчивость участвующих в фестивале редко выходит за рамки уже имеющихся у них интересов. Участники в основном не нацелены на преодоление существующих правил, как это было задумано создателями «Ресторанного дня». Главной целью участников «Ресторанного дня» в Санкт-Петербурге является презентация себя и коммерческий интерес.

Тем не менее «Ресторанный день» несет в себе большой творческий потенциал, и может быть применен в различных целях. Концепция фестиваля предполагает свободу от коммерческих, политических, религиозных интересов, но в России мы наблюдаем как некоторые организации с помощью «Ресторанного дня» привлекают внимание к социальным проблемам. Фестиваль становится посредником, безопасной площадкой для общения и встречи разных социальных групп. Комфортно на нем себя чувствуют дети – ресторанные дни, например, организуют школы и общественные центры в Санкт-Петербурге. Это еще раз подтверждает культурную и социальную значимость проекта.

Проект «Ресторанный дом», попытка реализации которого была проведена автором исследования, была использована в рамках коммуникативной функции фестиваля, как попытка установить отношения с соседями. Реализация задуманной идеи не удалась в полном объеме, но были сделаны необходимые выводы. Положительный эффект от попытки вызвать активность жителей дома состоит в том, что они могут увидеть наличие социальной и культурной активности в месте, где они живут. В этом видится потенциал развития соседского сообщества.

Выносимый на защиту проект «Десертация», созданный в рамках «Ресторанного дня», был задуман и реализован как однодневное эдьютеймент-кафе. Цель этого проекта – вовлечь посетителя в коммуникацию с ресторатором на тему высшего образования и научных интересов. Подобное приглашение к общению имеет образовательную функцию и может проводиться в форме игры и сочетания кулинарии и образования. Опыт реализации проекта показал, что предлагаемый формат интересен посетителям. Были учтены недочеты и доработана концепция проекта.

Рекомендации дальнейшего изучения «Ресторанного дня» состоят в мониторинге его развития. В мае 2017 года основатели анонсировали возобновление фестиваля в формате «1 раз в 3 месяца». Дальнейшие разработки темы могут быть связаны с решением проблем, которые стоят перед фестивалем – это, в первую очередь, вопрос о легитимности. В Санкт-Петербурге фестиваль имеет тенденцию к коммерциализации, и путь решения этой проблемы тоже может стать предметом исследования. По нашему мнению, коммерциализация приведет к нивелированию идей фестиваля, и в России с его помощью не удастся ничего изменить, как это произошло в Финляндии. Также для формирования более полного представления о фестивале необходимо исследование его экономического потенциала, о котором в данном исследовании мы упомянули только косвенно.

Мы также считаем, что «Ресторанный день» - это только часть мировой кулинарной культуры. Целесообразно изучение его влияние на развитие этой культуры и преобразующее значение для культурной дипломатии, и общества в целом.

Литература

Монографии

1. Инглхарт Р., Вельцель К. Модернизация, культурные изменения и демократия: Последовательность человеческого развития М.: Новое издательство, 2011. – 464 с.

Научные статьи

2. Агапов М.Г., Поплавский Р.О., Черепанов М.С. Социокультурные сообщества в условиях (де)модернизации // Вестник археологии, антропологии и этнографии. 2014. № 3 (26)
3. Вахштайн В.С. К концептуализации сообщества: еще раз о резидентности или работа над ошибками // Социология власти. 2014. № 3. С. 8–26.
4. Кирдина С.Г. «Социокультурный и институциональный подходы как основа позитивной социологии в России» Социологические исследования. 2002. № 12. С. 23-33
5. Никитина Г.В. Социальная практика как педагогическое понятие // Актуальные задачи педагогики: материалы Междунар. науч. конф. Чита: Издательство Молодой ученый, 2011. – С. 33-35.
6. Резник Ю.М. Социокультурный подход как методология исследований. Вопросы социальной теории. 2008. Том II. Вып. 1(2)
7. Тюгашев Е.А. Социокультурный подход: эпистемологический статус и содержание // Сборник «Социальные взаимодействия в транзитивном обществе» // Сборник научных трудов. Выпуск XIII. Новосибирск: НГУЭУ, 2011. – 338 с.
8. Шугальский С.С. Социальные практики: интерпретация понятия // ЗПУ, 2012. №2. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnye-praktiki-interpretatsiya-ponyatiya>. (дата обращения 05.05.2017)

Учебные пособия

9. Вершловский С.Г. Метод наблюдения в педагогике. СПб: 2011. – 60 с.
10. Вершловский С.Г., Матюшкина М.Д. Анкетный опрос в социально-педагогическом исследовании // Школа молодого исследователя. СПб: Академия постдипломного педагогического образования, кафедра педагогики и андрагогики, 2005.

Нормативно-правовые акты и документы

11. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях (ред. от 02.06.2016). Статья 20.2. Нарушение установленного порядка организации либо проведения собрания, митинга, демонстрации, шествия или пикетирования (в ред. Федерального закона от 08.06.2012 N 65-ФЗ)
12. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 N 195-ФЗ (ред. от 17.04.2017) (с изм. и доп., вступ. в силу с 18.05.2017). Статья 14.1. Осуществление предпринимательской деятельности без государственной регистрации или без специального разрешения (лицензии).
13. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 N 146-ФЗ (ред. от 28.12.2016). Статья 116. Нарушение порядка постановки на учет в налоговом органе.
14. Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 N 63-ФЗ (ред. от 17.04.2017). Статья 171. Незаконное предпринимательство.

Интернет источники

15. Частная школа Санкт-Петербурга [текст] // Школа Эпиграф [сайт]. URL: <http://epigraph.spb.ru/home/> (дата обращения 7.05.2017)
16. Штрейс И. Ресторанный день: как это было // RESTOCLUB [сайт]. URL: <https://www.restoclub.ru/spb/review/foodtrip/restorannyj-den-kak-jeto-bylo> (дата обращения 5.05.2016)

Интернет Журналы

17. Иностранный опыт: Как власти Хельсинки поддерживают молодых рестораторов // The Village [сайт]. URL: <http://www.the-village.ru/village/food/cuisine/129331-ville-relander> (дата обращения 19.11.2015)
18. Комментарий: Участницы Дня ресторанов о вечере в полиции // The Village [сайт]. URL: <http://www.the-village.ru/village/city/situation/134779-restoranny-den> (дата обращения 27.11.2016)
19. Самые интересные кафе на «Ресторанном дне» // The Village [сайт]. URL: <http://www.the-village.ru/village/food/food-guide/176121-gid-po-restodnyu> (дата обращения 16.02.2016)
20. Участники «Ресторанного Дня» об открытии постоянных кафе // The Village [сайт]. URL: <http://www.the-village.ru/village/food/restaurants/138923-III> (дата обращения 17.05.2017)
21. Фудшеринг в Германии и в России: кто, где и как раздает еду бесплатно // SNC media [сайт] URL: <http://www.sncmedia.ru/food/fudshering-v-germanii-i-v-rossii-kto-gde-i-kak-razdaet-edu-besplatno/> (дата обращения 14.05.2017)

Тексты СМИ

22. Галеева В. «Ресторанный день» по-русски: трудности перевода // Фонтанка Ру [интернет газета] URL: <http://www.fontanka.ru/2013/08/28/165/> (дата обращения 28.03.2016)
23. Иванова Т. От курабье с укропом до десерта итальянских монахов: что попробовать на Ресторанном дне в ноябре // Бумага [интернет газета] URL: <http://paperpaper.ru/restoday-november/> (дата обращения 20.11.2015)
24. Панфилова А. Власти Петербурга приготовились штрафовать участников "Ресторанного дня" // Life новости [новостной канал] URL: <https://life.ru/t/%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D1%81%D1%82>

[%D0%B8/411033/vlasti_pietierburgha_prighetovilis_shtrafovot_uchastniko_v_riestorannogho_dnia](#) (дата обращения 21.05.2016)

Иноязычные источники

Монографии

25. Tuula Kuosa. Finnish fingerprints. A hundred years, a hundred stories. 2016.
URL: <https://www.amazon.com/Finnish-fingerprints-hundred-years-stories/dp/9529379609> (дата обращения 2.05.2017)

Диссертации и авторефераты

26. Istvan Gergo Lang. SCALABILITY OF A NON-PROFIT ORGANIZATION - THE CASE OF RESTAURANT DAY Studying the case of Restaurant Day // Master's thesis MScSocSc in Management of Creative Business Processes, Copenhagen Business School. 2016
27. Martikainen Outi. Citizen Generated Social Innovation – A Case Study of Restaurant Day Kansalaisten tuottama sosiaalinen innovaatio – tapaustutkimus Ravintolapäivästä. 2014. URL: <https://aaltodoc.aalto.fi/handle/123456789/14454> (дата обращения 12.03.2016)
28. Merenheimo Janina. Re-appropriation of urban space through consumption. Markkinoinnin laitos Department of Marketing. URL: <https://aaltodoc.aalto.fi/handle/123456789/18334> (дата обращения 12.03.2016)
29. Sabrina Fetz, Katrin Fieseler. I pop up, you pop up, we pop up. An Empirical Excursion into the World of the Pop-Up Phenomenon in Copenhagen's Gastronomy Industry. Management of Creative Business Processes Copenhagen Business School. 2014.

Интернет источники

30. City of Helsinki [сайт] URL: <http://en.uuttahelsinki.fi/news/timo-santala-head-helsinkis-food-culture-strategy>

31. Food culture // Visit helsinki [сайт] URL: <http://www.visithelsinki.fi/en/professional/why-helsinki/12-reasons-to-visit/food-culture> (дата обращения 16.04.2017)
32. Restaurant Day [сайт] URL: <http://www.restaurantday.org/en/info/about/> (дата обращения 5.11.2015)
33. Search for a restaurant day event [интерактивная карта] URL: <http://beta.njomnjom.com/> (дата обращения 18.05.2017)
34. Understanding Cities Through Urban Gastronomy // Citylab [сайт] URL: <http://www.citylab.com/navigator/2016/12/activating-the-city-through-urban-gastronomy/511427/> (дата обращения 11.03.2016)
35. Visit helsinki [сайт] URL: www.visithelsinki.fi/ru/nasladites/kafe-i-restorany/restoranny-den-prevratil-process-edy-v-karnaval+&cd=1&hl=ru&ct=clnk&gl=ru (дата обращения 17.06.2016)
36. World Values Survey [сайт] URL: <http://www.worldvaluessurvey.org/wvs.jsp> (дата обращения 3.04.2017)

Интернет журналы

37. On Restaurant Day in Helsinki, Unofficial Pop-up Eateries Take Over Everything from Home Kitchens to Tattoo Shops // Smithsonian [сайт] URL: http://www.smithsonianmag.com/travel/restaurant-day-helsinki-unofficial-pop-eateries-take-over-everything-home-kitchens-tattoo-shops-180963276/?utm_content=buffer61179&utm_medium=social&utm_source=facebook.com&utm_campaign=buffer (дата обращения 13.05.2017)
38. Top 25 des projets urbains qui ont marqué Montréal – lequel est votre préféré? [статья] // Journal Metro [сайт] URL: <http://journalmetro.com/actualites/montreal/900090/top-25-des-projets-urbains-qui-ont-marque-montreal-lequel-est-votre-prefere/> (дата обращения 17.06.2016)

Тексты СМИ

39. Frank Bruni. The Now-You-See-It Restaurant // N.Y. TIMES. 2011. URL: <http://www.nytimes.com/2011/01/05/dining/05temp.html?pagewanted=all&r=0> (дата обращения 5.04.2016)

Видеофайлы

40. Restaurant day - a worldwide food carnival: Timo Santala at TEDxTurku // youtube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=OZIT8YHk16k> (дата обращения 16.03.2016)

Социальные сети

41. 4-year old Vjørnstjerne opened his own pop-up restaurant on Saturday's Restaurant Day in Oslo // facebook [видео] URL:

<https://www.facebook.com/restaurantday/posts/1299972706748312>

42. Every day is Restaurant Day now. URL:

<https://www.facebook.com/notes/restaurant-day/every-day-is-restaurant-day-now/1056812087731043> (дата обращения 19.05.2016)

43. Facebook [статья] URL:

https://www.facebook.com/restaurantday/?hc_ref=NEWSFEED (дата обращения 7.11.2015)

44. Facebook [статья] URL:

<https://www.facebook.com/restaurantday/posts/1346069448805304:0> (дата обращения 6.04.2017)

45. Facebook event URL:

<https://www.facebook.com/events/256907478058864/permalink/256914814724797/> (дата обращения 14.04.17)

46. Restaurant Day Instagram [сайт] URL:

<https://www.instagram.com/restaurantday/> (дата обращения 7.11.2015)

47. Restaurant Day Twitter [сайт] URL: <https://twitter.com/restaurantday> (дата обращения 7.11.2015)