Санкт-Петербургский государственный университет

**ПУЗЫНЯ Екатерина Дмитриевна**

**Выпускная квалификационная работа**

**Социальное значение баров в городском пространстве: социальные практики и взаимодействия**

Бакалавриат

390301 «Социология»

СВ.5056 «Социология»

Научный руководитель:

доцент кафедры культурной

антропологии и этнической социологии,

кандидат социологических наук

 Ивлева Ирина Владимировна

 Рецензент: доцент кафедры

 теории и истории социологии,

кандидат социологических наук

Миронов Денис Викторович

Санкт-Петербург

2023

Оглавление

[Введение 3](#_Toc135140842)

[Глава 1: Бары как социальное пространство городской среды 7](#_Toc135140843)

[1.1. Понятие социального пространства в социологии. 7](#_Toc135140844)

[1.2. Бар как третье место 17](#_Toc135140845)

[1.3. Заведения общественного питания в социально-исторической перспективе 29](#_Toc135140846)

[Глава 2. Результаты эмпирического исследования баров 37](#_Toc135140847)

[2.1. Методология и обоснование метода 37](#_Toc135140848)

[2.2. Результаты проведенного наблюдения 38](#_Toc135140849)

[Заключение 76](#_Toc135140850)

[Список литературы 79](#_Toc135140851)

[Приложение 1. Гайд для интервью 83](#_Toc135140852)

[Приложение 2. Интервью 1. 84](#_Toc135140853)

[Приложение 3. Интервью 9. 90](#_Toc135140854)

# **Введение**

В рассмотрении феномена «города» и городского пространства в социальной науке существует множество подходов. Одним из наиболее востребованных в современной урбанистике подходов является конструктивистский подход, в рамках которого город представляется как среда жизни, определяемая социальными взаимодействиями и конструируемая социальными практиками. Также и городское пространство в данном подходе рассматривается как социальное, которое, согласно теории П. Бурдье, является конструируемой в процессе социальных взаимодействий динамичной структурой позиций, определяемых неравномерно распределенными видами капиталов, и диспозиций, образующих габитус, который реализуется в социальных практиках (Бурдье, 2007). Город – это и физическое, и социальное пространство одновременно. Он вмещает в себя множество различных публичных мест, которые становятся, как и он сам, пространствами социальных взаимодействий и практик. Множество из таких мест призвано удовлетворять человеческую потребность в досуге, в частности через участие в неформальной общественной жизни. Понятие для такого типа мест было разработано американским социологом Р. Ольденбургом, который обозначил их как «третьи места». Они представляют собой места отдыха, развлечений и неформального общения, что делает их важной частью повседневной и социальной жизни жителей города. Кроме того, по его мнению, особые важные функции, которые выполняют «третьи места», не могут выполнять никакие другие институции (Ольденбург, 2014, c. 9). Определенную нишу среди всевозможных «третьих мест» во многих городах занимают бары. Они, как и любое публичное место, всегда связаны с социальным пространством и взаимодействиями. Бары – это общественные заведения, оборудованные барной стойкой, и предлагающие в зависимости от специализации алкогольные и безалкогольные напитки, а также закуски. В городе можно найти бары различных форматов, отличающихся друг от друга ассортиментом предлагаемых напитков и блюд, внутренней обстановке (интерьер, музыка, освещение), по уровню и специфике обслуживания потребителей, а также по организации досуга (развлечений).

**Цель** данного исследования – определить социальное значение баров.

Понятие социального включает в себя набор различных социальных практик, социальных влияний, отношений и взаимодействий между индивидами, группами и сообществами, что подразумевает рассмотрение коллективной деятельности и коммуникации. «Социальность выражается в способности человека выполнять разнообразные социальные функции в составе различных групп, играть определенные общественные роли, подчиняться требованиям общественного мнения…она может быть рассмотрена как проблема реального возникновения и воспроизводства социальных явлений, когда общество выступает как реальная среда и особая организационная форма социальных действий» (Токарева, 2010, c. 20). Таким образом, под социальным значением баров в данной работе понимаются результаты реализации деятельностных и коммуникативных взаимодействий людей и практик, осуществляемых ими в пространстве бара.

**Актуальность** исследования обуславливается преобладанием одностороннего количественного изучения индустрии общественного питания, частью которой в частности являются бары, что является причиной недостаточной степени изучения их социального значения и функций, несмотря на то, что посещение баров является одной из наиболее популярных форм досуговой деятельности, что говорит о том, что они играют немалую роль в социальной жизни города.

**Объектом** исследования являются посетители баров, люди, имеющие опыт посещения баров, а также социальное пространство баров в целом.

**Предметом** исследования служат социальные взаимодействия и практики, осуществляемые посетителями баров.

Для достижения цели исследования необходимо было выполнить следующие **задачи**:

1. Определить особенности формирования социального пространства и локусов взаимодействия;

2. Охарактеризовать бары с точки зрения концепции «третьего места»;

3. Рассмотреть роль заведений общественного питания в социально-исторической перспективе;

4. Выявить особенности восприятия современного барного пространства посетителями;

5. Описать характерные черты социального пространства, формирующегося в рамках баров.

**Основные гипотезы:**

1) Бары будут различаться по степени соответствия критериям «третьего места»;

2) На характер социальных взаимодействий, возникающих в пространстве бара, влияют в первую очередь физические характеристики места.

**Теоретические основания исследования**:

В качестве основной концепции рассматривается концепция «Третьего места» Р. Ольденбурга. Помимо этого, для создания более емкого определения социального пространства и составляющих его социальных взаимодействий и практик были использованы концепции П. Бурдье, Э. Гидденса и П. Сорокина.

**Эмпирическую базу исследования** составляют результаты наблюдений в барах Санкт-Петербурга и интервью с людьми, имеющими опыт посещения баров. Сбор эмпирического материала проводился в марте-апреле 2023 года.

В качестве поля для наблюдения были выбраны три бара разных форматов: пивной бар «Толстый Фраер», коктейльный бар «Контакт Бар» и гастробар «Бар Культуры и Отдыха». Выбор данных баров был обусловлен их отличающимся друг от друга характером, что позволяет рассмотреть множественные разнообразные виды и стратегии взаимодействий и практик, осуществляемые их посетителями. Всего было проведено 3 неформализованных наблюдения с целью выделения характерных черт социального пространства в барах разного типа, а также проверки степени соответствия этих баров критериям «третьего места».

В рамках интервью информантами выступали люди, имеющими опыт посещения баров, а также действующие и бывшие сотрудники. Интервью, главным образом, было сфокусировано на восприятии информантами барного пространства, личном опыте посещения баров, в том числе тех, в которых было проведено наблюдение, включенности практики посещения баров в повседневную жизнь и характере взаимодействия с другими посетителями и сотрудниками бара. Всего было проведено 10 полуструктурированных интервью. На основе совокупности полученных данных сделаны выводы о социальном значении баров.

**Структура работы**:

В первой главе рассмотрены подходы к определению социального пространства, социальных взаимодействий и практик в социологии, сформулировано описание баров с точки зрения концепции «третьего места», а также рассмотрены историко-социологические подходы в изучении заведений общественного питания. Во второй главе приводятся результаты эмпирического исследования социального пространства баров.

## **Глава 1: Бары как социальное пространство городской среды**

# ***1.1. Понятие социального пространства в социологии.***

Основными подходами к определению понятия социального пространства являются структуралистский конструктивизм П. Бурдье и теория структурации Э. Гидденса.

Социальное пространство, согласно концепции П. Бурдье, - это пространство социальных отношений, имеющее определенную структуру, в которой каждый человек занимает свое определенное положение. Социальное пространство – это также силовое поле, представляющее собой множество объективных отношений власти, под действие которых попадают все, кто входит в это поле (Бурдье, 2007, c. 14). Социальное пространство формируется различными видами власти или капитала (экономический, культурный, социальный, символический). Каждый из этих видов капитала в соответствующем социальном поле определяет влияние и власть, и позиция данного агента в социальном пространстве зависит от позиций в различных полях (Сокулер, 2003, c. 23). Таким образом, социальное пространство, в представлении П. Бурдье, – это совокупность положений, занимаемых социальными агентами. При этом оно состоит из множества полей, структурированных пространств положений или позиций, определяющих основные свойства самих полей.

Говоря о соотношении социального и физического пространства, Бурдье указывает на то, что структура социального пространства, как правило, непременно отражается на физическом. Так в иерархизированном обществе физическое пространство также будет выстроено иерархизировано и будет выражать социальную дистанцию в форме естественных различий и дистанций, и власть в социальном пространстве, обеспечиваемая капиталом, будет иметь пространственное выражение в виде определенной собственности, так как потребление физического пространства – одна из форм выражения власти. Структуры социального пространства вписаны в физическое пространство: социальные субъекты конституируются как таковые своим местом в социальном пространстве, и вещи, присвоенные благодаря этому месту, также оказываются расположенными в социальном пространстве. В итоге социальное пространство проявляется как распределение в пространстве благ, услуг и социальных агентов.

Также Бурдье отмечает, что длительное пребывание в определённом пространстве, а также постоянные контакты и взаимодействия с людьми, также проживающими там, т.е. обладающими своим местом в этом же пространстве, может способствовать формированию определенного габитуса. Габитус представляет собой ««систему устойчивых и переносимых диспозиций, структурированные структуры, предрасположенные функционировать как структурирующие структуры, т. е. как принципы, порождающие практики и представления…» (Бурдье, 2001, c. 102). Иначе говоря, габитус – «система представлений и оценок, которые позволяют социальным агентам действовать, чувствовать и думать определенным образом, в соответствии с позицией, которую они занимают в социальном пространстве». Это «приобретенная система предпочтений, принципов, взглядов и различий, когнитивных структур и схем действий, которые направляют восприятие ситуации» (Квасова, 2009, c. 10). Структура, продуктом которой является габитус, порождает практики и управляет ими. Габитус – «искусство изобретения», он позволяет производить большое число, хоть и ограниченных в своем разнообразии, практик. «Будучи продуктом определенного класса объективных закономерностей, габитус стремится порождать «разумные» способы поведения, идущие от «здравого смысла», допустимые в рамках этих и только этих закономерностей». Также габитус стремится исключить «безумство», т.е. поведение, несовместимое с объективными условиями, проявление чего-либо нового и непривычного (Бурдье, 2001, c. 108). Практики же стремятся воспроизвести эти закономерности, при этом соотносясь с требованиями, определяемыми когнитивными и мотивирующими структурами, входящими в состав габитуса (Там же, c. 109). Практики определяют образ мыслей и поведения в соответствии с индикаторами «приемлемого» или «неприемлемого», тем самым заставляя социальных субъектов приспосабливаться к настоящему и будущему (Шугальский, 2012, c. 276). Таким образом, социальные практики - устойчивая форма реакции, действия, восприятия определенных социальных явлений, напрямую зависящая от ценностных ориентаций и приоритетов индивида или группы. Они представляют собой содержание и результат деятельности агентов. В них включены социальные действия и коммуникации, возникающие в результате взаимодействий агентов.

Социальные взаимодействия являются важным элементом любого социального пространства. Согласно теории социального взаимодействия П. Сорокина, во взаимодействии выделяются следующие составляющие элементы: во-первых, наличность двух или большого числа индивидов, обусловливающих переживания и действия друг друга; во-вторых, наличность действий, посредством которых они обусловливают взаимные переживания и поступки; и в-третьих, наличность проводников, передающих действие или раздражение актов от одного индивида к другому. Таким образом, социальное взаимодействие может считаться таковым, когда изменение психических переживаний или внешних действий одного индивида вызывается переживаниями и внешними актами другого или других (Антоновский, Бараш, 2021, с. 538-539).

Наличие тесной взаимосвязи между переживаниями или действиями обоих взаимодействующих лиц – то, что отличает социальное взаимодействие от социальных контактов. При осуществлении контактов происходит обмен информацией, материальными или духовными ценностями, но при этом не происходит влияния на поведение друг друга. Я. Щепаньский определяет социальный контакт как систему, в которую входят по меньшей мере два лица, какая-нибудь ценность, которая становится основой контакта и взаимодействия, касающиеся этой ценности. В ходе контакта взаимодействие касается скорее той ценности, на почве которой происходит контакт, чем личностей вступающих в контакт индивидов. Что же касается социальных взаимодействий, они развиваются на основе социальных контактов. Их цель – своими действиями вызвать определенную реакцию со стороны партнера, которая в свою очередь вызывает реакцию воздействующего (Щепаньский, 1969, с. 83). В отличие от контактов социальные взаимодействия, т.е. серии социальных действий, совершаются не только в определенных условиях, но и с учетом ситуации их реализации: социальные действия всегда являются сознательными и целенаправленными, они порождают ответные реакции, тем самым превращаясь во взаимодействия. Субъекты социального взаимодействия руководствуются взаимными ожиданиями, исходящих из оценки статуса, роли и социального положения друг друга, а также из существующих общепризнанных норм поведения. Таким образом, социальное взаимодействие представляет собой систематически устойчивое выполнение тех или иных действий, направленных на партнера для того, чтобы вызвать определенную ожидаемую ответную реакцию с его стороны, которая, в свою очередь, вызовет реакцию воздействующего (Кандаурова, 2013). Также, по мнению Я. Щепаньского, следует отличать социальные взаимодействия от социальных действий, которые являются действиями одного индивида с целью изменить установки, стремления и функции другого, так как не все социальные действия приводят к интеракции или взаимодействию (Щепаньский, 1969, c. 84).

Возвращаясь к концепции П. Сорокина, стоит обратить внимание на такой элемент социального взаимодействия, как проводники - то, что передает действие или, иначе говоря, «психику» одного индивида другому. Проводники передают влияние или раздражение, идущее от одних людей к другим, они дают возможность влиять друг на друга в том случае, если взаимодействующие индивиды отделены друг от друга большим пространством. Под проводниками взаимодействия следует понимать «все те средства, при помощи которых раздражение, идущее от одних людей, доходит до других». Это могут быть звуковые проводники (человеческая речь, музыка, звуковые сигналы), светоцветовые проводники (письменность, живопись, фонари, эмблемы на одежде и т.д.), двигательные проводники (движения тела, рук, мимика, жесты), предметные проводники (предметы, сигнализирующие или символизирующие переживания: красный флаг, скипетр с державой, деньги и т.д.), а также тепловые, электрические, химические и механические проводники (Сорокин, 1994, c. 17-22).

Сорокин предложил следующую классификацию форм социальных взаимодействий:

В зависимости от количества индивидов, участвующих во взаимодействии, выделяются:

1. Взаимодействия между двумя индивидами

2. Взаимодействия между одним индивидом и многими индивидами

3. Взаимодействие между многими и многими

В зависимости от качества индивидов выделяются:

1. Взаимодействие одностороннее и двустороннее. Одностороннее взаимодействие – такое взаимодействие между двумя лицами, при котором первое лицо влияет на поведение второго, а второе не оказывает влияния на поведение первого. Двустороннее взаимодействие подразумевает, что оба лица оказывают влияние на поведение друг друга.

2. Взаимодействие солидарное и антагонистическое. Солидарное – взаимодействие подразумевает совпадение стремлений и интересов обеих сторон, при этом одна сторона не только не мешает, но и может помогать достижению стремлений другой стороны. Антагонистическое же есть такое взаимодействие, где одна сторона мешает или препятствует осуществлению стремлений другой стороны. Так члены солидарного общества равны друг другу, не угнетают и не принижают друг друга, в то время как в антагонистическом обществе присутствует неравенство, вражда, угнетение, принуждение и насилие.

3. Кратковременное и длительное. Кратковременные взаимодействия возникают быстро и так же быстро прекращаются. Длительно взаимодействующие люди же наоборот влияют на поведение друг друга в течение многих лет.

4. Организованное и неорганизованное. В организованном взаимодействии взаимное поведение людей совершается по определенному, повторяющемуся шаблону или порядку, права и обязанности членов четко определены, каждый знает, что и как он должен делать. В неорганизованном нет какого-либо строгого порядка, четкого разграничения прав и обязанностей, а также устойчивости и шаблонности во взаимоотношениях индивидов.

5. Сознательное и бессознательное. Здесь подразумевается четыре формата взаимодействия, а именно: 1) Индивид А действует сознательно; В отвечает на его действия (реагирует) также сознательно. 2) Обе взаимодействующие стороны действуют бессознательно. 3) А бессознательно совершает акт. В сознательно реагирует 4) А сознательно совершает акт; В бессознательно реагирует.

6. Интеллектуальное, чувственное и волевое. Интеллектуальное взаимодействие – это обмен идеями; Чувственное – обмен чувствами и эмоциями; Волевое – обмен волевыми решениями и приказами, требующими или предлагающими исполнения определенных велений (Сорокин, 1994 c. 22 – 25).

Сорокин понимает под обществом или социальной группой совокупность взаимодействующих людей, и также называет такую совокупность коллективным единством (коллективом), из чего следует, что всякое общество или всякая социальная группа также понимается Сорокиным как коллективное единство. Чем теснее взаимодействие, тем сильнее люди влияют друг на друга: поступки и переживания каждого из них сильнее отражаются на поступках и переживаниях остальных, что и дает основание рассматривать взаимодействующих лиц как коллективное целое в силу связанности и зависимости их поведения (Сорокин, 1994, c. 27).

Э. Гидденс, опираясь на концепцию социальных взаимодействий И. Гофмана, выводит следующую типологию форм взаимодействия: встречи (сборища), общественные события (мероприятия), нефокусированное и фокусированное взаимодействия. Сборища подразумевают сосредоточение двух или более индивидов в контексте соприсутствия, при этом под «контекстом» понимаются «диапазоны» или «участки» пространства-времени, где происходят конкретные встречи. «Сборища предполагают обоюдный рефлексивный мониторинг поведения, осуществляемый посредством соприсутствия...встречи могут принимать свободную и скоротечную форму, как, например, мимолетный обмен «дружескими взглядами» или приветствиями в коридоре» (Гидденс, 2003, с. 124). «Общественные мероприятия» представляют собой более формализованные контексты встреч множества индивидов. Как правило, они четко ограничены по времени и в пространстве. Мероприятия характеризуются наличием специальных видов фиксированного материального «оснащения» (специальные столы, стулья и т.п.). В рамках мероприятий обеспечивается «структурирующий социальный контекст», в условиях которого встречи проводятся периодически, а модель поведения носит формальный и преднамеренный характер. К этому типу взаимодействий относятся все рутинные, стандартные аспекты повседневной жизни, например, рабочий день в офисе. Помимо этого, сюда также можно отнести и нестандартные социальные события (вечеринки, спортивные мероприятия и т.п.). Контекстуальные характеристики скоплений в рамках социальных мероприятий или вне их можно разделить на две группы: несфокусированные и фокусированные взаимодействия. К несфокусированному взаимодействию относится совокупность «телодвижений и сигналов, которые сообщаются между индивидами, соприсутствующими в рамках определенного контекста». Это подразумевает простую осведомленность акторов о присутствии в данном пространственном диапазоне других субъектов деятельности. При фокусированном же взаимодействии два или более индивидов координируют свои действия посредством непрерывного пересечения выражений лиц и голосов, т.е. непосредственным обменом реплик и реакций. Фокусированное взаимодействие таким образом четко разграничивает тех, кто участвует в нем и тех, кто соприсутствует. Стоит также отметить, что один диапазон физического пространства может одновременно быть местом действия нескольких социальных событий, состоящих из разнообразных встреч и сосредоточений индивидов, но, как правило, в пределах этого диапазона присутствует одно нормативно санкционированное доминирующее социальное событие, подчиняющее себе другие мероприятия (Там же, с. 126).

Таким образом, социальная жизнь постоянно воспроизводится во времени и в пространстве социальных взаимодействий и практик. Отсюда социальное пространство представляет собой систему координат, определяющую взаимодействие индивидов в определенной ситуации. При этом свойства социального пространства меняются в процессе повседневного взаимодействия (Васильева, 2009, с. 75). Социальные субъекты, или акторы, конституируют социальную жизнь, или, иначе говоря, воспроизводят социальные практики, в определенном месте и в определенное время. Основной характеристикой места, или, если использовать понятие Э. Гидденса, локуса, в социальном пространстве служат отношения агентов взаимодействия по поводу пространственной среды места. Любое социальное действие повторяется в одном и том же месте, а место в свою очередь определяет локальные требования к действию (Горин, 2001). В рамках определенного социального пространства существуют «местные» способы оценки и интерпретации индивидуальных или групповых стратегий поведения акторов, и для того, чтобы достичь признания среди участников взаимодействия, индивиду требуются определенные навыки, позволяющими ему действовать наиболее эффективно. Границы локуса символичны, они становятся очевидны только в процессе социального взаимодействия. Существование в определенном локусе социального пространства подразумевает уметь распознавать и правильно интерпретировать язык символов пространственной среды. Предметная среда локуса имеет особую грамматику, которую агенты прочитывают, как правило, на неосознанном уровне, возникает «чувство места», дающее возможность приблизительно предсказывать последствия поступков индивида и реакцию на них других агентов взаимодействия, и таким образом обеспечивается определенная безопасность и комфортность взаимодействия. То относится и к различного рода публичным местам, которым соответствует своя версия социальности. Как пишет Е. Здравомыслова, «за каждым местом в физическом пространстве, освоенным людьми, закрепляется свойственный ему режим коммуникации, предполагающий представление об уместном и наделенный интерсубъективным смыслом» (Здравомыслова, 2009, с. 664). «Информация, которую дает нам пространственная среда локуса, актуализирует связанный с подобными «местами» опыт, включающий в себя модели взаимодействия «по поводу» данной среды и алгоритмы ситуативного выбора той или иной модели», при этом этот опыт постепенно обогащается» (Васильева, 2009, с. 77). Так, по мнению Б.В. Маркова, вещи и само устройство того или иного места, будь то дом или заведение общепита, образуют своеобразный организм, воплощающий моральный порядок, овеществляющий или обозначающий систему ценностей общества (Марков, 1999, с. 189). Ключевым стимулом конструирования локуса является безопасность и доверие, которое основывается на возможности идентификации. В том или ином контексте имеют место быть определенные, сложившиеся за достаточно большой период времени, пространственные реплики, которые вызывают такую же определенную и укоренившуюся среди агентов реакцию. «Временная последовательность телодвижений, разговоров, физическая среда взаимодействия, расположение и передвижение в ней и многое другое позволяют агентам произвести некий обоюдный мониторинг поведения» (Там же, с. 78). Тем самым действия в рамках локуса имеют автоматизированный характер и не вербализируются самим агентом.

Таким образом, для того, чтобы определить, в чем выражается социальное значение баров, необходимо сконцентрировать внимание на социальном пространстве бара как на особой организационной форме локализированных социальных отношений, состоящих из взаимодействий определенного характера между субъектами (акторами) и осуществляемых ими практик. Это подразумевает необходимость сфокусироваться на результатах деятельностных и коммуникативных взаимодействий между индивидами, соучаствующими и соприсутствующими в рамках определенного контекста или диапазона физического пространства, в данном случае являющегося помещением бара.

# ***1.2. Бар как третье место***

Третье место – концепция, сформулированная американским социологом Р. Ольденбургом. «Третье место — это родовое понятие для большого разнообразия публичных мест, в которых происходят регулярные, неформальные, добровольные, радостно ожидаемые встречи индивидов вне рамок дома и работы» (Ольденбург, 2014, с. 58). Это пространство, где человек может осуществлять деятельность любого плана, при этом будучи свободным от рамок офиса и повседневного быта (Пестова, 2017, с. 183). Третьи места могут быть предназначены для учебной или рабочей деятельности и деловых встреч (коворкинги, библиотеки и пр.), а также представлять собой места досуга, встреч с друзьями, отдыха и тусовок (кофейни, антикафе, бары, пабы, лофты и пр.). Третье место, по мнению Р. Ольденбурга, является одним из мест, являющихся «опорой» человека в его повседневной жизни. Первым и самым важным местом для него является дом, он оказывает большое и первоначальное влияние на его развитие. Второе место – рабочее окружение, где человек реализует себя с точки зрения конкретной производительной роли. Оно обеспечивает человека средствами к существованию, улучшает материальное качество жизни, и именно от места работы в повседневной жизни, как правило, зависит то, как человек распределяет свое время. Сейчас, конечно, имеют место быть случаи, где первое и второе места являются единым целым, но преимущественно все же дом и работа для современного горожанина – две разные сферы и два отдельных места, различающиеся физически, морально и духовно. «Третье место» является третьим в концепции Р. Ольденбурга согласно наиболее частовстречающейся системе приоритетов индивидов, где дом занимает главное место, а работа рассматривается как более важное занятие, нежели встречи с друзьями, коллегами и другими людьми (Ольденбург, 2014, с. 58). В целом же понятием «места» с антропологической точки зрения интересовались М. Оже и М. Де Серто. М. Серто считает, что следует разграничивать понятия «место» и «пространство». Под первым он понимает порядок любого рода, в соответствии с которым выстраиваются элементы, связанные отношениями сосуществования. Каждый элемент занимает четко определенное положение, и, таким образом, место представляет собой конфигурацию положений в данный момент, являясь тем самым показателем стабильности. В случае с пространством учитываются показатели времени, скорости и направления, т.е. оно состоит из подвижных элементов. Оно зависит от условий и изменяется в зависимости от смены контекстов. Пространство – практикуемое место. Таким образом, место детерминируется через объекты, неподвижные предметы, в то время как пространство детерминируется через операции, которые в свое время определяют его через поступки исторических субъектов (Серто, 2013, с. 218). М. Оже рассматривает «место» как конкретную и символическую конструкцию пространства, «которое само не размещает в себе противоречия и перипетии общественной жизни, но является точкой референции для тех из них, которые с ним связываются, каким бы скромным и ограниченным оно ни было». «Антропологическое место» – место идентичности, отношений и истории (Оже, 1992, с. 25). В противовес «антропологическому месту», которое, согласно также М. Моссу, соотносилось с культурой, локализованной в пространстве и времени, М. Оже ставит понятие «не-места» - пункты временного пребывания и промежуточного времяпрепровождения (Там же, с. 36). Он отмечает увеличение их количества в современном мире, что связано с так называемым «избытком пространства» и ускорением средств транспорта, что приводит также к концентрации городского пространства и активным перемещениям населения. Не-местами могут служить сооружения, обеспечивающие ускоренный круговорот пассажиров и грузов, например, скоростные магистрали, вокзалы, аэропорты, сами транспортные средства, также крупные торговые центры и гостиничные сети. Таким образом, «если место может быть определено как создающее идентичность, формирующее связи и имеющее отношение к истории, то пространство, не определимое ни через идентичность, ни через связи, ни через историю, является не-местом» (Там же, с. 18)

Возвращаясь непосредственно к «третьему месту», рассмотрим выделенные Р. Ольденбургом характерные ему черты:

1. Предоставление нейтральной территории. Нейтральность третьих место предполагает отсутствия какого-либо давления на индивидов: они могут приходить и уходить, когда им будет угодно, и при этом никто из них не обязан играть роль хозяина. Это позволяет также избежать нежелательного слишком тесного общения и поддержать неформальность и непринужденность отношений (Ольденбург, 2014, с. 65).

2. Выполнение «уравнивающей» функции. Третье место ввиду своей доступности для разной публики объединяет людей разных социальных статусов и положений. Оно служит для расширения контактов, побуждает к отказу от выборочного общения и позволяет проявить личностные качества (Там же, с. 67-69).

3. Беседа как основная деятельность в третьем месте. Здесь подчеркивается ценность разговоров в социальной жизни. Третье место позволяет человеку удовлетворить потребность в неформальном общении, что становится возможным благодаря нейтральности места и уравниванию. Таким образом, темперамент разговоров в третьем месте также имеет свой особый, более драматичный, открытый и свободный характер (Там же, с. 75).

4. Доступность и размещение. Третьи места должны быть легкодоступными в плане времени работы и территориального расположения. Большинство из них доступны и в рабочее, и в нерабочее время, так как они «должны стоять наготове, чтобы удовлетворить потребность людей в общении и расслаблении в промежутках до, между и после их обязательного появления где-либо еще» (Там же, с. 79).

5. Наличие завсегдатаев. Завсегдатаи – постоянные посетители, которые придают оживление месту, запускают коммуникацию между другими посетителями, вовлекая их во взаимодействие. Они формируют характер и настроение третьего места (Там же, с. 80).

6. Неприметность. Третьи места выглядят невзрачно как правило по той причине, что многие из них строятся не на месте третьих мест, а учреждений, служивших другим целям, которые в свою очередь находятся в неприметных местах, не привлекающих большого количества случайных клиентов, в то время как новые места выбирают более выгодные расположения, стремятся выделиться, стать модными, в результате чего начинается их активная коммерциализация, что, по мнению Р. Ольденбурга, лишает их статуса «истинного» третьего места. Простота служит для того, чтобы «отбить претенциозность», а также символизирует уравнивание и отказ от социальных притязаний: «Там, где есть какие-то намеки на пафос, люди начинают себя контролировать. Одни при этом будут смущаться; другие начнут выставлять себя в лучшем виде» (Там же, с. 83-84).

7. Игривый дух. Третье место имеет характер игрового пространства. У игры есть свои игровые пространства — «отчужденная земля, обособленные, выгороженные, освященные территории, где имеют силу свои особые правила. Это временные миры внутри мира обычного, предназначенные для выполнения некоего замкнутого в себе действия» (Хейзинга, 1997, c. 28). Игривости третьего места противопоставляется отчуждение и напряженность, свойственные внешнему миру. Третье место вызывает желание вернуться с помощью создаваемого там чувства игры, совместного пребывания в определенных условиях и ради какого-то важного дела, которое не вписано в скучные рамки повседневных забот (Ольденбург, 2014, с. 86).

8. Схожесть с домом. Несмотря на свою публичность, третье место может быть альтернативным домом для своих посетителей. Оно создает чувство теплоты, вызванное дружеским отношением, поддержкой и заботы, чувство легкости, включающее в себя возможность активного самовыражения и утверждения себя в среде, а также является местом, где индивид может отдохнуть и душевно восстановиться. (Там же, с. 87).

Социальное значение третьих мест заключается в извлечении посетителями определенных выгод. Ольденбург отмечает, что хоть ценность третьих мест в основном определяется пользой для отдельного человека, однако «все, что служит благу социальных существ, улучшает и их отношения с другими», и таким образом «благо, которое приносит третье место личности в целом, может считаться благом для всех» (Там же, с. 92).

Во-первых, такие места с присущими им формами социального взаимодействия создают пространство для особого социального опыта: опыта неформального общения, умения общаться и участвовать в разговорах, практикуемых в неформальной обстановке третьего места. Главные выгоды участия в жизни третьего места это:

1. Новизна – выход за рамки рутинного режима жизни «работа-дом», альтернатива более простым способам проведения свободного времени (шопинг, просмотр телепередач, чтение книг и пр.). Новизна третьих мест выражается в отсутствии планирования и организации, гибкости структуры и текучести состава присутствующих в третьем месте, что формирует ситуацию неопределенности при каждом посещении третьего места (Там же, с. 96).

2. Перспективное видение (здоровое психическое состояние). Во внешней среде присутствует минимум контактов и коммуникации между людьми, тем более малознакомыми или незнакомыми, которые окружают нас повсюду в повседневной жизни. Индивиды находятся в «неведении относительно интересов, идей, привычек, проблем, симпатий и антипатий» людей, не принадлежащих к их собственной группе», что огрубляет многие социальные отношения и может формировать агрессивную среду (Там же, c. 99). Для душевного здоровья и оптимистичного взгляда человека на жизнь невероятно важны общение и коммуникация: гармония между личностью и ее окружением перерастает в гармоничные отношения с другими. Третье место способствует формированию здорового взгляда на общество через удовольствие от неформального, душевного и свободного общения в большой группе (Там же, c. 108).

3. Поднятие духовного тонуса. Регулярные визиты в третье место способствуют формированию определенного «иммунитета» против зачастую унылого духа внешнего окружения. Воздействие третьего места заключается в поднимании духа участников и подбадривании, эффект от чего не теряется продолжительное время (Там же).

4. «Друзья комплектом» - поддержание активной дружбы с большим количеством людей, а не с отдельными индивидами. К третьим местам формируется групповая принадлежность, что позволяет большому количеству друзей встречаться и взаимодействовать друг с другом. «Коллективно встречающиеся друзья оказывают друг на друга воздействие, которого не происходит, если компания не собралась и ее члены встречаются по отдельности… чем больше группа, тем больше в ней “социализации” и тем сильнее давление избегать всех тем разговора, которые могут привести к спору или разногласию. Также большие группы оказываются эмоционально менее требовательными по отношению к индивидуальному участнику, хотя их большой размер и усиливает в индивиде чувство признания» (Там же, c. 120).

К третьим местам Ольденбург относил и различные питейные заведения, в частности английские пабы, немецкие пивоварни и американские таверны. Рассмотрим подробнее пабы как наиболее близкое к бару явление. По его мнению, пабы - третье место типичного англичанина. Описывая английские традиционные пабы, он отмечает, что они хорошо интегрированы в жизнь граждан. По мнению англичан, пабы имеют огромную символическую ценность: они отражают гражданский дух Англии, и в отличие от «символа неравенства» английских клубов, предназначенных быть местом досуга исключительно для привилегированного класса, пабы были доступны обычным людям, чем способствовали развитию современной демократии в Англии, и поэтому говорилось, что душа Англии живет в ее пабах (Там же, с. 197). Высокий уровень интеграции пабов в жизнь горожан был также результатом того, что в Англии пабы всегда являлись неотъемлемым элементом всех районов города, таким образом, у любого англичанина был свой небольшой и легкодоступный «местный паб», к которому он чувствовал принадлежность (Там же, с. 198). Это может быть обусловлено особым обустройством заведения: создание домашней и даже интимной атмосферы. Стоит сказать, что именно домашний уют в таких заведениях – ключевая причина, определяющая привлекательность культуры пабов. Обстановка пабов подходит скорее для соседей, чем для проходящих мимо случайных посетителей. По словам Бена Дэвиса, паб - это не более чем хорошее место для потребления алкоголя в окружении людей. Паб позволяет его посетителям чувствовать себя желанным гостем и испытать на себе доброжелательное отношение и гостеприимность, которое не почувствуешь, придя в банк, офис или другое более формальное место. Именно от неформальности пабов зависит формируемое в них чувство товарищества между посетителями (Там же, с. 200).

Бар (от англ. bar - название специализированной барной стойки и от франц. barre – барьер) – предприятие общественного питания, оборудованное барной стойкой и реализующее в зависимости от специализации крепкие алкогольные, слабоалкогольные и безалкогольные напитки, холодные и горячие закуски и блюда в ограниченном ассортименте, покупные товары. Термины «бар», «паб», «таверна», в большинстве случаев, рассматриваются как синонимы. Под каждым из них понимаются питейные заведения, пункты продажи алкоголя для их потребления на месте. Тем не менее, некоторые заведения позиционируют себя исключительно как «бары» или исключительно как «пабы». Согласно определению, предлагаемому в Кембриджском словаре, бар – место, где посетителям предлагают напитки, главным образом алкогольные, в то время как паб – место, также предоставляющее алкогольные и другие напитки, а также различные блюда и закуски, при этом подчеркивается, что паб – место, свойственное преимущественно Великобритании и Ирландии (Cambridge Dictionary Online [Электронный ресурс] URL: http://dictionary.cambridge.org). Ольденбург также подмечал, что паб – феномен, наиболее полно раскрывающий свою суть именно в Британии, в то время как в Америке гораздо большую распространенность получили бары (Ольденбург, 2014, с. 201). Если сослаться на словарь Мерриама-Уебстера, то здесь бар определяется как «комната (помещение) или заведение, где подают алкогольные напитки и иногда закуски», а в случае паба – это «заведение, где продаются и употребляются алкогольные напитки» (Merriam-Webster Online [Электронный ресурс]. URL: http://www.merriam-webster.com/dictionary). Таким образом, если судить по определениям в Кембриджском словаре, разница между пабами и барами может заключаться в том, что в бар предназначен исключительно для распития напитков, в то время как паб предлагает помимо напитков еще и закуски, что предполагает более длительное нахождение в заведении. В случае словаря Мерриама-Уебстера ситуация противоположная, однако здесь подмечается, что паб не может быть просто помещением в здании, что возможно в случае бара. В списке предприятий общественного питания, приведенных в ГОСТ Р 50647-94 «Общественное питание. Термины и определения» можно найти только бары, которые в свою очередь могут различаться по ассортименту реализуемой продукции или способу ее приготовления (коктейль-бар, винный, пивной бар и т.п.), а также по специфике обслуживания посетителей (караоке-бар, варьете-бар, танцевальный бар и т.п.). Можно предположить, что в таком случае пабы рассматриваются как один из видов баров. А.В. Кривицкая отмечает, что отличие заключается в том, что в баре, как правило, внимание акцентируется на крепкоалкогольных напитках и легких закусках, в то время как в пабах основным напитком принято считать пиво, а также там подают не только закуски, но и основные блюда (Кривицкая, 2022, c. 57). В медийных источниках часто бытует точка зрения, что пабы в большей степени, нежели бары, обладают чертами «третьего места». Автор блога Zythophile Мартин Корнелл пишет о том, что чувство постоянства и непрерывности, а также домашняя атмосфера не так важно для баров, в то время как для пабов они являются неотъемлемым элементом, и малейшая толика «домашнего характера» автоматически превращает бар в паб или кафе. В пабах есть завсегдатаи, в то время как в барах – только клиенты. По его мнению, «бар — это место, куда вы заходите по пути с работы домой; паб — это место, куда вы идёте, придя домой с работы» (Zythophile, [Электронный ресурс]. URL: https://zythophile.co.uk/2018/12/08/so-what-is-the-difference-between-a-pub-and-a-bar/). В целом, дискурс различий между разными питейными заведениями был присущ в большей степени Европейским странам (в особенности Великобритании и Ирландии) и Америке. В российских реалиях, главным образом, все они рассматриваются как вариации баров, а слово «паб» часто используется как модное название пивных баров.

В настоящий момент не существует какой-то единой для всех стран классификации баров. В России, согласно ГОСТ Р 50762—2007 «Услуги общественного питания. Классификация предприятий общественного питания», бары различаются: 1) по ассортименту реализуемой продукции и способу приготовления продукции общественного питания (бар винный, пивной (паб-бар), кофейный, десертный, молочный, коктейль-бар, гриль-бар, суши-бар и пр.); 2) по специфике обслуживания потребителей и (или) организации досуга (развлечений) (видео-бар, варьете-бар, диско-бар, кино-бар, танцевальный бар, лобби-бар, бар — ночной клуб и др.); 3) по местонахождению — в жилых и общественных зданиях, в том числе в отдельно стоящих зданиях, зданиях гостиниц, вокзалов; в культурно-развлекательных и спортивных объектах; в зонах отдыха; 4) по интересам потребителей (клубный бар, спорт-бар); и 5) по уровню обслуживания и номенклатуре предоставляемых услуг (люкс, высший и первый класс).

В рамках данного исследования интерес представляют бары первого класса, являющиеся отдельным заведением. Это обуславливается тем, что для того, чтобы бар мог рассматриваться непосредственно как третье место, эти две характеристики являются весьма важными. Бары первого класса являются доступными для всех желающих, что существенно для третьего места, а также для того, чтобы понять какие взаимодействия и практики свойственны конкретно пространству бара, необходимо, чтобы он не являлся частью ресторана или кафе, чтобы публика являлась непосредственно «барной».

Несмотря на то, что бары несомненно имеют право называться «третьими местами», так как они обладают большим количеством черт, свойственных им, выполняют положительные социальные функции (уравнивание, объединение, предоставление нейтральной территории для комфортного взаимодействия и др.) и могут предоставлять своим посетителям такие же выгоды, как и «идеальное» третье место, согласно концепции Ольденбурга, множество исследований барной среды так или иначе касаются проблем алкоголизма и насилия. Как пишут исследователи из Университета Западной Англии Дж. Грин и М. Плант в статье «Bad bars: A review of Risk Factors»: «Бары, гостиницы, таверны и отели веками были популярными местами для рекреационного употребления алкоголя. Бар прочно зарекомендовал себя как важное дополнение к отдыху во многих обществах. Употребление алкоголя в барах в основном праздничное, сдержанное и беспроблемное. Тем не менее уже давно очевидно, что пьянство в барах связано с агрессией, насилием, общественными беспорядками и травмами. Ряд факторов связан с повышенным риском того, что бар станет центром проблемного поведения:

В первую очередь важны внутренние физические характеристики и атмосфера: плохая освещенность помещения, скопление людей, отсутствие фоновой музыки или слишком громкая музыка и другие шумы, плохая вентиляция и даже неудобная мебель — всё это повышает уровень агрессии в барах. Во-вторых, это различные организационные факторы, например, обучение персонала навыкам первой помощи, умение работать с агрессией клиента, а также алкогольные промо-акции и включение азартных игр в список потенциальных развлечений для посетителей. В-третьих, социальные характеристики клиентов, например, пол, возраст и количество людей в компании. Так для больших компаний характерно значительно большее употребление спиртного, что увеличивает шанс возникновения неблагоприятных происшествий, и в то же время одинокие клиенты также склонны пить больше обычного, поскольку ослаблен внешний контроль (Green, Plant, 2007). Несмотря на все вышеописанные опасности баров и пабов, места публичного распития алкоголя остаются привлекательными для досуга.

Привлекательность и распространенность мест, подобных барам и кофейням, восходит к потребности людей создавать места для интеллектуальной, духовной, психической и социальной эмансипации, где функционируют более мягкие неформальные модели коммуникации. Эмансипация подразумевает отвоевывание места в социальном пространстве, где свободная от принуждения общественность могла бы обсуждать жизненные проблемы, строить планы на будущее, осмыслять опыт прошлого и ценность традиций (Марков, 1999, с. 197). Говоря о проблеме алкоголизма среди общественности, Б. В. Марков отмечает, что кофе и алкоголь часто пьют для стимуляции мышления, от нетерпения и в надежде на откровение «Чтобы выразить свою мысль в дискурсивной форме, нужно избавиться от страдания, которое толкает к молчанию. Напиток, будь то кофе или спиртное, расслабляет и расковывает, и пьяница, как медиум, нередко свободно и красиво говорит» (Там же, с. 198). Употребление возбуждающих напитков тесно связано с телесностью. «Наше тело уже не принадлежит нам, оно сформировано культурой», так коллективные опьянения с древних времен были практиками достижения группового единства. Постоянные опасности окружающей среды, от общественной жизни, тревог и волнений, побуждают человека искать замкнутые пространства, где он почувствует себя в безопасности от «Других». Таким образом, питейные заведения, с точки зрения Б.В. Маркова, имеют не только экономическое, но и сильное культурное значение. Тело современного человека находится под давлением множества социальных ролей, которые он берет на себя, его манеры, позы, речь и взгляды кодированы и регламентированы, и, таким образом пьянство выступает как форма протеста и обретения внутреннего освобождения, которая реализуется через общественные институты. С одной стороны, оно вызывается возмущением тела и психики против саморепрессии, а с другой представляется как форма «выпуска пара», признание виновности. Отсюда «пристрастие к кофе и алкоголю — это не личное, а серьезное общественное дело, которое никоим образом не может быть пущено на самотек» (Там же, с. 200). По мнению Б.В. Маркова, «бегство в бары» - не то же, что попытка животного спрятаться в укромном месте, так как, как правило, человек не делает это в одиночку: «Одиночка — это крайняя степень отчаяния, это решимость построить мир без Другого». В кофейнях и рюмочных, напротив, царит общее оживление и разговор, это институты коммуникации. Они лишь на первый взгляд кажутся антиинституциональными структурами, здесь собирается народ, «который досрочно выполнил трудовое задание и сохранил остаток энтузиазма, который жаждет общения и обсуждения злободневных проблем», это зона своеобразной психической эмансипации. Таким образом, Марков считает, что необходимо освободиться от чисто негативной оценки питейных заведений, будь то кофейни или рюмочные, и отвергать их как нечто нецивилизованное и бездуховное. История питейных заведений указывает на их как раз-таки цивилизационный характер и важные последствия в преобразовании человеческого бытия (Там же, с. 201).

# ***1.3. Заведения общественного питания в социально-исторической перспективе***

И. Прыжов в работе «История кабаков в России» описывает ранние виды питейных домов, бывшие значимой частью социальной жизни в Европе на протяжении многих веков. В Древних Афинах было расположено большое количество питейных домов, называвшихся капелеями. К концу эпохи античности местные таверны становились пристанищем для социальных общин, состоявших преимущественно из бедных людей, в связи с чем все питейные дома вскоре были закрыты (Прыжов, 2009, с. 22). В Германских питейных домах XII века посетителями были почетные, светские и духовные люди, которые встречались в них, чтобы обсуждать общественные дела, и нередко здесь собирались земские суды. Эти питейные дома, как отмечает автор, отличались семейным характером, и каждый гость чувствовал себя свободно, как дома. Во Франции ситуация была схожая: во французские питейные дома (кабаре) собирались все жители города. Они были открыты для всех, и потому даже «человек, не имевший хозяйства, находил там приют, как будто в семье» (Там же, с. 23). Древнеславянские общественные питейные заведения (корчмы) представляли собой место, «куда народ сходился для питья и еды, для бесед и попоек с песнями и музыкой». Более того, у западных славян приблизительно в XIII веке в корчмах проводили судебные процессы, проводили объявления правительственных постановлений: корчмы часто заменяли народу ратуши и гостиные дворы (Там же, с. 24). Отмечается, что пиры или попойки в то время были чуть ли не основным спутником мирских дел, и потому напитки имели большое культурное и социальное значение. При этом наличия пьянства как социальной проблемы, по словам автора, не было: питье составляло веселье и удовольствие, оно было способом интеграции в общество, а корчмы - двигателем и центром социальной и духовной жизни народа (Там же, с.6-9). Это обуславливается следами социального устройства общественной жизни, проявляющимися в организации пировных общин, которые в дальнейшем становятся более могущественными городскими общинами (например, братчины и артели). Преимуществом совместного группового пирования считались физиологические причины: в то время как одиночное распитие с большим успехом могло довести человека до «дикого состояния», в группе из-за коммуникативной оживленности и возбуждения облегчается пищеварение, «среди людей легче естся и пьётся, люди собирались пить вместе, и в дружеской беседе около вина, в братском столкновении человека с человеком, завязывалась между людьми социальная жизнь» (Там же, с. 21).

Другой вид питейного дома на Руси, получивший распространение уже в середине XVI века, - кабак, также известный как шинок. В отличие от корчм, бывших популярными на юго-западной Руси, кабаки были характерной чертой северо-востока, где общественная жизнь была развита гораздо слабее и корчмы не имели такой значимости. С распространением кабаков все чаще возникала проблема пьянства, кабак становился символом разложения нравов, в связи с чем владение и посещение кабаков подвергалось различного рода ограничениям. И. Прыжов пишет: «Тогда как в других местах женщина стыдится войти в кабак или в трактир, а членами клубов [были] одни мужчины, в корчму входят все, и мужчины, и девушки», в корчме все были равны. Также важным отличием кабака от корчмы служило то, что в кабаках не подавали закусок, за редким исключением в виде холодных закусок: «в московском кабаке велено только пить, и пить одному народу, то есть крестьянам, посадским» (Там же, с. 42). Московские кабаки преимущественно располагались в местах бойких и торговых, они часто вызывали всеобщее недовольство, так как собирали вокруг себя пьяниц (Там же, с. 80). Помимо этого фактора, на разраставшееся пьянство среди населения влиял запрет на самостоятельное приготовление домашнего питья. Хорватский философ Ю. Крижанич в 1660 году писал, что виной всему монополия кабаков: «По милости этой монополии люди не смеют варить себе напитков без приказного позволения и … пишется им, чтобы они выпили всё в три или четыре дня после изготовления … Чтобы выпить скорее этот наваренный напиток, люди пьют через силу и упиваются; Дальше люди мелкого счастия не в состоянии изготовить дома вина или пива, а корчмы нет, где бы они могли иногда выпить, кроме корчмы царской, где и место и посуда хуже всякого свиного хлева, и питьё самое отвратительное, и продаётся по бесовски дорогой цене … Мелкие люди чуть ли не всегда лишены напитков, и от того делаются чрезмерно жадны на питьё, бесстыдны и почти бешены» (Там же, с. 92).

Таким образом, здесь можно проследить явное противопоставление первоначальной корчмы и северо-восточного кабака, распространившегося в дальнейшем по другим территориям и заменившего корчмы. Кабак, корчма, шинок, портерная лавка, постоялые дворы – все эти заведения подходили под понятие питейных домов, но каждое из них имело свою историю и общественное значение. В то время как корчма воспринималась народом позитивно, «служила местом народных собраний, была и кофейной, и клубом народа, и под ней не подразумевали ничего безобразного и зловредного, кабаки были местами маргинальными, безнравственного и непристойного характера (Там же, с. 242).

Различные заведения общепита могли выполнять не только функцию предоставления еды или напитков, а являть собой особое социальное пространство, среду, характеризовавшуюся определенными общественными настроениями. Они могут являться своеобразным «убежищем», местом сбора определенных социальных групп, групп единомышленников, сплоченных общими идеями, видениями картины мира и общества. Так как зачастую идеи этих групп идут вразрез с общепринятыми нормами и понятиями, места, где главенствуют эти идеи, воспринимаются как маргинальные, андеграундные, часто даже криминальные. Хорошим примером здесь служит ленинградское кафе «Сайгон», находившееся на Невском проспекте. Е. Здравомыслова называет «Сайгон» пространством негативной свободы, под которой подразумевается личная индивидуальная свобода от вмешательства других людей, в частности, от давления советских социальных институтов. В это пространство включались те, кто отказывался от интеграции в советские коллективы, и, таким образом, их возможности признания и самореализации ограничивались кругом андеграунда и примыкающих к нему сред. «Все эти свободные люди встретились под крышей «Сайгона» и ассоциировали себя с этим физическим пространством». (Здравомыслова, 2009, с. 661) В «Сайгоне образовывались свои социальные сети, позволяющие людям жить автономно от большого общества, следуя своим представлениям о благе, поступках, красоте и приличии, которые отличались от официальных норм. Они создавали свое пространство посреди города, различные клубы, салоны и кафе становились более-менее известными местами обитания таких людей. «Сайгон» служил символом инаковости, предлагал альтернативу официальным образцам поведения в публичных местах. Для своей постоянной аудитории он являлся как центром города, так и центром социальной жизни (Там же, с. 662). Социальное пространство «Сайгона» представляло собой «тусовку», совокупность компаний, для которых общим было лишь физическое пространство и «неприкаянность в советском публичном пространстве», в остальном же эта была весьма разношерстная публика. Само появление человека в этом кафе указывало на его принадлежность к, своего рода, советским маргиналам. Внутрисайгонной коммуникации были свойственны абсурдизм и карнавальность. Абсурдизм подразумевал дистанцирование от рутины и перевертывание смыслов, как и для карнавальности, в том же числе и нарушение границ нормы, и проявление терпимости к инаковости (Там же, с. 666). Алкоголь также играл свою роль в образе этого места. Он «развязывал язык, снимал запреты и робость, будил воображение, считался неизбежным спутником свободы и творческого подъема». Алкоголь стал своеобразным условием карнавальности, одной из самодеструктивных практик негативной свободы – он символизировал бегство от давления большого общества наряду с другими вредными привычками (Там же, с. 671). Он воспринимался как средство поддержания коммуникативной атмосферы и духа свободы и творчества.

Здравомыслова выделила следующие основные функции «сайгонной» коммуникации, отражавшиеся на всей советской социальной жизни. Во-первых, это интегративная функция тусовки. Она подразумевала удовлетворение потребности в своей среде общения и принадлежности. «Тусовка представляет собой форму неформального общения, связанную с определенной публикой и определенным местом, она предполагает высокую степень открытости взаимодействий, относительно низкую степень ролевого контроля, гибкость и мягкость правил» (Там же, с. 672). Ресурсная функция заключалась в предоставлении важных благ: «Сайгон» предоставлял тепло, ночлег и еду за копейки, вступая в коммуникацию с его публикой, можно было найти заработок, жилье, любовь и дружбу. В рамках кафе происходил обмен материальными, экономическими и информационно-культурными ресурсами. Еще одна важная функция – защитная. «Сайгон» защищал от социальной невостребованности, от агрессии, от подавляющего мира в целом. Здесь, где царила толерантность, люди переставали быть изгоями (Там же, с. 673). Таким образом, участие в «сайгонной» жизни представляло собой «внесемейное бытование с элементами бездомности», пребывание в относительно комфортном пристанище, будучи не в достаточной мере социально интегрированным, и выстраивание альтернативной неформальной коммуникации.

То, какими мы знаем заведения общественного питания сейчас, восходит к XVIII - XIX веку, когда происходили интенсивные изменения во всех сферах, в частности и в домашней обстановке. Приблизительно в это время получили свое массовое распространения кресла, они стали предметом обычной обстановки и постоянно совершенствовались в плане удобства. Постепенно они выходили из рамок дома в общественные места, так кресла в салонах проектировались с упором на удобство для общения – чтобы сидящий мог поворачивать голову и обращаться к другим сидящим возле него. Постоянно места для сидения совершенствовались в сторону «комфортабельности» и помещались во все городские общественные места, чтобы люди и вне дома могли найти островок для отдыха, в том числе и в транспортных средствах, где сиденья начали ставиться поперек, что обеспечивало удобство и возможность изоляции от других и их пристального взгляда. Такая планировка сидений вскоре перешла в кафе и бары. Так постепенно исчезали большие столы, и просторные помещения разграничивались на отдельные «купе», что предоставляло возможность уединения и общения, т.е. реализовало стремление к автономности и потребность в дистанцированном контакте (Марков, 1999, с. 178). Посетителями кафе и баров были «незнакомые и разные по социальному положению, возрасту и полу люди, которые могли вступать в общение, обмениваться новостями, обсуждать различные проблемы». В городском пространстве также постепенно складывалась политическая и социальная дифференциация этих заведений. Переход к буржуазному обществу сопровождался созданием «моральных мест», например, театры, выставки и клубы, где вырабатывались новые коллективные чувства, главные из которых – «здравый смысл и общий вкус» (Там же, с. 179). История питейных заведений тесно связана с тенденцией перехода от публичности к приватности в городском пространстве. Рюмочные и кофейни, как и те «моральные места», становились зонами функционирования частных интересов и развития человеческой индивидуальности, которая как таковая формируется на основе специфических институтов и дискурсов. Как выход короля к подданным или публичная казнь не являются частными, а общественными актами, так и посетители воспринимают свои питейные заведения как зоны общественного протеста, «они организованы социальной машиной, которая задает фигуры не только судьи, но и преступника». В такой же форме функционировал и «Сайгон» (Там же, с. 203).

Таким образом основной ролью питейных заведений стала роль институтов коммуникации представителей разных социальных групп: «Здесь разворачиваются дискуссии на разнообразные темы, циркулируют новости, оцениваются новинки литературы и искусства, словом, формируется нечто вроде общественного мнения, часто не совпадающего с официальной идеологией. Общественность и публика формирует общий здравый смысл, она становится посредником между ориентациями власти и жизненными ценностями людей. Последствия массового распространения кофеен и рюмочных весьма значительны, с точки зрения Б.В. Маркова. Их посещение – современный способ эмансипации, эффективная форма протеста. В результате «недеяния», вызванного трансформацией ценностей и взглядов молодежи на труд, власть, богатство и законы, образуется так называемое «свободное время», которое постепенно заполняется новыми жизненными ценностями: разговорами, чтением, объединением в группы по интересам, производством стихов, манифестов и сочинений (Там же, с. 207). Кофейни и рюмочные можно рассмотреть и как «заповедники», где сохраняются и воспроизводятся душевные чувства добра, любви, прощения, доверия и нравственной солидарности. Здесь люди не только сбрасывают с себя ролевые обязанности и официоз, но и осуществляют коррекцию своего внутреннего мира, избавляясь от страха уронить себя в глазах окружающих. «Алкоголь развязывает язык и освобождает от жесткой самоцензуры», здесь люди могут говорить по-человечески, придаться рефлексии и критике настоящего положения дел, освободить душевные чувства. Таким образом кофейни и рюмочные – важная часть городского социального пространства, и попытка их закрытия вызвала бы мощные протестные последствия не только потому, что они являются способом снятия стресса, но и оттого, что они выполняют функцию организации свободной общественности, ее сомнений и интересов, ценностей и установок. В то время как «власть держит людей в состоянии страха или серьезности, требует ответственности, точности и пунктуальности, в питейных заведениях царят веселье и шутки субъектов, сбросивших узы дисциплины и угодливости». Так, хоть они и кажутся на первый взгляд лишь местами обитания «озлобленных угнетенных людей», в идеале они могут являться убежищем свободной от принуждения общественности, где могут обсуждаться и твориться новые формы жизни (Там же, с. 209).

Таким образом, в рамках этой главы были:

1) Изучены теоретические концепции социального пространства и социальных взаимодействий;

2) Рассмотрены подходы к изучению социальной роли баров в общественной жизни, в том числе в качестве «третьего места»;

3) Описаны основные позиции историко-социологических исследований на социальную роль заведений общественного питания

# **Глава 2. Результаты эмпирического исследования баров**

# ***2.1. Методология и обоснование метода***

Исследование было проведено с применением качественных методов, а именно:

1) Проведение неформализованного невключенного наблюдения с целью сбора первичной информации об основных чертах пространства баров и их посетителей, а также получение представления об основных практиках, осуществляемых посетителями в барах.

2) Проведение серии полуструктурированных интервью с людьми, имеющими опыт посещения баров с целью получения представления о месте баров в повседневной жизни человека, о специфике барного пространства и его влиянии на характер социальных взаимодействий.

Метод наблюдения дает возможность видеть ситуацию в естественных условиях, «такой, какая она есть» и, как правило, не подвергающуюся влиянию дополнительных факторов. В процессе наблюдения фиксируется как поведение индивида или групп индивидов, так и специфика условий. В данном случае подразумевается работа не с высказываниями, а с непосредственными фактами поведения и социального действия, с разными их проявлениями. Таким образом, качественное наблюдение – стратегия целостного восприятия наблюдаемого объекта, и оно не ограничивается подсчетом действий. Результатом наблюдения, как правило, является выделение основных черт объекта наблюдения и его структурирование (Дудина, Смирнова, 2014, с. 204).

Что касается интервью, оно позволяет на основе полученной информации о личном опыте, знаниях и чувствах информанта понять как представителя определенной социальной группы, в данном случае посетителей баров, сформулировать определенные значения и смыслы касаемо интересующей проблемы или объекта исследования, в данном случае социального пространства бара, создать новые интерпретации и объяснения интересующих процессов и явлений. Качественное интервью позволит углубленно изучить конкретный фрагмент социальной жизни. Интервью в рамках этого исследования полуструктурированные, что подразумевает наличие определенного круга тем и затрагивающего их перечня вопросов, но их последовательность и формулировка могут варьироваться в процессе общения, а также возможно добавлять уточняющие и направляющие вопросы для прояснения деталей, событий и т. п. (Дудина, Смирнова, 2014, с. 190).

# ***2.2. Результаты проведенного наблюдения***

Описание поля:

В качестве поля для наблюдения были выбраны три бара в Санкт-Петербурге: пивной бар «Толстый Фраер» на Думской улице, 3; коктейльный бар «Контакт Бар» на Садовой улице, 35; и гастробар «Бар Культуры и Отдыха» на 1-ой линии В.О., 60.

 «Толстый Фраер» - сеть петербургских пивных, открытых в 2003 году Александром Розенбаумом. Сейчас она насчитывает 6 точек, располагающихся в Центральном, Адмиралтейском, Василеостровском, Выборгском и Петроградском районах. Открыть пивную всегда было мечтой А. Розенбаума. Основной его идеологией было воссоздание «духа Советского времени - с сушеной рыбкой под потолком, доской для объявлений «Здесь был Вася», плакатами и газетными вырезками минувших лет» (Заграница Туризм [сайт]. URL: https://saintpetersburg.zagranitsa.com/article/1990/nemishlenovskie-zvezdy-znamenitye-vladeltsy-peterb). Так во всех заведениях этой сети соблюдается дух этой эпохи, выражающийся в интерьере и сервировке. Официальный сайт сети гласит, что основные качества атмосферы заведений – «легкая ирония, добрый консерватизм, чувство меры, комфорт и непретенциозность». Главным образом здесь уделяется внимание подаче пива, которое они производят на собственном заводе, а также закусок и разных блюд. В каждом из заведений сети есть свои особенности: так, например, бар на Малой Морской улице оформлен в стиле «подводной лодки». Бар на Думской улице, 3, в котором проводилось наблюдение, включал в себя 4 зала, один из которых был обустроен в спортивной тематике. Также во всех заведениях этой сети проводятся трансляции футбольных матчей (Толстый фраер / Ленинградские пивные [сайт]. URL: http://tolstiy-fraer.ru/). Время работы пивных: с 10:00 до 1:00 по будням или до 3:00 по выходным.

 «Контакт Бар» - также является сетью баров, открывшейся в 2010 году. Она насчитывает 19 баров, 15 из них находятся в Санкт-Петербурге, расположившись не только в центре, но и в дальних районах города. Остальные заведения также находятся в г. Пенза, Казань, Якутск и Нижнекамск. Время работы заведений преимущественно с 14:00 до 6:00. Они позиционируют себя как современную сеть баров, предоставляющую пространство для проведения вечеринок, веселых встреч с друзьями и игр. В их меню основной акцент делается на коктейлях, подаются как легкие закуски, так и полноценные блюда. Также в зависимости от времени и места они проводят различные акции (Контакт Бар [сайт]. URL: https://kontaktbar.ru/). Данная сеть, главным образом, придерживается молодежного стиля, что выражается в интерьере, музыкальном сопровождении, оформлении меню и официального приложения сети, а также в уровне цены. По словам директора по маркетингу сети «Контакт Бар» М. Лоншакова, важными задачами для них является поддержание атмосферы в заведениях, обеспечение комфортного пребывания, вовлечение посетителей в различные мероприятия, акции, розыгрыши и event-активности и работа с обратной связью, «используя отзывы как руководство к действию» (Kudago, 2022).

«Бар Культуры и Отдыха» - гастрономический бар, открывшийся на Васильевском острове в 2020 году. Он позиционирует себя как аутентичное атмосферное уютное место, которое подходит для обедов, встреч с друзьями и деловых встреч. Располагается на набережной Макарова, с видом на Малую Неву, Петровский стадион и Тучков мост. Время работы бара: с 12-13:00 до 1:00 по будням и до 3:00 по выходным. В отличие от первых двух баров, этот не принадлежит ни к какой сети и является относительно молодым. Так как заведение представляет собой именно гастрономический бар, упор здесь делается на различные блюда русской и европейской кухни, «вдохновленной путешествиями и прогулками по барам разных стран», а также на разливном пиве разных сортов из 6 стран (Бар Культуры и Отдыха: [сайт]. URL: http://kulture.bar.tilda.ws/#rec274327015).

При составлении категорий наблюдения была использована схема отношений «люди-место», предложенная Д. Симоном (Seamon, 2011). Она представляет собой триаду, состоящую из трех элементов, которые играют центральную роль при определении значения места, действий и событий: географический ансамбль (geographic ensemble), люди места (people-in-place) и дух места (genius loci). В рамках этой триады отношений место относится к любому локусу окружающей среды, который собирает индивидуальные или групповые значения, намерения и действия в одном пространстве, при этом масштаб этого места может быть абсолютно разным: от мебели или комнаты до города или региона.

Географический ансамбль относится к материальным, физическим качествам места. В качестве составляющих географического ансамбля бара рассматривались следующие характеристики: географическое расположение (район, место в городском ландшафте), внутренняя обстановка (интерьер, мебель, освещение, музыкальное оформление и пр.) и способы зонирования пространства.

Под people-in-place подразумеваются «человеческие миры», разворачивающиеся в географическом ансамбле. Сюда входят действия, рутины, события и сознательные и бессознательные «понимания», в котором участвуют индивиды и группы индивидов по отношению к месту. Таким образом, здесь в качестве составляющих рассматривались характеристики посетителей (социально-демографические характеристики – пол и приблизительная возрастная категория, внешность, сколько человек в компании, наполненность зала), и практики, осуществляемые ими (чем они занимаются, как взаимодействуют с компанией, другими посетителями, сотрудниками, с местом).

Под духом места (genius loci) подразумевается уникальная атмосфера и характер места, особое настроение, которое оно задает. «Это живое качество, которое излучается из физического окружения к переживающему». Для того чтобы охарактеризовать «дух» конкретного бара более точно в рамках интервью информантам, посещавшим данные бары, было предложено рассказать про свои впечатления от посещения и описать местную атмосферу с их точки зрения.

**Результаты наблюдения в «Толстом Фраере»**:

Дата и время наблюдения: 18 марта 2023 г. Суббота, 17:00-18:00.

Географическое расположение: Большинство баров сети «Толстый Фраер» располагается в центральных районах города. Бар, в котором проводилось наблюдение, находится на Думской улице, о которой часто отзываются как об одной из «главных барных» улиц Петербурга, «центре ночной жизни». На ней располагается более 20 баров и ночных клубов. На момент апреля-мая 2023 года большинство баров закрыты, но «Толстый Фраер» - одно из немногих заведений этой улицы, которые продолжают работать. Также эта улица находится недалеко от Казанского Собора на Невском проспекте, поэтому можно сказать, что бар находится в довольно многолюдном и туристическом районе, что соответствует одной из ключевых характерных черт «третьего места» - доступность. Он является частью здания наряду с другими организациями, например, в этом же здании находится Сбербанк, музыкальная школа, продуктовый магазин и, ближе к проспекту, Городская Дума. Вход в бар оснащен большой яркой вывеской.

Внутренняя обстановка: Напротив входа располагается стойка персонала, где посетителей встречают сотрудники и провожают до свободного столика в одном из 4 залов, по 2 с каждой стороны. Согласно информации с официального сайта, всего помещение рассчитано на 96 человек. 2 зала являются «промежуточными» между стойкой персонала и большими залами, и оформлены как «веранды»: ограждены от прохода небольшим деревянным заборчиком, при этом находясь на ступень выше прохода. Вся мебель – столы, стулья, скамейки – деревянная, также и некоторые участки стен сделаны из древесной стружки. Интерьер промежуточных залов, в отличие от больших, выполнен в немного «уличном» стиле. Пол выглядит как тротуар из булыжника, по самому залу развешаны светильники в виде уличных фонарей, на стенах можно заметить картины с петербургскими пейзажами, постеры, пожелтевшие страницы из старых газет, а на деревянных колоннах «листовки», и все это в советском стиле. Например, табличка с просьбой не оставлять вещи без присмотра начинается с обращения «Товарищи!». Большие залы отличаются друг от друга по стилю. Один из залов полностью посвящен футбольной тематике: под потолком висят шарфы и флаги «Зенита», на стенах можно заметить футбольную форму в рамках, а с одной стороны на всю стену нарисован вид на стадион и толпы болельщиков. Также там есть проектор для проведения трансляций матчей на большом экране. Другой большой зал, в котором непосредственно и главным образом проводилось наблюдение, с уверенностью можно сказать, выглядит по-советски: он представляет собой большую комнату, похожую на место для гостей в доме какого-нибудь состоятельного лица. Интерьер здесь, можно сказать, кабинетный, с одной стороны, и парадный, с другой: вход в зал украшен занавесками, потолок высокий, кирпичный и изогнутый, по стенам развешено небольшое количество картин в рамках с черно-белыми фотографиями. Помещение освещается настенными светильниками такого же советского стиля, тем не менее свет довольно приглушенный. В зале 6 столиков, 3 из них маленькие, рассчитаны на 1-2 человека. Остальные столы больше, на 4-6 мест. В углу комнаты стоит рояль, является ли он исключительно частью декора или кто-то может на нем играть, например, во время мероприятий – неизвестно. Также присутствует телевизор, но включен он не был. Музыка играет негромко, в основном это спокойные, иногда веселые старые песни, иногда включались и современные композиции, но куда реже. Окно выходит на улицу, прикрыто подобием решетки снаружи. Если сидеть у дальнего от окна столика, небо в окно не видно, также в зале нет часов, поэтому узнать время, не имея при себе своих часов или телефона, сложно. В зале также есть детский стульчик, что говорит о том, что сюда могут приходить семьи с детьми. В целом этот зал выглядит довольно минималистично и немного пусто: он в меньшей степени содержит какие-то заметные и бросающиеся в глаза элементы декора, тем не менее «советское» в интерьере все равно чувствуется. Такое разнообразие в интерьере бара, его соответствие советской тематике.

Способы зонирования пространства: Места в промежуточных залах отделены от прохода по обеим сторонам перегородками или небольшими заборчиками, высотой примерно метр. С каждой стороны по два стола, которые стоят довольно близко друг к другу, при этом своеобразную границу символизирует вешалка, стоящая между ними. В большом «футбольном» зале столы, на первый взгляд, также стоят довольно близко друг к другу: скамейки соседних столов стоят друг к другу спинками практически вплотную. В «гостином» большом зале пространство куда свободнее. Зона столов на большую компанию располагается у окон и дальней от входа стены. Маленькие же столы расположены в центре, посреди зала, и один около входа. Таким образом, границу между зоной столов для больших компаний и для маленьких можно интуитивно провести по диагонали. Границу между этим залом и промежуточным символизируют занавески, висящие по бокам арки.

Описание акторов: Как обычно и бывает в вечернее время выходных дней, в баре было достаточно много посетителей, и большое количество столов было забронировано, о чем сигнализировала соответствующая табличка на них. Главным образом, среди посетителей были большие компании из 4 и более человек. В «гостином» зале большие столы были заняты компаниями из 3-4 людей, и за одним столиком сидел один человек. Преимущественно это были мужчины и женщины старшего возраста, от 30 лет. Посетители были одеты в довольно простую, повседневную, неофициальную одежду (джинсы, свитера, кофты). Не было замечено каких-либо атрибутов, которые могли бы с точностью указывать на принадлежность к какой-либо конкретной социальной группе. Можно предположить, что посетители, которые находились в этом зале, скорее всего относились к рабочему среднему классу. Две компании состояли из двух мужчин и двух женщин, другая из двух мужчин и одной женщины. За маленьким столом сидел мужчина, на вид около пятидесяти лет.

Деятельность акторов: Основная деятельность посетителей, которые находились в компании, - общение друг с другом, при чем разговоры они вели негромко, и, сидя за соседними столиками, нельзя было разобрать, о чем они говорили. Иногда был слышен негромкий смех. В общение были включены все члены компании, но кто-то периодически переключал свое внимание на телефон или некоторое время просто смотрел в окно. В компаниях со стороны не чувствовалось какого-либо напряжения при общении: это был словно обычный повседневный разговор, правда его содержание неизвестно. Человек, который сидел один за столом, читал книгу и также иногда что-то делал в телефоне. На столе у одной компании стояли кружки с пивом и несколько тарелок с закусками, у другой, где было три человека, только кружки с пивом, а у того, кто сидел в одиночестве, стояла чашка кофе и какое-то пирожное. У сотрудников также не было какой-то особой выделяющейся униформы, но был единый стиль: синие футболки или рубашки и обычные джинсы. Они вели себя просто, не задерживались у столиков, кроме того, как принять и принести заказ или счет, посетители тоже не пытались их задержать, пообщаться с ними, каждый был увлечен своим – общением с компанией или работой. Взаимодействий с людьми за другими столами в этом зале замечено не было. Скорее всего одной из причин может служить то, что здесь столы расположены относительно далеко друг от друга. Можно предположить, что взаимодействия между посетителями, сидящими за разными столами, с большей вероятностью бы происходили в других залах, где более плотное расположение столов, а также они будут происходить чаще, например, во время трансляций матчей, так как в этом случае может сформироваться другой локус взаимодействия, в который будут включены все или большая часть посетителей, находящихся в зале.

Атмосфера: По ощущениям атмосфера в этом баре может различаться в зависимости от того, в каком зале находится посетитель. Например, в «гостином» зале более спокойно, когда, например, промежуточные залы представляют собой своего рода транзитную зону, а в «футбольном» зале более плотное расположение столов способствует возникновению ощущения большей оживленности. Ощущение уникальности здешней атмосферы успешно достигается при помощи декораций, а также особенностей сервировки: кульки из «газет», граненые стаканы и пр.

 Комментарии информантов:

1) Информант Икар, 23 года: Был в этом баре один раз. Атмосфера, с его точки зрения, сыграла ключевую роль при формировании впечатления от посещения. Он сидел в «футбольном» зале. В целом он описал атмосферу как очень приятную: никто за соседними столиками не мешал, сотрудники также были вежливы и ненавязчивы, при этом открыты и помогали определяться с выбором, если в этом была нужда. Информант также отметил стиль подачи как «пабный» и уютный. По его мнению, на тематические декорации заметно потратили большое количество усилий, «каждый сантиметр здесь украшен чем-то интересным».

2) Информант Валерия, 21 год (интервью 1): Также была в этом баре один раз, сидела в «гостином» зале. Она охарактеризовала атмосферу в более негативном ключе: интерьер скучный, отталкивающий, неудобная мебель. Ощущался дух 90-х годов, но в такой обстановке она чувствовала себя «неуверенно и не на своем месте». Отношения с персоналом «обычные, не слишком запоминающиеся», также они долго ждали официанта. Другими посетителями были люди 35-50+ лет, что тоже заставляло ее чувствовать себя неприятно, несмотря на то, что их было немного, она предпочитает находится в более молодом окружении, так как люди 20-30 лет «ближе по духу». Музыка, по ее словам, «еще больше сгущала атмосферу, что-то похожее на бандитские песни». В общем, для нее это место «слишком темное в плане освещения, ее возраст для этого заведения не очень подходит», из-за чего она чувствовала себя очень напряженно.

Таким образом, в качестве основных черт социального пространства бара «Толстый Фраер» можно выделить следующее:

1) В разных залах формируются разные локусы: так как один зал огражден от другого так, что происходящее в одном зале практически нельзя пронаблюдать из другого. Границей локусов в социальном пространстве этого бара служат границы залов (стены, пороги, занавески на входе).

2) Так как интерьер и предметная обстановка залов выполнена в разных стилях, возникающее «чувство места» также может разниться у посетителей, сидящих в разных залах.

3) Так как в «гостином зале» пространство задает спокойную атмосферу при помощи музыкального оформления, «кабинетной» минималистической, просторной обстановки, практики посетителей и их взаимодействия между собой также носят непринужденный, спокойный характер. Создается пространство, в котором хочется просто спокойно посидеть, пообщаться и поесть.

4) Взаимодействия в рамках локуса носят скорее только фокусированный характер: посетители сосредоточены на своем месте и на людях в их компании, не контактируя с другими посетителями.

5) Акторы – преимущественно группы людей. Случаи, где люди приходят в бар в одиночку, редки.

6) Физическое пространство практически не иерархизировано. Здесь нет VIP-зон, посетителей могут посадить в любой зал за свободный столик. Соответственно социальное пространство данного бара также не имеет выраженной иерархии. Люди, находящиеся в заведении, делятся только на две группы: персонал и посетители. Выполняется функция «уравнивания» в баре как «третьем месте».

Также, исходя из результатов наблюдения в этом баре, можно сказать, какие характерные черты «третьего места» ему присущи: нейтральная территория, беседа как основная деятельность места, доступность, выполняющаяся функция «уравнивания» и игривый дух. Неприметность не является характерной чертой этого бара ввиду его местоположения: центр города, одна из главных барных улиц, соответственно высокая текучесть потока людей. Сделать вывод о наличии у этого бара завсегдатаев затруднительно. Роль этого бара как «альтернативного дома» спорна, это напрямую зависит от личного восприятия пространства этого бара посетителями. Так не все отмечают ощущение уюта и комфорта.

**Результаты наблюдения в «Контакт Баре»**:

Дата и время: 8 апреля 2023, воскресенье, приблизительно 8 часов вечера.

Географическое расположение: Бар, в котором проводилось наблюдение, находится в Адмиралтейском районе, на Садовой улице, практически рядом с метро. Это место также является центром города, и здесь, как правило, также довольно людно. Бар является частью большого здания, в котором располагается много других организаций: банк, аптеки, ювелирный магазин, супермаркет, различные офисы и др. В основном в этом районе находятся торговые и бизнес-центры и небольшие заведения общепита: кофейни, кафе и рестораны, других баров здесь практически нет. Вход в бар оснащен небольшой вывеской, но не слишком выделяется на фоне вывесок других организаций.

Внутренняя обстановка: Сразу у входа расположена лестница, ведущая на второй этаж, к барной стойке, где посетителей встречает сотрудник и провожает до свободного столика. Столов достаточно много, все помещение не сильно большое, но вмещает большое количество людей. Есть несколько залов, как минимум три. Интерьер во всех залах примерно одинаковый: приглушенный свет, мебель в темных тонах и однотонные стены, но на этом фоне выделяются яркие картины, постеры, арты и неоновые вывески, а также по залам расставлено большое количество горшков с растениями. Декораций здесь действительно очень много, что делает пространство очень ярким, всегда есть, что бросается в глаза и ухватывает внимание, будь то какой-то необычный постер на стене напротив или рисунок на листе в меню. Наряду с декором яркость является особенностью коктейлей и блюд: напитки выглядят ярко и необычно украшены, как и еда. В целом обстановка претендует на то, чтобы понравиться молодой аудитории в первую очередь: в оформлении стен, меню можно увидеть котиков в очках, сленговые выражения и фразы из популярных интернет-мемов (например, коктейли с названиями «Sugar Daddy», «Фея Винкс» и «Покинула чат»). Стоит также отметить, что логотип этого бара представляет собой голову кота в шлеме космонавта. Помимо этого, «молодежность» бара выражается в обращениях к посетителям через тексты: «погнали», «залетай в КБшку», а пользователи их приложения называются «друзьями», а само приложение «Клуб друзей». Соответственно и музыка в «Контакт баре» играет намного громче, чем в «Толстом Фраере», и, как правило, это песни из жанра поп, довольно известные, популярные, в особенности среди молодежи.

Способы зонирования пространства: Как уже упоминалось, в баре есть несколько залов. Проходы, арки между ними довольно широкие, поэтому нет такого чувства сильного разграничения, как в пивной. Также столы расположены довольно близко друг к другу, а диваны стоят вплотную, поэтому своеобразной границей между местами разных компаний служат края диванов, а также проход между столами с противоположных сторон. Тем не менее, несмотря на такую «плотность» рассадки, границы хорошо ощущаются, на сидящих рядом людей внимание не слишком обращается, скорее всего из-за громкости музыки, которая приглушает разговоры с соседнего столика. В другом же зале столы разграничены длинными и высокими перегородками с цветами наверху.

Описание акторов: Наблюдение проводилось в относительно маленьком зале, и здесь все столы были заняты. Пройдясь по другим залам можно было заметить, что там также было очень мало свободных. Главным образом посетители этого бара – молодежь и взрослые обоих полов, на вид примерно 18-40 лет. За парой столиков сидели более взрослые женщины в компании более младших, возможно это родители со своими детьми. Одиночных не было, все находились здесь компаниями 3-4 человека. В другом зале я заметила компанию из человек приблизительно 6, которые сдвинули два стола. Посетители были одеты как в простую повседневную одежду, так и относительно чуть более нарядную (платья, украшения, яркие цвета) и иногда с небольшим неформальным броским уклоном (рваные джинсы, футболка с логотипом рок-группы, необычные украшения и пр.). Если делать предположение, касаемо социальных групп, к которым принадлежат посетители, скорее всего, это студенты (что было ясно из разговоров) и работающие люди. На это частично указывали внешний вид и возраст.

Деятельность акторов: Основное занятие посетителей – общение друг с другом, также часто в разговоры включались официанты. Так за соседним столиком компания начала обсуждать с официантом электронные сигареты. Здесь общение имело куда более открытый и раскрепощенный характер: из-за громкой музыки, посетители также говорили громче, вероятно, не сильно беспокоясь о том, что их слышит кто-то еще, все казались довольно расслабленными. В зале часто кто-то смеялся, компания, предположительно, студентов за столиком в углу периодически сопровождала свои тосты умеренно громким криком. Взаимодействия с сотрудниками также носило более неформальный характер: в разговорах мелькали шутки, смех. В пример также официант, советуя посетителям какую-то позицию из меню, сказал: «Вот этот [коктейль] заказывают довольно часто, всегда, как по мне он вообще лучший. Я бы и сейчас [жест питья], но, я на работе, к сожалению…, то есть к счастью, конечно». Так как сильный акцент заведение делает на шотах, «чокание» можно было часто наблюдать с соседних столиков. В основном на столах у посетителей стояли как раз шоты, другие виды коктейлей, и у одной компании (те же студенты) стояло пиво с закусками. Хоть ассортимент меню позволял заказывать много разных блюд европейской и японской кухни, в основном здесь либо ограничивались тарелкой закусок, либо не заказывали еду вовсе. Также так как музыка играла довольно популярная, с ближнего ко мне столика периодически слышались подпевания. Также можно было заметить, как некоторые посетители, которые не были увлечены каким-то интенсивным разговором, кивали в такт музыке, делали какие-то полутанцевальные движения сидя.

Атмосфера: Атмосфера в «Контакт Баре» более «тусовочная», нежели, например, в пивной. Она более громкая, яркая и оживленная, что является результатом присутствия большого количества посетителей, специфики музыки и интерьера. Интерьер довольно уникален, все помещение выполнено в одном стиле, везде есть тематические символы (неоновые надписи, яркие постеры и арты, логотип). Также есть приблизительная однородность контингента. «Молодежность», яркость и тусовка – основные составляющие здешней атмосферы.

Комментарии информантов:

1) Информант Валерия, 21 год: Была в «Контакт Баре» два раза, в разных точках, в том числе и на Садовой. Атмосфера здесь, по ее мнению, «*приятная, лайтовая, не какая-то напряжная, …все люди наравне. Нет такого, что ты вот смотришь на людей и кажется то, что вот у них как-то выше статус, еще что-то. Нет, то есть они такие же, как и ты. Ты чувствуешь себя наравне со всеми, все сидят, что-то пьют, разговаривают, и ты точно такой же абсолютно*». Она чувствовала себя здесь комфортно, «в своей тарелке». Плотность расположения столов у нее не вызвала дискомфорт: «у каждого столика своя атмосфера, свое какое-то окружение, уголочек. Чувствуешь себя в безопасности в своем кругу общения».

2) Информант Андрей, 20 лет: Периодически (раз в несколько месяцев посещает бары этой сети. Последний раз был в конце апреля этого года. Определяющим элементом атмосферы этого бара он считает контингент, который при этом он считает неприятным и напрягающим: «*КБ – шумное место, достаточно много людей, в особенности малолеток, которые могут прийти с часу дня и просидеть до вечера, ничего не заказывая, просто орать песни…они выглядят еще как нефоры (неформалы). Мешают иногда, когда начинают петь песни*». Но посетители такого типа – в принципе единственное, что информант считает скорее отталкивающим. То, что мотивирует его приходить в этот бар – «приятные цены, неплохие шоты и лучшие чизкейки». Также он отметил отношение официантов: «*приятные официанты, добренькие, можно даже с ними порофлить (пошутить)*». Интерьер он описал как скучноватый с излишним неоном.

3) Информант Ксения (интервью 9): Была в «Контакт Баре» 2-3 раза, когда приезжала со студсоветом в Петербург. Одним из ключевых элементов атмосферы она указала музыку и интерьер: «*Музыка супер, иногда даже разнос, мы с кайфом сидели, пели…интерьер интересный, особенно вывески неоновые. Что интересно, везде удобные места, даже за стойками*». В целом атмосферу информантка описала как очень оживленную, но при этом расслабляющую и доброжелательную: «*все тусуются, никто никому не мешает, все по-доброму, еще персонал веселый, общались со мной уважительно и с шуточками, это очень мило*».

Подводя итог по «Контакт Бару», можно выделить следующее:

1) Пространство этого бара задает «тусовочный» дух посредством громкой музыки, яркого «неформального» интерьера. Исходя из этого, практики и взаимодействия посетителей носят раскрепощенный, свободный характер. Они общаются достаточно громко, поют, кричат тосты. Особым фактором создания здесь неформального тусовочного духа – разрешение на курение электронных сигарет и кальянов, что невозможно встретить в других более серьезных заведениях (подобную картину сложно представить в том же «Фраере»).

2) «Чувство места» у всех посетителей, даже из разных залов, примерно схожее. Все чувствуют «тусовку», так как все пространство однородно, обстановка во всех частях помещения (интерьер, музыка, уровень освещения) одинакова.

3) Акторы – группы индивидов.

4) Локус взаимодействий распространяется на все помещение. Посетители вступают во взаимодействие не только с людьми из своей компании, но и с сотрудниками, которые их обслуживают, в том числе с барменом за стойкой, которая находится вне зала. Также посетители могут перекинуться друг с другом парой фраз, столкнувшись в уборной. Взаимодействия между ними необязательно носят сфокусированный характер: незнакомые перекидываются друг с другом улыбками и смешками, если оба станут свидетелями какой-нибудь необычной ситуации. Территориально локус не ограничен не только границей зала, но и стенами бара, он распространяется и вне помещения, на улице у входа, куда некоторые посетители выходят покурить.

5) Физическое пространство не иерархизировано, как и социальное. VIP залов нет. Люди в заведении делятся только на посетителей и сотрудников, при этом даже в разговоре сотрудников с посетителями чувствуется общение «на равных» - неформальное, но при этом уважительное.

Данное заведение, согласно результатам наблюдения, соответствует следующим характеристикам «третьего места»: нейтральность территории, доступность, беседа как основная деятельность, доступность, «уравнивание» присутствующих, игривый дух (специфика заведения и способов обслуживания, проведение периодических тематических вечеринок, акций, возможности выбора музыки, «тусовочная» атмосфера в целом). Также, предположительно, у заведения определенно есть постоянные посетители, или завсегдатаи, этот бар является одним из самых популярных среди молодежи города и одним из самых доступных для них ввиду своей ценовой политики. Также формированию сообщества завсегдатаев служит система баллов в приложении, которая мотивирует пользователей приходить чаще. «Контакт Бар» не является «альтернативой дому», так как «тусовочная» атмосфера, слишком сильная шумность и многолюдность противоречат домашней и комфортной атмосфере, здесь не все смогут почувствовать себя полностью комфортно.

**Результаты наблюдения в «Баре Культуры и Отдыха»**:

Дата и время проведения наблюдения: 18 апреля. Вторник, приблизительно 18:00.

Географическое расположение: В отличие от предыдущих, этот бар находится дальше от центра. Он расположился на краю Васильевского острова на набережной Макарова, откуда открывается вид на Малую Неву, Петровский стадион и Тучков мост. Район здесь тихий, не нагруженный и не туристический, в округе находится много медицинских центров, клиник, салонов и зданий университета. В остальном это жилые дома. Из заведений общепита здесь в основном рестораны или кофейни на соседней улице, других баров поблизости нет. Поэтому можно сказать, что район скорее деловой, рабочий. Сам бар является частью здания совместно с различными медицинскими организациями. У входа вывеска довольно простая, но большая и заметная, так как других вывесок на этом и соседних зданиях нет.

Внутренняя обстановка: Бар занимает два этажа, на первом и на втором – по залу. Зал на первом этаже представляет собой небольшое помещение, где расположена барная стойка и примерно десяток стульев за ней. На втором этаже места больше, там стоят уже отдельные столы, и также есть барная стойка, но без бармена. Есть один небольшой стол, рассчитанный на два человека, у остальных 6 столов могут поместиться большие компании, 4-6 человек, но при желании, могут уместиться еще пара человек. Рядом со стойкой на втором этаже также стоял холодильник с крафтовым пивом. Интерьер домашний: стены местами кирпичные, местами однотонные темно-зеленые. Полы и мебель, за исключением одного дивана, деревянные. Свет приглушенный, на потолке висят небольшие люстры, некоторые стены и окна украшены гирляндами теплого желтого оттенка. На первом этаже за барной стойкой висит телевизор, где шла трансляция с какого-то матча, на втором этаже два телевизора на противоположных сторонах, где транслировались музыкальные клипы без звука. Музыка негромкая. Посреди зала на втором этаже стоял настольный футбол. На стенах также местами можно увидеть винтажные и необычного стиля небольшие картины, полки с декоративными бутылками и коробками из-под вина, даже оленьи рога над барной стойкой. В целом обстановку можно назвать классической барной, или даже пабной, чуть более упрощенный стиль английского паба с элементами современного декора. Также, если судить по времени работы бара (с 12:00 до 1:00 +-час), он нацелен на аудиторию работающих взрослых: открывается в обеденное время, в ночь работает только по выходным.

Способы зонирования пространства: Глобально можно выделить две разные зоны: первый и второй этаж. Они обустроены по-разному, границей между ними служит лестница. На втором этаже пространство зонировано в соответствии с расположением столов. Границы предметно не подчеркиваются.

Описание посетителей: Наблюдение преимущественно проводилось на втором этаже. Места у барной стойки на первом этаже были полностью заняты. Это были мужчины среднего возраста. Были ли они в одной компании, знакомы ли между собой – неизвестно. Наверху было занято три стола – маленький и два больших. За маленьким сидели женщина и мужчина средних лет. За одним большим столом сидели двое мужчин относительно молодого возраста, на вид лет около 30. За другим две девушки и двое парней приблизительно той же возрастной категории. Одеты все преимущественно свободно и повседневно (футболки, свитера, джинсы или обычные брюки, один молодой человек был в спортивном костюме), никто внешне особо не выделялся чем-то ярким. Социальный статус посетителей ничего не выдавало, как и принадлежность к конкретной социальной группе. Можно предположить, что присутствующие – работающие и/или студенты.

Занятия посетителей: Главным образом, общение. Мужчины на первом этаже довольно громко общались между собой, возможно отчасти из-за способа рассадки, так как все сидели в одну линию, а также из-за телевизора со включенным звуком, который находился за стойкой. Периодически они переключали внимание с разговора непосредственно на матч. Рядом с ними стояли бокалы с пивом и тарелки с гренками. На втором этаже телевизоры уже не привлекали особого внимания, выполняя скорее декоративную роль. Здесь в основном посетители были увлечены разговором между собой. Настольный футбол также оставался нетронутым. Разговоры велись негромко, но не так тихо, как во «Фраере». Компания из 4 человек очевидно что-то отмечала, о чем свидетельствовали периодические тосты. Также одна девушка из этой компании изредка удерживала внимание на клипах, транслировавшихся в телевизоре. Так как это гастробар, здесь нет большого ассортимента напитков, и кроме пива, лимонадов и кофе-чая в меню ничего не было, при этом выбор среди блюд довольно широкий. Нельзя сказать, что столы посетителей были накрыты до отказа, наоборот, во всех трех случаях столы занимали пивные бокалы, чашки с чаем или кофе, и небольшие тарелки со снеками, салатами и десертами. Лишь чуть позже большой компании принесли несколько бургеров с картошкой. Официанты у столиков не задерживались, принимали, приносили заказы и иногда подходили уточнять, не нужно ли что-то еще.

Атмосфера: На разных этажах атмосфера немного разнится. На первом этаже, где места только у барной стойки, атмосфера довольно пабная, немного «футбольная», и как будто это место предназначено только для группы с определенными интересами, а именно «прийти-выпить пива-посмотреть матч-пообщаться с братанами». Атмосферу второго этажа можно уверенно назвать домашней и свободной. Здесь можно умеренно весело и спокойно отметить какой-то праздник, просто встретиться с друзьями, даже прийти одному и пообедать в перерыве между делами, как в кафе.

Комментарии информантов:

1) Информант Денис, приблизительный возраст 22-25 лет: Был в баре приблизительно 5 раз. Атмосфера этого бара ему приятна в первую очередь своим спокойствием и отсутствием «суеты, какого-то напряга. Здесь и музыка всегда очень успокаивающая». По опыту информанта, здесь не очень много народу собирается, даже в выходные есть хотя бы один свободный стол. Немноголюдность он считает положительной чертой, так как хочется «побыть в нешумном месте, где никто не ведет себя как-то вызывающе, приставуче. Здесь все занимаются своими делами, никто никого не трогает». Информант никогда не занимал место за стойкой на первом этаже, так как, по его мнению, ему там нечего делать, «это место для открытых людей, и для тех, кто любит позалипать на игру и, возможно, пообщаться с барменом. Там атмосфера совершенно другая. А наверху как раз уютно и максимально приятно».

2) Информант Ольга, приблизительный возраст 20-25 лет: Была здесь три раза. Она также подчеркнула здесь «пабный уют» и спокойствие, формирующееся посредством тихой, не привлекающей особого внимания музыки и в целом немноголюдностью.

Таким образом, основные особенности социального пространства «Бара Культуры и Отдыха» выглядят следующим образом:

1) В залах формируются разные локусы, что является следствием, во-первых, разделения на этажи, во-вторых, разницей в способе рассадки.

2) Соответственно, характер взаимодействий различается в этих двух локусах. Взаимодействия между посетителями «у барной стойки» носят более сплоченный, громкий характер, в которые также, предположительно, включается бармен. На втором же этаже посетители взаимодействуют только с теми, кто находится в их компании, при этом их внимание сфокусировано преимущественно на общении друг с другом, но не на трансляции в телевизоре, например.

3) Само «чувство места» скорее всего отличается у тех, кто находится у стойки, и тех, кто на верхнем этаже, но не слишком сильно, так как интерьер в обоих залах по стилю одинаков.

4) Акторами социального пространства этого бара во время проведения наблюдения были группы или компании, но, вероятно, это место могут посещать и в одиночку, чтобы просто поесть, например.

5) Неяркая, спокойная, домашняя обстановка физического пространства формирует такую же социальную атмосферу в целом. Все ведут себя спокойно и расслабленно.

6) Как социальное, так и физическое пространство не иерархизировано.

В «Баре Культуры и Отдыха» как в «третьем месте» можно выделить следующие характерные черты: нейтральность территории, доступность (близость к метро, много автобусных остановок в шаговой доступности, а также нахождение среди жилых домов), «уравнивание», игривый дух и альтернатива дому. Сделать вывод о наличии завсегдатаев сложно, предположительно здесь наверняка есть постоянные посетители, но как их присутствие в баре влияет на характер социального пространства – неизвестно.

***2.3. Результаты интервью***

Было проведено 10 полуформализованных интервью продолжительностью 15-20 минут. В качестве информантов выступали люди, имеющие опыт посещения и работы в барах, возраст информантов 20-25 лет, среди них студенты и работающие. Преимущественно это жители Санкт-Петербурга, но также был один информант, который жил здесь несколько лет, но переехал, и два информанта, которые живут в других городах, но периодически приезжают сюда как туристы. Вопросы касаются следующих основных тем: личный опыт и цели посещения; восприятие барного пространства; особенности взаимодействий с людьми и иных практик, осуществляемых в пространстве бара; расположение баров в городском пространстве.

В рамках первой темы следовало выяснить, как часто человек посещает бары и с кем, а также зачем он идет туда или что хочет получить от посещения. На основе этого можно сделать вывод о включенности этой практики в его повседневную жизнь. На частоту посещения баров напрямую влияет, пьет ли человек алкоголь или нет. Большая часть информантов, которые пьют алкоголь, называли периодичность раз-два в месяц или чаще. Те же, кто не пьет, посещают намного реже: «*Я сам алкоголь не пью особо, поэтому просто так целенаправленно туда не хожу и хожу в целом редко, может быть раз в полгода и, как правило, в компании*» (Информант 2, Николай, 22 года). Также на частоту влияет загруженность на учебе или на работе: «*В последнее время нет, не очень [часто], ну, из-за диплома, потому что тоже пишу, а до этого да, почаще было намного, когда свободного времени много, раза два в неделю*» (Информант 6, Денис, приблизительный возраст 25 лет). Помимо этого, фактором могут являться особенности графика работы: информанты, которые работали до позднего вечера или в ночь, после работы могли зайти в бар, так как все прочие заведения, где можно отдохнуть, закрыты: «…*когда ты работаешь в общепите, бар как правило соседний, вот который рядом с твоим, там ты получается туда начинаешь ходить после работы, начинаешь со всеми знакомиться, дружить, становишься там как свой, у тебя там уже и скидочка есть, и наливают тебе просто так. «Куда же я пойду после работы? Наверное, я пойду в бар «Слона», потому что он рядом*.» (Информант 5, Анна, 21 год, работает официанткой в баре); «…*это места, которые работают поздно и обычно всю ночь, а темп жизни был такой что утром ты учишься, днем-вечером работаешь и остается только ночь, а ночью вот только бары открыты*» (Информант 4, Анастасия, 24 года). Среди компаньонов для похода в бар информанты преимущественно выбирают друзей и коллективы по работе или учебе, а также своих партнеров. Три девушки также указали, что им важно, чтобы это были именно близкие люди: партнер, родители или близкие друзья: «*Как правило, вот с друзьями, ближний круг, либо какие-то очень хорошие знакомые, в которых я уверена, так сказать, которым я доверяю, и с которыми я знаю точно, что смогу о чем-то поговорить*» (Информант 9, Ксения, 20 лет); «*Чаще всего я хожу со своим мужем, друзьями, мужем и друзьями, именно вот с компанией близких мне людей. Иногда, очень редко, но бывает, я могу ходить со своими подругами. Ну, девочками только*» (Информант 1, Валерия, 21 год); «*С мамой в основном мы ходили и ходим вот марафоны барные устраиваем…Ну и вот с парнем*» (Информант 8, Ольга, приблизительный возраст 25 лет). В качестве цели посещения информанты называли психологическую разгрузку и расслабление, при этом способствует снятию стресса открытое общение и алкоголь в совокупности: под воздействием алкоголя они свободнее выговариваются, делятся волнующими проблемами и вопросами и отвлекаются или отпускают все заботы: «*снять какой-нибудь вот этот стресс, злобу, особенно если что-то произошло, все-таки работать с людьми – это бывает тяжеловато, когда ты такой: «Все, мне срочно нужно пиво, я больше не могу»*» (Информант 5, Анна, 21 год), «*Моя цель нахождения в баре – это разгрузиться от всех мыслей, которые накопились, поговорить о чем-то отдаленном, что не касается ни учебы, ни работы, ни каких-то проблем, просто, можно сказать, закинуться алкоголем, немножко забыться*…» (Информант 9, Ксения, 20 лет). Три информанта также отметили желание попробовать какие-то новые, интересные напитки или еду, которую подают только в определенном баре как тоже очень сильный мотив: «…*конкурентные преимущества у бара есть, то что многие напитки, которые там продаются, их нигде не найти, то есть, например, мне нравился очень сильно Guiness, хороший, и вот когда ты приходишь, то есть мне не жалко было там четыреста рублей отдать за стакан, действительно ты пьешь его сидишь час, он классный, он хороший*…» (Информант 2, Николай, 22 года), «*Наверное, дело в пиве все-таки. И все-таки не коктейльные бары нравятся мне, не там, где делается акцент на крепкий алкоголь или разнообразный алкоголь, а те, где делается акцент на пиво, потому что приходит определенный контингент людей, которые любят выпить какое-то не просто пиво из супермаркета, а что-нибудь интересное попробовать*» (Информант 8, Ольга), «*Ну, у них часто есть хорошие поставки. Мне еще с этой стороны интересно, что допустим, мне легче у них какое-то пиво попить, чем найти в магазине, который близко к моему дому. И просто за то, что у них есть хороший выбор, я тоже вот готов к ним ходить, если они умеют достать какие-то сорта определенные, которые мне нравятся*» (Информант 6, Денис). Только два информанта отметили как возможную, но не основную, цель посещения бара – познакомиться с новыми людьми. Далее следовало выяснить, почему информанты выбирают конкретно бары для этих целей, в чем, на их взгляд, заключается уникальность бара как места для, например, встреч с друзьями или коллегами или разгрузки и отдыха. По мнению информантов, эта уникальность состоит в сочетании особой атмосферы, формирующейся в баре, и акценте на потреблении алкогольных напитков: «…*ты можешь выпить, поговорить с друзьями и так далее, и проблема тебя не беспокоит. То есть она может тебя беспокоить на следующий день. А если просто ходить по парку гулять и проговаривать эту проблему, то она все равно будет сидеть в голове, потому что мне кажется все равно, когда человек немного выпьет, ну так сказать под градусом, он более, ну, ни о чем не думает, то есть ни о проблемах, ни о том, что происходит и так далее… Мне кажется, тут влияет и алкоголь, и атмосфера в целом. Потому что чем, так сказать, приятнее атмосфера, такая спокойная, непринужденная, тем легче, ну и алкоголь тоже может способствовать этому*» (Информант 1, Валерия); «[*про кафе и парки] я считаю эти места достаточно скучными, немножко уже заезженными, приевшимися, а бар дает такую небольшую изюминку к твоему так сказать времяпрепровождению опять же. … В парке нельзя пить алкоголь, дома можно, но ты и так можешь это сделать. В кафе тебе не нальют много алкоголя, а если ты напьешься, тебя вынесут оттуда*» (Информант 9, Ксения), «*там мне нравится атмосфера, то что, когда люди выпивают, они расслабляются. И как-то ощущения такого легкого праздника, когда праздника в принципе нет*» (Информант 10, Икар, 23 года). Также информанты часто говорили о том, что в бар они идут за общением, не похожим на обыденное, за новым опытом или своеобразным налаживанием отношений: «*Алкоголь – это агент сближения очень хороший для многих людей …очень много компаний есть, которые, чтобы наладить коннект внутри, как я замечал, выбирают какое-то место, чтобы бухнуть, и, соответственно, в этот момент язык развязывается, разговор легче идет. Плюс частенько, мне кажется, это сопровождается каким-то опытом необычным, то что они там какой-то кринж (что-то стыдное) сотворили, это людей сближает тоже*» (Информант 2, Николай). В дополнение ко всему этому довольно частой причиной выбора бара как места встречи было то, что информанты живут не одни или в общежитии, или в маленькой квартире, или в целом не любят гостей, поэтому организовывать встречи, в частности с алкоголем, дома не представляется возможным, поэтому они идут в бар как на нейтральную территорию, где будет комфортно всем.

Второй блок вопросов был посвящен восприятию барного пространства, что они рассматривают как положительные и негативные черты пространства бара (как физического, так и социального), которые влияют на то, как они себя чувствуют. Здесь стоит отметить, что в основном представления о баре как о хорошем месте, где информанты с удовольствием проводят время, завязаны на том, что это должно быть место, где можно сесть и спокойно поговорить с компанией. Только два информанта рассказали, что, хоть ранее имели опыт посещения клубных или танцевальных баров, где главный акцент на «тусовке» и танцах, сейчас они либо вовсе не посещают такие места, либо посещают гораздо реже: «*Раньше я туда очень часто ходила, когда только сюда переехала. А потом, когда я начала ходить уже по другим заведениям, где ты именно сидишь, можешь и поговорить, и напиться, как-то по-домашнему мне больше нравится*» (Информант 5, Анна). Тем не менее, мнения по тому, должен ли бар быть более домашним или оживленным и «темпераментным», чтобы информантам было бы в нем комфортно, разделились. Кто-то принципиально избегает громких и многолюдных мест, кого-то напрягает тишина и непринужденность, а кто-то отдает предпочтение тому или иному формату в зависимости от настроения. Далее приведены примеры, на что информанты обращают внимание в барах, что влияет на их самоощущение в баре: «…*первое, на что я обращаю внимание, когда прихожу в бар, это музыка. От музыки зависит многое. То есть если я слышу какую-то знакомую музыку, мне прям так сразу хорошо становится. Если я слышу постоянно какие-то треки, которые я вообще не знаю, я буду чувствовать себя не очень комфортно*» (Информант 1, Валерия); «*Приятно я себя чувствую в барах, в которых с душой подошли к оформлению бара. То есть это действительно бывает интересно, что ты сидишь и рассматриваешь, как интересно стены сделаны, как интересно меню. То есть здесь добавляются какие-нибудь детали помимо того, что ты приходишь просто напиток выпить*» (Информант 2, Николай); «*Я не люблю шумные бары, и где всегда достаточно популярные бары, как, например, Контакт бары, где очень много народу всегда, очень шумно, очень людно. Всегда играет громкая музыка, постоянно. И, наверное, даже я скажу честно, хоть я и курящий человек, я ненавижу бары, где можно курить*» (Информант 3, Андрей, 20 лет); «*Вообще [нравятся] два разных противоположных типа. Первый это вот совсем должно быть все битком. Вот эти вот «Контакт бары», где все своими компаниями сидят, и вы приходите в эту шпротную бочку своей компанией, и либо всем все равно друг на друга, либо вы друг с другом там коннектитесь. Либо наоборот все какие-то cozy места, просто тихие уютные, чтобы зонирование было лучше сделано, и диваны высокие стояли, чтобы вы вот как-то обособленно в общем сидели*» (Информант 4, Анастасия); «[*Некомфортно] много ярких цветов…бывает такое, что сотрудники по своему поведению очень жестко отталкивают, потому что по тому, как они с тобой общаются. Ну, если про интерьер, то это вот яркие предметы. Просто лучше, чтобы все было в одном каком-то стиле, само по себе не выделялось. Здесь же помогает, как мне кажется, приглушенный свет. Если просто заведение яркое, тебе все в глаза*» (Информант 6, Денис); «[*Важно] конечно, вежливость стаффа, музыка какая-нибудь, не шансон какой-нибудь, и не что-то суперспокойное, а золотая серединка между попсой и классной релаксирующей музыкой. Потом на интерьер я на самом деле обращаю внимание, особенно мне нравится, когда присутствуют какие-нибудь неоновые вывески, какое-нибудь меню удобное с картинками…*» (Информант 9, Ксения); «*По дизайну, мне кажется, если есть какой-то красивый футуристичный дизайн, то это здорово. Если его нет, если обычный паб, то тоже хорошо. Прикольно, если музыка под твое настроение попадает, то есть тут если прям угадать, то это здорово*» (Информант 10, Икар). Охарактеризовать атмосферу бара как домашнюю или оживленную («тусовочную»), исходя из выделенных информантами ключевых составляющих, можно по следующим аспектам: музыкальное оформление, предметное оформление (интерьер) и контингент. Таким образом, под «тусовочным» типом бара подразумевается наличие умеренно громкой музыки, популярной или танцевальной, яркого необычного интерьера, а также умеренная многолюдность (не толпа). Домашний тип бара формирует тихая спокойная, не привлекающая особого внимания музыка, неброский комфортный интерьер, малое количество посетителей (но не пустующий бар). При этом, если говорить про такую составляющую, как контингент, следует учитывать не только количественную сторону (много или мало людей), но и качественную. Здесь имеется в виду поведение посетителей и сотрудников: «*Я думаю, то что как они должны выглядеть – не так важно, скорее важнее, какие люди там находятся. То есть ну вот именно такие веселые, без каких-то определенных проблем с алкоголем, то есть чтобы там не агрессивные…*» (Информант 10, Икар); «*Потом отношение персонала, как вас встречают, как с вами общаются, когда принимают заказ, как общаются в принципе с вами. Вот очень люблю, когда персонал на одной волне, когда он трезвый, но может вести себя как, не знаю…так же с сумашедшинкой, как вы…больше всего отталкивают сами клиенты такого контингента, которые бухают без продыху, ведут себя неподобающим видом, собственно там лезут в разговор, в драку, пытаются спровоцировать драку, мешают времяпрепровождению. Наверное, все-таки самый большой дискомфорт приносят люди*» (Информант 9, Ксения). Общие требования у всех информантов к бару как к хорошему месту – хорошее качество обслуживания и напитков с едой, безопасность (что связано с поведением других посетителей), и чувство «равенства»: «*не суперпафосные, где 4 стола на весь бар, и все так друг на друга смотрят и смотрят, кто тут интеллигентнее…*» (Информант 4, Анастасия), «*Плюс атмосфера вот второе, опять же, она тут приятная, лайтовая, не какая-то напряжная, то есть как будто ну все наравне, все люди наравне. Нет такого, что ты вот смотришь на людей и кажется то, что вот у них как-то выше статус, еще что-то. Нет, то есть они такие же, как и ты. Ты чувствуешь себя наравне со всеми, все сидят, что-то пьют, разговаривают, и ты точно такой же абсолютно*» (Информант 1, Валерия). Стоит также отметить, что ощущение безопасности особенно было важно для информантов женского пола, под которым они подразумевали невмешательство других посетителей в их компанию. Помимо этого, трое информантов отметили важность возраста контингента бара – они чувствуют себя неуютно, если в баре большая часть посетителей более старшего возраста. Касаемо расположения, выборе места в баре, преимущественно информанты выбирают не центральные места, а какие-нибудь углы или обособленные столы. Только два информанта рассказали, что любят иногда выбирать места у барной стойки.

В рамках третьего блока вопросов упор делался на характере взаимодействий информантов с другими людьми в баре, на других, помимо общения, практиках, а также на наличии опыта столкновения с конфликтными ситуациями в барах. Общение у информантов является основным видом взаимодействий в баре. При этом оно носит полностью неформальный, более открытый, раскрепощенный, нежели повседневный характер, и, как правило, не касается каких-то деловых вопросов: «*Общение в баре, мне кажется, оно само по себе по-другому строится, потому что в целом начинают обсуждать какие-то более интимные вещи очень часто в барах, и это не очень сравнимо с повседневным общением, потому что это интересно с людьми обсуждать в баре что-то такое прям сокрытое, скажем, в листве от глаз*» (Информант 2, Николай); «*Я чаще хожу с друзьями, мне с ними классно проводить время, и как будто в баре они, то есть вот как-то раскрываются еще больше, то есть это та обстановка располагает про какие-то такие вещи поговорить, которые до этого, может быть не обсуждались, как-то настроение больше поднимается, как будто бы все и так хорошо, но становится еще лучше*» (Информант 10, Икар). Также многие воспринимают «барное общение» как способ разгрузиться эмоционально, выплеснуть накопившееся: «*В баре как будто какое-то подведение итогов, и у вас спадают все социальные роли, типа все, мы закончили все рабочие дела, все учебные дела, у нас время отдыха и все, весь напряг скидывается, в том числе за счет обсуждения этого всего прошедшего за период времени*» (Информант 4, Анастасия); «*Мы люди всегда о чем-то думаем, о чем-то загоняемся, у нас есть какие-то свои проблемы, и иногда мы не можем их просто вот высказать. А когда мы приходим в бар, мне кажется, мы расслабляемся, мы можем даже вот обсудить что-то серьезное, вот, например, я обсуждаю какие-то серьезные вещи в основном, потому что мне легче так, у меня голова как-то не очень забивается в этом плане, проще раскрыться, и это очень помогает что-то сказать, обсудить, высказаться*» (Информант 1, Валерия). Далеко не все информанты допускают для себя включение в свое поле взаимодействия других, незнакомых людей, они хотят спокойно пообщаться со своей компанией, и чтобы им никто не мешал, но все же некоторые отмечали, что любят, например, знакомиться с кем-то в баре или поговорить с сотрудниками: «*Потом завести какие-то новые отношения, не обязательно любовные, можно дружеские, деловые, все бывает. Я вот это вообще обожаю, вот эти все спонтанные какие-то знакомства. Какие-то там, так сказать, обмен словечками, и я сразу вот в таком состоянии включаю кокетку и начинаю просто с каждым встречным: «Ой, привет, как дела?», там еще что-нибудь или какую-нибудь шутку бросить…мне очень нравится этот обмен энергии*» (Информант 9, Ксения); «*Познакомиться тоже очень классно, потому что там люди просто расслабляются и больше открыты для знакомств. Ну и бывает люблю, если с каким-то человеком прихожу, с другом или с девушкой, за барную стойку сесть…Бармены они больше расположены для общения, у них как бы там работа ну такая…Ну, с официантами тоже по кайфу так пообщаться иногда*» (Информант 10, Икар). Если говорить о других практиках, то все же большинство информантов приходят в бар именно за хорошим комфортным общением, и редко занимаются чем-то другим, но некоторые могут, например, поиграть в какие-то игры, потанцевать или попеть караоке, если позволяет формат заведения, сосредоточить свое внимание на дегустации чего-либо: «*Ну, мне кажется, самое первое, что особенно у молодежи популярно, это игры разные. Я имею ввиду не футбол, не шахматы, а в телефоне там всякие игры, связанные с вопросами, со словами, бутылочка та же самая условная, ну, много разных игр. Особенно многие игры они такие, требуют открывать, скажем, неприглядную сторону себя, и на пьяную голову это все идет намного легче у людей, и интереснее*» (Информант 2, Николай); «*В основном вот попробовать какие-то новые вещи из меню, допустим что-то интересное, ну или сходить в знакомое уже заведение, взять что-то еще раз*» (Информант 6, Денис); «*Можем попеть, если мы в караоке, с кем-то познакомиться…и потанцевать тоже, если есть возможность. То есть заняться таким, что здесь и сейчас требует твое настроение*» (Информант 10, Икар). Случаи с конфликтами, возникающими в барах, информанты отметили как единичные и очень редкие, но при этом каждый сталкивался с таким хотя бы один раз, и чаще сталкивались именно те, кто работал или работает в самих барах. При этом один информант отметил, что если бар находится в каком-то отдельном районе, где его посещают только местные жильцы, то конфликтов там происходит гораздо меньше, а в других, где публика более разношерстная, неприятных ситуаций больше: «*На Петроградке я работал, потом на Восстания, вот там были впритык места, там просто люди, которые…очень много людей разных приходило, и постоянно было какое-то что-то. Ну и, конечно же, самое такое частое, это то, что: «Че у вас так дорого?». Вот, а на Петроградке там постоянники обычно, поэтому и не так много конфликтов и таких ситуаций. Вот только 2-3, которые я видел за полгода*» (Информант 6, Денис). Если говорить о завсегдатаях как об одном из главных элементов «третьего места» у Ольденбурга, то исходя из наблюдений информантов, в частности с опытом работы в барах, они не играют существенной роли в социальном пространстве городских баров. Они не задают общее настроение, не являются «лицом» бара или барного сообщества, более того они часто воспринимаются как «нарушители атмосферы»: «*В основном все завсегдатаи выходят из нашей возрастной категории, это скорее люди за 35, которые ходят постоянно в бары два раза в неделю…Самое странное, что там [в местном баре] очень мало людей, все очень тихо довольно-таки сидят, если нет компании какой-нибудь, тех же самых завсегдатаев, которые смотрят футбол*» (Информант 7, Владислав); «*Может быть кто-то такой просто общительный, вот он приходит, может к кому-то подсесть, ему просто интересно поразговаривать, если они с ним хотят разговаривать. А вот когда приходят постоянно одни и те же люди и ведут себя неподобающе, то ты стараешься с ними договориться, чтобы они не ходили*» (Информант 6, Денис). Завсегдатаи либо часто стараются пообщаться, познакомиться с другими посетителями, либо занимаются своими делами. Также одна информантка, являющаяся работницей бара отметила, что часто у завсегдатаев завязывается коннект с сотрудниками, так как он хорошо знаком с ними, и его тоже узнают: «*У нас есть такие люди. Люди, у которых очень-очень много денег, такие мужчины иногда попадаются, которые повидали жизнь, сделали свое дело и приходят послушать хорошую музыку, и которые к тебе привыкли. У меня есть [Имя] зовут этого мужчину, он короче занимается антиквариатом, очень-очень богатый мужик... Ну и у него начинаются такие темы, как когда видит, что у меня что-то случилось, там «Может тебе помочь?». У меня есть там девчонка, у нее зуб заболел, он ей сказал: «Ты только скажи, я тебе денег скину»*» (Информант 5, Анна).

Четвертый блок был посвящен влиянию нахождения бара на атмосферу района, создает ли он ауру сплоченности в местном сообществе, приносит ли пользу или, наоборот, мешает созданию уюта, вызывает беспорядки. Также следовало выяснить, должны ли бары, по мнению информантов, находится обособленно от спальных районов города, находится только, например, в центре, или важно, чтобы они находились в близкой доступности для всех, в том числе жителей отдаленных от центра жилых районов. Всего несколько информантов сказали, что рядом с местом, где они живут, находится бар поблизости (в самом доме, в соседнем или в квартале), при этом отметив, что дискомфорта им это не доставляет: «*Вообще все спокойно, на самом деле, вот именно те бары, которые рядом с нашим домом, они такие ну туда люди приходят, сидят спокойно, все нормально*» (Информант 1, Валерия). В целом же по поводу приемлемости нахождения бара в спальных дальних районах, не в центре, взгляды информантов разделились: «*Я считаю, что в спальном районе как раз должны находится бары, потому что в спальном районе, если он находится далеко от центра и просто ехать в центр, где достаточно людно и много народа, и идти в бар, который на 90% будет заполнен людьми, ну такое себе*» (Информант 3, Андрей); «*Я считаю, что хорошие бары они должны быть везде, хотя бы один в радиусе 3х километров должен находиться. Даже если это будет маленький магазин с крафтом, где можно будет просто посидеть выпить, то это тоже хорошо*» (Информант 8, Ольга); «*Мне прям нравится, когда такие места есть в таких спальных районах, но, наверное, если бы я прям там же жил, может я бы думал по-другому. Если бы я жил там на верхнем этаже, я б может хотел что-то ужасное сделать с этим пабом. А так не, мне в принципе…, мне нравится, когда в спальных районах есть какая-то суета, какие-то движения и происходят*» (Информант 10, Икар). Те информанты, которые утверждали, что барам лучше находиться в центре, преимущественно обосновывали это тем, что поход в бар для них предполагает именно выбраться куда-то, как какое-то светское мероприятие, бар для них не должен входить в часть обыденной инфраструктуры: «*В Питере в целом такая популярная тенденция, что люди едут за бары именно куда-то в центр, на какую-нибудь Некрасова, Чернышевскую, потому что они именно культурно хотят выбраться, и я даже не припомню, чтобы были случаи у меня или у знакомых, чтобы они просто пытались на районе найти какой-то бар и в него зайти*» (Информант 2, Николай); «*Если это не что-то шумное, просто место с алкоголем, наверное, почему бы и нет. В любом случае что-то такое более цивильное. Это лучше, чем пиво в разлив и всякое такое. Но наверняка это не сильно будет пользоваться спросом, особенно если это вот спальничек, а не ЖК, потому что люди, когда куда-то выходят, они хотят именно какого-то go out…чтобы какое-то мероприятие*» (Информант 4, Анастасия). Также причиной является потребность в тишине, все-таки дом для них – уют и спокойствие, а бар скорее всего создаст шум и напряженность. Также для некоторых дом, находящийся на окраине города – место только «поспать», в особенности если речь идет о тех, кто работает в центре: «*Я наоборот считаю, что лучше, чтобы они находились где-то в центре, где-то в таких местах достаточно людных и интересных, потому что…ну, все-таки в местах отдаленных, тихих хочется тишины иногда. Собственно, и чтобы не совсем уж облениться, я считаю, что пусть они лучше будут где-то там в центре*» (Информант 9, Ксения); «*Я общаюсь с людьми, которые живут в Девяткино, спрашиваю: «Как тебе там вообще?». Мне отвечают, что Девяткино – это только кровать. То есть я приду туда - посплю, помоюсь, пойду на работу, я весь день просто буду проводить в центре. И приеду в Девяткино я только для того, чтобы поспать. Поэтому, наверное, и не актуально*» (Информант 5, Анна).

***2.4. Общие выводы по эмпирическому исследованию***

На основе анализа полученных в ходе эмпирического исследования данных можно сделать выводы о том, в чем заключается социальное значение баров. Так как в качестве социального значения в рамках данной работы рассматриваются результаты реализации деятельностных и коммуникативных взаимодействий, осуществляемых людьми в пространстве бара, здесь важно было сконцентрироваться на особенностях социального пространства бара. Необходимо было выяснить, как люди воспринимают барное пространство, что влияет на их самоощущение, а также как отражается практика посещения баров на социальных межличностных отношениях и взаимодействиях в целом. Для этого по итогам проведенного наблюдения были описаны характерные черты социального пространства, формирующегося в барах:

1) Акторами социального пространства баров могут являться как индивидуальные, так и групповые агенты. Преимущественным образом, это группы индивидов, но в зависимости от формата бара, например, с гастрономическим акцентом, в редких случаях акторами также могут выступать отдельные индивиды.

2) Тот или иной формат бара подразумевает наличие определенных черт физического пространства. Это включает в себя стиль интерьера, преобладание определенного жанра музыки, наличие особенных функциональных предметов (караоке, игровые столы, танцпола и пр.), уровень освещения, ассортимент предлагаемых напитков и блюд, а также количество отведенных мест для посетителей. Черты физического пространства определяют основной «дух или атмосферу места». По полученным в результате наблюдений и интервью данным можно выделить три типа атмосферы: «тусовочная», домашняя и аутентичная. Каждому типу соответствует определенный набор черт физического пространства.

3) Также важной составляющей атмосферы места, считываемой акторами, является контингент или «человеческая составляющая» пространства, что и представляет собой социальное пространство конкретного бара. Как правило, физическое и социальное пространства соответствуют друг другу. Так, например, если человек заходит в бар, предполагающий домашнюю атмосферу, поведение акторов социального пространства этого бара будет иметь скорее всего спокойный, более тихий характер.

4) Соответствие социального пространства физическому указывает на формирование под влиянием определенного типа предметной среды бара «чувства места» у индивидов, которое задает определенную стратегию поведения присутствующих, а также определяет характер взаимодействий в рамках самого пространства. В основном от него зависит открытость или закрытость взаимодействий (готов ли индивид включаться во взаимодействия с другими, незнакомыми людьми), степень сплоченности присутствующих (отношение к «своим» и к «другим», в т. ч. к сотрудникам) и темпераментность взаимодействий (громкость разговоров, свободность или сдержанность телодвижений).

По итогам интервью с людьми, имеющими опыт посещения баров, были выделены особенности восприятия современного барного пространства. Результаты интервью помогли дополнить представления о характеристиках барного социального пространства, а также дали почву для формирования предположения о соответствии баров концепту «третьего места».

1) Место практики посещения баров в повседневной жизни людей обосновывается потребностью в психологической разгрузке, снятии стресса и расслаблении, что обеспечивает главным образом общение с другими людьми, которое в баре приобретает совершенно иной, отличный от повседневного общения характер. Особенность «барного» общения заключается в психологическом состоянии, которое достигается как алкоголем, так и под влиянием особой атмосферы бара. Разговоры приобретают свободный и искренний характер, и посредством такого свободного «выливания души» и достигается желанная разгрузка.

2) Также целью посещения баров может служить желание «обновить свою социальную жизнь», например, завести знакомства с кем-то новым или наладить отношения с уже знакомыми людьми. В первом случае бар рассматривается как место, наиболее подходящее для завязывания неформальных дружеских или романтических отношений, а во втором – как место сближения, узнавания людей с разных, в частности неформальных, сторон.

3) На основе отмеченных информантами предпочитаемых характеристик барного пространства, а именно музыкального и предметного оформления и контингента, можно выделить два типа атмосферы, «идеальной» для того, чтобы в барах посетители могли получить то, за чем они приходят в бар. «Тусовочный» тип подразумевает наличие умеренно громкой музыки, популярной или танцевальной, яркого необычного интерьера, а также умеренная многолюдность. Домашний же тип предполагает тихую, спокойную, не привлекающую особого внимания музыку, неброский комфортный интерьер и малое количество посетителей. При этом также существенным представляется и качественная сторона контингента, в которую входит его поведение и возрастная категория.

4) При домашней атмосфере социальное пространство бара, как правило, представляет собой зонированное пространство, где определенные группы знакомых между собой индивидов закреплены за одним конкретным местом (например, столом), при этом взаимодействия ограничиваются именно этим местом или крайне редко выходят за его рамки. В «тусовочных» барах чаще границы определенных мест меняются, расширяются, например, при включении во взаимодействия других людей. Иначе можно сказать, что социальные взаимодействия здесь в меньшей степени привязаны к месту и могут выходить за его пределы.

5) Бары как «третьи места» действительно воспринимаются как комфортная нейтральная территория, а также как то место, где «спадают» все социальные роли и статусы, где общение является основной деятельностью. В больших городах, таких как Санкт-Петербург, бары того или иного формата находятся практически во всех районах, что делает их доступными для всех. Также «чувство места», формирующееся в рамках социального пространства бара, способствует проявлению здесь игривого духа и ощущения «дома».

6) Черты «третьего места», которыми бары могут не обладать – неприметность и наличие завсегдатаев. Так бары, находящиеся в центре, публика которых всегда очень разнородна, которые стараются выделиться среди других заведений и привлечь как можно больше посетителей, в меньшей степени являются «третьими местами» ввиду как раз несоответствия этим критериям.

7) Также посещение баров как «третьих мест» способствует извлечению следующих выгод: обретению опыта неформального общения и участия в разговорах, практикуемых в неформальной обстановке третьего места; выход за рамки рутины и возможность «по-новому» провести свободное время; поднятие духа и подбадривание; возможность поддержания отношений с большим количеством людей, т.е. с группой, а не только с отдельными индивидами, «социализироваться» в группе. При этом возможность построения гармоничных отношений с другими людьми может оставаться спорной ввиду того, что гармония в межличностных отношениях в ряде случаев может иметь место исключительно в «барных условиях», и не выходить за их рамки, в повседневность.

Эмпирические данные подтвердили первую гипотезу о том, что бары различаются по степени соответствия критериям «третьего места». На это указывает различие между барами на окраине города и в центре, последние вынуждены конкурировать с другими заведениями, используя все средства, чтобы не быть «неприметными», что в свою очередь не применимо к концепту «третьего места». Также подтверждением этому служит «текучесть» и разнородность посетителей баров центра, что зачастую мешает формированию стабильного «барного сообщества» и появлению здесь завсегдатаев, или же их роль здесь куда более слабая, чем в барах на окраинных жилых районах. Также была частично подтверждена и вторая гипотеза о том, что на характер социальных взаимодействий, возникающих в пространстве бара, влияют в первую очередь физические характеристики места. В результате как наблюдений, так и интервью было отмечено, что предметная среда бара, которая включает в себя главным образом музыкальное и предметное оформление (интерьер) задает определенные стратегии поведения посетителям, формирует в них «чувство места», как только они закрепляют за собой место в пространстве бара. Этим же определяется и характер взаимодействий между ними: их степень открытости и темперамент. Помимо этого, было выяснено, что не только физические характеристики имеют определяющее влияние на способы взаимодействий людей с местом и друг другом, но и «человеческая составляющая» места или контингент. Уже сформировавшиеся и закрепившиеся среди акторов социального пространства бара модели поведения передаются «новоприбывшим».

Таким образом, социальное значение баров заключается в следующем:

Бары обладают уникальным социальным пространством, в котором осуществляются особого рода практики и взаимодействия. Их уникальность и особенность заключается в непохожести на повседневные, рутинные практики, хотя основная функция баров – снятие напряженности, предоставление отдыха, расслабления и чувства свободы, - то, в чем периодически нуждается каждый. Также общение как одна из главных потребностей человека здесь приобретает свободный, искренний и неформальный характер, и продуктом такого общения являются как личные эмоции, способствующие улучшению собственного психологического состояния, так и улучшение качества социальных отношений, межличностных и внутригрупповых.

# **Заключение**

В связи с малой изученностью социальной значимости городских публичных досуговых мест, заведений общественного питания, в частности баров, тема данной работы представляет интерес для области социологии и антропологии города. Посещение баров является распространенной практикой среди горожан, в особенности больших городов, как Санкт-Петербург, оно занимает немалое место в их повседневной жизни. Тем не менее, из-за недостатка представлений о действительной роли и функциях баров, такие заведения часто рассматриваются как нечто негативно влияющее как на личностное, так и общественное развитие. Таким образом, основной целью данной работы было на основе теоретических материалов и эмпирических данных определить их социальное значение, под которым понималось, главным образом, влияние включенности практики посещения баров на социальные взаимоотношения и жизнь общества в целом.

Так в рамках исследования теоретических материалов были изучены особенности формирования социальных пространств и локусов социальных взаимодействий. Социальное пространство конкретного места представляет собой особую организационную форму локализированных социальных отношений, состоящих из взаимодействий определенного характера между субъектами, или акторами, и осуществляемых ими практик. В рамках определенного социального пространства существуют «местные» способы оценки и интерпретации индивидуальных или групповых стратегий поведения акторов. Предметная среда места играет определяющую роль в формировании «чувства места» среди его акторов, дающего возможность предсказывать последствия их поступков и реакцию на них других акторов взаимодействия.

Далее бары были рассмотрены с точки зрения концепции «третьего места», в рамках чего были выделены основные характерные черты и социальные функции «третьих мест», а также выявлены особенности влияния практики посещения баров на социальную сферу повседневной жизни человека и общества в целом. Бары как «третьи места» предоставляют людям нейтральную территорию для взаимодействий, где все становятся «равны друг другу», что в свою очередь обеспечивает свободу проявления личности и индивидуальности путем открытой и свободной коммуникации. Характер пространства баров лишен серьезности, свойственной внешнему миру, и отличается игривостью, неформальностью и комфортом. Включенность посещения баров в рутину как участие в жизни «третьего места» способствует улучшению навыков неформального общения и получению психологического комфорта и поддержки. Бары, как и прочие питейные заведения, имеют большое культурное значение практически во всем мире, они сыграли не последнюю роль в преобразовании общественной жизни. Они удовлетворяют людскую потребность в месте для интеллектуальной, духовной, психической и социальной эмансипации, поэтому они являются одними из наиболее привлекательных мест для досуга.

Также были изучены исследования заведений общественного питания с историко-социологической точки зрения, в фокусе которых была история и причины их развития и распространения, а также рассматривалась их роль и значение в жизни общества. Питейные заведения обладали ролью институтов коммуникации для социальных групп, чьи жизненные ценности не разделялись «большим обществом», поэтому такие заведения становились своеобразным «убежищем», где отсутствовала цензура и давление, а их посещение было способом эмансипации и протеста.

В рамках эмпирического исследования были описаны основные черты социального пространства баров Санкт-Петербурга, а также изучены особенности восприятия барного пространства посетителями. На основе итогов анализа эмпирических материалов был сформулирован вывод, касающийся социального значения баров в городском пространстве.

Социальное значение баров заключается в предоставлении особого социального пространства, где посредством особого вида социальных практик и взаимодействий удовлетворяются множество как психологических, так и социальных потребностей: в неформальном общении, комфорте, отдыхе и свободе. Бары служат «убежищем» от пафосного формального внешнего мира, от обязанностей и тревог, но также являются и местом, где формируется и улучшаются множество социальных связей и отношений, укрепляется идентичность или чувство принадлежности к тому или иному сообществу, той или иной социальной группе.

Таким образом, в рамках исследования были выполнены все поставленные задачи и цель, а также подтверждены гипотезы.

Помимо этого, стоит отметить, что, так как бары, как и множество других публичных мест городского пространства, меняют свои форматы, совершенствуются, подстраиваются под постоянно трансформирующиеся потребности горожан, их место и роль в повседневной жизни меняются. Поэтому перспективы дальнейших исследований представляются достаточно широкими и актуальными, и могут представлять научный интерес.

Список литературы:

1. Акалелова Т.А. Социальное пространство современного города // Теория и практика общественного развития. 2014. №9. (дата обращения: 18.12.2022).
2. Антоновский А.Ю, Бараш Р.Э. «Система социологии» Питирима Сорокина и системно-коммуникативный подход // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2021. №6. с. 528-548. (дата обращения: 04.12.2022).
3. Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. — М.: “Медиум”, 1995. 323 с.
4. Бурдье П. Практический смысл / Пер. с фр.: А.Т. Бикбов, К. Д. Вознесенская, С.Н. Зенкин, Н.А. Шматко; Отв. ред. пер. и послесл. Н.А. Шматко. — СПб.: Алетейя, 2001 г. 562 с. — (Серия «Gallicinium»).
5. Бурдье П. Социология социального пространства / Пер. с франц.; отв. ред. перевода Н. А. Шматко. — М.: Институт экспериментальной социологии, СПб.: Алетейя, 2007. 288 с. — (Серия «Gallicinium»).
6. Васильева Д.А. Социокультурное пространство взаимодействия в контексте изучения организации культурных различий // Вестник Санкт-Петербургского университета. Социология. 2009. №1-2. с. 75-80
7. Вахштайн В. Драматургическая теория Ирвинга Гофмана: два прочтения // Социологическое обозрение. 2003. №4. с. 104-118. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/dramaturgicheskaya-teoriya-irvinga-gofmana-dva-prochteniya (дата обращения: 14.12.2022).
8. Вебер М. Хозяйство и общество: очерки понимающей социологии [Текст]: в 4 т. / Макс Вебер; [пер. с нем.]; сост., общ. ред. и предисл. Л. Г. Ионина; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2016. 445 с.
9. Гарфинкель Г. Исследования по этнометодологии. – СПб.: Питер, 2007. 335 с.: ил. – (Серия «Мастера социологии»)
10. Гидденс Э. Устроение общества: Очерк теории структурации. — 2-е изд. — М.: Академический Проект, 2005. 528 с.— (Серия «Концепции»).
11. Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни / Пер. с англ. и вступ. статья А. Д. Ковалева — М.: «Канон-пресс-Ц», «Кучково поле», 2000. — 304 с.
12. Евсевский Ф. Библия бармена. Всё о напитках. Барная культура. Коктейльная революция. 3-е издание. – Litres, 2015. 417 с.
13. Здравомыслова Е. Ленинградский «Сайгон» — пространство негативной свободы // НЛО, № 100 (6). 2009. с. 660-677.
14. Иванова Н.А. Социальные практики: условие возможности, сущность и многообразие форм // Вестник Челябинского государственного университета. 2014. №17 (346). с. 76-82. (дата обращения: 21.12.2022).
15. Кандаурова А.В. К вопросу о структуре социального взаимодействия // Вестник Нижневартовского государственного университета. 2013. №4. с. 62-66. (дата обращения: 04.12.2022).
16. Квасова И.И. Социальные практики и человеческий опыт (дискурс П. Бурдье) // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Социология. 2009. №2. с. 5-12. (дата обращения: 05.12.2022).
17. Кривицкая А. В. Значение эргонимического термина в структуре эргонимов питейных заведений // Казанская наука. 2022. №. 6. – с. 57-59.
18. Марков Б. В. Храм и рынок. Человек в пространстве культуры. Издательство «Алетейя», СПб, 1999. — 304 с.
19. Методология и методы социологического исследования: учебник / под ред. В. И. Дудиной, Е. Э. Смирновой; С.-Петерб. гос. ун-т. — СПб.: Изд-во СПбГУ, 2014. — 388 с.
20. «Немишленовские звезды: знаменитые владельцы петербургских заведений» / Заграница Туризм [Электронный ресурс]. URL: https://saintpetersburg.zagranitsa.com/article/1990/nemishlenovskie-zvezdy-znamenitye-vladeltsy-peterb (дата обращения: 06.05.2023)
21. Оже М. Не-места. Введение в антропологию гипермодерна / «НЛО», 1992 — (Studia Urbanica).
22. Ольденбург Р. Третье место: кафе, кофейни, книжные магазины, бары, салоны красоты и другие места «тусовок» как фундамент сообщества // пер. с англ. А. Широкановой. — М.:Новое литературное обозрение, 2014. 456 с.
23. Официальный сайт «Бар Культуры и Отдыха» [Электронный ресурс]. URL: http://kulture.bar.tilda.ws/#rec274327015
24. Официальный сайт сети «Контакт Бар» [Электронный ресурс]. URL: https://kontaktbar.ru/
25. Официальный сайт сети «Толстый Фраер» [Электронный ресурс]. URL: http://tolstiy-fraer.ru/
26. Пестова А.В. «Третьи места» третьего тысячелетия: революция рабочего и досугового пространства // Человек в мире культуры. Региональные культурологические исследования. 2017. №2/3 (21). с. 183-185.
27. Прыжов И. Г. История кабаков в России. - СПб.: ИД «Авалонъ», Издательский Дом «Азбука-классика», 2009. 320 с.
28. Серто М. Изобретение повседневности. Искусство делать / пер. с фр. Д. Калугина, Н. Мовниной. — СПб.: Издательство Европейского университета в Санкт-Петербурге, 2013. — 330 с.
29. Сеть молодёжных баров «Контакт Бар» / Kudago Санкт-Петербург. 2022. [Электронный ресурс]. URL: https://kudago.com/spb/place/bar-kontakt-bar/
30. Смирнов Г.П., Смирнов П.И. Понятие «Социальное» как средство построения социологической теории // Вестник Санкт-Петербургского университета. Социология. 2009. №3-1. с. 19-25. (дата обращения: 21.12.2022).
31. Сокулер З.А. Социальное и географическое пространства в концепции П. Бурдье (Научно-аналитический обзор) // Социальное пространство: Междисциплинарные исследования. 2003. №2003. с. 18-63. (дата обращения: 06.12.2022).
32. Сорокин Π.Α. Общедоступный учебник социологии. Статьи разных лет / Ин-т социологии. - М.: Наука, 1994 — 560 с.
33. Токарева С. Б. Концептуальный смысл понятия «Социальное» // Logos et Praxis. 2010. №1. с. 20-26. (дата обращения: 21.12.2022).
34. Хейзинга Й. (1997) [1938] Homo Ludens; Статьи по истории культуры, пер., сост. и вступ. ст. Д.В. Сильвестрова, М.: Прогресс — Традиция, 1997. 416 с.
35. Шугальский С.С. Социальные практики: интерпретация понятия // Знание. Понимание. Умение. 2012. №2. с. 276-280. (дата обращения: 05.12.2022).
36. Щепаньский Я. Элементарные понятия социологии // пер. с польского М. М. Гуренко. Издательство «Прогресс». Москва, 1969. 240 с.
37. Cambridge Dictionary Online: Free English Dictionary and Thesaurus. [Электронный ресурс] URL: http://dictionary.cambridge.org
38. Green J., Plant M. Bad bars: A review of risk factors. Journal of Substance Use. – 2007. – № 12(3). – P. 157-189.
39. Merriam-Webster Online: Dictionary and Thesaurus. [Электронный ресурс]. URL: http://www.merriam-webster.com/dictionary
40. Seamon D. Place, place identity, and phenomenology: A triadic interpretation based on JG Bennett’s systematics //The role of place identity in the perception, understanding, and design of the built environment. – 2011. – P. 3-21.
41. So what IS the difference between a pub and a bar? / Zythophile [Электронный ресурс]. URL: https://zythophile.co.uk/2018/12/08/so-what-is-the-difference-between-a-pub-and-a-bar/

# **Приложение 1. Гайд для интервью**

Блок 1.

- Любите ли вы посещать бары?

- Как часто вы их посещаете?

- С кем, как правило, вы посещаете бары?

- Почему выбираете именно бары для встречи?

- Что вы хотите получить от посещения бара? С какой целью вы туда идете?

Блок 2.

- Что влияет на то, как вы себя чувствуете в баре?

- В каких барах вам приятно находиться? Почему? Что для вас важно, чтобы было в баре?

- В каких барах вам неприятно находиться? Почему? Что вызывает дискомфорт?

- Как вы располагаетесь в баре? Какие места предпочитаете занимать?

Блок 3.

- Как бы вы описали ваше общение с компанией в баре? О чем, как правило, общаетесь?

- Занимаетесь ли вы чем-нибудь помимо общения?

- Сталкивались ли вы с конфликтными ситуациями, происходящими в баре? Чем они были вызваны, по вашему мнению? Часто ли сталкиваетесь с ними?

Блок 4.

- Есть ли рядом с местом, где вы живете, бар? Доставляет ли он неудобства, влияет ли на спокойствие и порядок на районе?

- По вашему мнению, должны ли бары располагаться обособленно от жилых спальных районов, или их присутствие благополучно сказывается на обстановке?

# **Приложение 2. Интервью 1.**

\*Инт – Интервьюер; Инф – Информант

Дата проведения интервью: 9 апреля 2023г. Информант: Валерия, 2002 года рождения. Живет в г. Королев, Московская область, приехала с мужем в Санкт-Петербург на отпуск. Учится и работает. Место и время проведения интервью – «Контакт Бар» на Невском пр-те, вечер.

Инт: Любите ли вы посещать бары?

Инф: Я люблю ходить по барам, но не слишком часто, потому что, мне кажется, это может вызвать какую-то зависимость. Не в плане от алкоголя ну и чего-то такого. Зависимость от того, например, чтобы расслабляться только в одном месте. Поэтому я могу ходить по барам ну там раз в месяц, раз в два месяца. Чтобы как-то расслабляться, успокаиваться, еще что-то. Потому что мне кажется, если это делать на постоянной основе, то человек не сможет расслабляться по-другому.

Инт: А с кем чаще всего бываете в барах?

Инф: Чаще всего я хожу со своим мужем, друзьями, мужем и друзьями, именно вот с компанией близких мне людей. Иногда, очень редко, но бывает, я могу ходить со своими подругами. Ну, девочками только.

Инт: Хорошо, а в чем, по-вашему, разница между тем, чтобы пойти с друзьями там, с мужем в бар и, допустим, в какое-нибудь кафе, парк ну или там другое место?

Инф: В парке или в кафе? Ну, мне кажется, что разница зависит от того, какая ситуация в целом. Например, если очень была сложная неделя, или вы на каком-то стрессе, еще что-то, хочется настолько расслабиться, чтобы, ну в какой-то степени забыться. Не в плохом плане, а просто ни о чем не думать, то поход в парк, мне кажется, это будет больше…ну, тебя немного отвлечет, но при этом ты все равно будешь думать о какой-то проблеме, которая произошла. А когда ты приходишь в бар, ты не думаешь об этой проблеме весь день. Ну весь вечер оставшийся, например. То есть ты можешь выпить, поговорить с друзьями и так далее, и проблема тебя не беспокоит. То есть она может тебя беспокоить на следующий день. А если просто ходить по парку гулять и проговаривать эту проблему, то она все равно будет сидеть в голове, потому что мне кажется все равно, когда человек немного выпьет, ну так сказать под градусом, он более, ну, ни о чем не думает, то есть ни о проблемах, ни о том, что происходит и так далее. То есть просто хочется немножечко расслабиться в плане именно от чего-то забыться, мне кажется.

Инт: А на вот этот вот процесс «забывания», на это влияет непосредственно алкоголь? Или обстановка играет какую-то роль?

Инф: Мне кажется тут влияет и алкоголь, и атмосфера в целом. Потому что чем, так сказать, приятнее атмосфера, такая спокойная, непринужденная, тем легче, ну и алкоголь тоже может способствовать этому. Но я лично встречала, например, только один бар, в котором я чувствовала себя не особо комфортно, поэтому мне было, скажем, тяжело расслабиться.

Инт: Почему?

Инф: Ну, там было слишком громко, там были неудобные стулья, столы, как-то вот. Я сидела все время в каком-то вертикальном положении, как будто я сидела в самолете, то есть я не могла там как-то облокотиться, например, то есть атмосфера какая-то была очень напряжная постоянно, потому что неудобно было сидеть...ну в общем вообще как-то не понравилось. То есть мне кажется, чтобы как-то забыться, чтобы отвлечься, тут нужна и атмосфера, и алкоголь. Потому что если атмосфера будет классная, а алкоголь не очень, ну, это тоже самое, что если атмосфера будет не очень, а алкоголь классным, то есть, мне кажется, тут должно быть такое некое равноправие, чтобы и там, и там было хорошо

Инт: Хорошо, а на спокойствие, комфортность атмосферы что влияет?

Инф: Первое, что влияет, думаю, это музыка. Потому что первое, на что я обращаю внимание, когда прихожу в бар, это музыка. Очень люблю музыку, от музыки зависит многое. То есть если я слышу какую-то знакомую музыку, еще что-то, мне прям так сразу хорошо становится. То есть если я слышу постоянно какие-то треки, которые я вообще не знаю, ну я буду чувствовать себя не очень комфортно. Второе это удобность месторасположения, то есть где-то сидеть. Чтобы были какие-нибудь мягкие диваны, мягкие кресла, удобные кресла, еще что-то. То есть если будут кресла какие-то прямые, куда нельзя облокотиться, нельзя нормально сесть, для меня это будет не очень. Третье ну и все равно чувствуется, когда ты, например, приходишь в бар, какая-то напряжность. То есть сама атмосфера в воздухе. Тоже это есть, вот чувствуется.

Инт: Это зависит от людей? Или там сотрудников или чего-то еще?

Инф: Думаю, нет. Это зависит именно… вот один раз была в баре, в котором я часто хожу, но там не было людей, но было расслабленно все равно. А, например, была в другом баре, там не было людей, но атмосфера в воздухе была все равно какая-то напряженная.

Инт: А в целом можете, пожалуйста, описать, вот в каких барах вам приятно находится, и в каких наоборот неприятно?

Инф: Приятно в тех барах вот, в которых я чувствую себя безопасно, потому что вот есть такие бары, в которые ты заходишь и сразу ощущаешь какой-то дискомфорт, и ощущение, что что-то случится, это сразу чувствуется. Исходя из безопасности, я подразумеваю ну как раз-таки вот атмосферу бара, местоположение тоже туда входит, и вот кстати, наверное, да, адекватность персонала. Потому что бывает иногда персонал неадекватный, и если вот что-то случится, то они будут не при чем.

Инт: Хорошо, а вот еще знаете есть бары, там относительно маленькое помещение, одна барная стойка со стульями, где вот нет почти отдельно столов

Инф: а, как я себя в таких чувствую? Ну мне кажется, если бы я ходила чисто с подругой, то мне было бы нормально, а если чисто компанией, то это не удобно. И вот я доверяю больше не за барной стойкой, а все-таки отдельные столики, потому что ну, когда ты сидишь за барной стойкой, к тебе больше подходят знакомиться, а я не любитель такого, в основном так садятся одинокие люди, либо компании из человек двух трех, и они все равно пытаются как-то познакомиться с тобой, мне такое не очень комфортно, поэтому я предпочитаю больше столики отдельные.

Инт: А по поводу ваших взаимодействий, вот с людьми, с которыми вы пришли. Общаетесь ли вы как-то по-другому вот именно в баре? Меняется ли характер общения?

Инф: Да, мне кажется да. Мне кажется, ну вот мы люди всегда о чем-то думаем, о чем-то загоняемся, у нас есть какие-то свои проблемы, и иногда мы не можем их просто вот высказать, сказать вот меня, например, беспокоит такая ситуация. Нет, мы часто скрываем какие-то свои чувства. А когда мы приходим в бар, мне кажется, мы расслабляемся, мы можем даже вот обсудить что-то серьезное, вот, например, я обсуждаю какие-то серьезные вещи в основном, потому что мне легче так, у меня голова как-то не очень забивается в этом плане, проще раскрыться, и это очень помогает что-то сказать, обсудить, высказаться, и это очень здорово, мне кажется.

Инт: Поняла, да. А чем вы занимаетесь в баре вообще? В плане вот именно делать. Помимо общения

Инф: Хм, ну вот общаемся…обсуждаем…, возможно иногда подпевать, потому что обычно после парочки бокалов хочется зажигать, разряжать как-то обстановку, ну и в принципе, наверное, все. В баре как-то в основном ничего не поделаешь, если что-то именно вот делать-делать, то это надо в более подвижное место идти, а в баре это больше как-то на расслабленном темпе, ты просто общаешься веселишься, все.

Инт: Хорошо. А вот здесь, в этом баре, какое у вас впечатление сложилось?

Инф: Мне очень нравится этот бар, очень нравится это место, тут очень здорово, я бы сюда вернулась обязательно

Инт: Что повлияло на такую оценку?

Инф: Повлияло, во-первых, цены, ну вот цены очень приятные, очень не завышенные, и, то есть они вот соответствуют цена/качество, это вот здорово. Плюс атмосфера вот второе, опять же, она тут приятная, лайтовая, не какая-то напряжная, то есть как будто ну все наравне, все люди наравне. Нет такого, что ты вот смотришь на людей и кажется то, что вот у них как-то выше статус, еще что-то. Нет, то есть они такие же, как и ты. Ты чувствуешь себя наравне со всеми, все сидят, что-то пьют, разговаривают, и ты точно такой же абсолютно.

Инт: А вот допустим вы сидите в баре со своей компанией, и вот бывает такое чувство, что кто-то вам мешает, вторгается в ваше пространство?

Инф: Ой, честно такое бывает очень редко, но, например, если бы ко мне подошел кто-то поздороваться, или кто-то пытается как-то вникнуть в нашу компанию с помощью каких-то людей, я бы попыталась намекнуть, чтобы ну не надо к нам этого человека. Все-таки бар — это место, в котором хочется расслабиться, а тут подходят люди малознакомые, и это как-то напрягает, ну меня лично. Мне важно, чтобы были со мной люди, которых я знаю, с которыми мне будет хорошо общаться и поддерживать контакт.

Инт: А здесь например вот вы не чувствуете, что кто-то лишний вторгается?

Инф: Нет, вообще не чувствую, тут прям у каждого столика своя атмосфера, свое какое-то окружение, уголочек. Чувствуешь себя в безопасности в своем кругу общения, я бы так сказала.

Инт: Хорошо, поняла. Скажите, есть ли у вас на районе, где вы живете, бар?

Инф: да

Инт: Вот то, что он находится вот рядом с домом, это влияет как-то на порядок вокруг? Какие-нибудь шумихи

Инф: Нет, я бы не сказала, вообще все спокойно, на самом деле, вот именно те бары, которые рядом с нашим домом, они такие ну туда люди приходят, сидят спокойно, все нормально.

Инт: А часто вы наблюдаете в барах какие-то конфликтные ситуации? Потасовки, неприятные ситуация в общем какие-нибудь

Инф: Такое бывало, но это был не бар. Вот чтобы было в баре, когда я там находилась, нет, потому что было такое, что вот я иду и около какого-нибудь бара бывали какие-то сцепки, это было мимолетно, но я просто шла по своим делам, а вот чтобы я там находилась нет, такого не было.

Инт: А вообще в принципе вот по поводу бара на районе, как по-вашему, должны ли бары находиться обособленно от жилых спальных районах

Инф: а или находиться в них?

Инт: ну, да, нормально ли это или?

Инф: ну, мне кажется, вот именно в самом доме нахождение бара — это не очень, потому что я человек более семейный, я рассчитываю на то, что я буду жить в доме, в котором будет тихо. То есть мне важно, чтобы бар находился в каком-нибудь ТЦ или еще что-то, но, чтобы этот ТЦ был бы в минутах ходьбы 15-20. Чтобы, например, кто-то хочет потусить, в баре чтобы громко, а мне важно чтобы было тихо, но и не так, чтобы идти недалеко было.

# **Приложение 3. Интервью 9.**

Дата проведения: 26 апреля 2023г. Информант: Ксения, 2002 года рождения, Великий Новгород, периодически (1-2 раза в месяц) бывает в Санкт-Петербурге. Место и время проведения интервью: через Skype, вечер.

Инт: Любите ли вы посещать бары?

Инф: Да, бары я очень люблю посещать на самом деле, потому что в данных заведениях, по моему мнению, собираются люди, которые считаются душой компании, хорошими знакомыми, друзьями, возможно даже найти любовь, но это там как сложится, грубо говоря. Я считаю, что в подобных местах очень хороший и комфортный персонал, который всегда поможет, подскажет, побеседует, похихикать с тобой вместе может. И поэтому я считаю, что там можно круто провести время.

Инт: Хорошо. Расскажите, пожалуйста, как часто вы посещаете бары и с кем?

Инф: Посещаю я не так часто, так как живу в городе, где таковых мест…ну, их достаточно, но не надлежащего, так скажем, качества. В целом, если я выезжаю в Питер, я с удовольствием хожу с друзьями в бар, отлично провожу время. Это раз где-то в месяц, два, возможно, как придется, потому что все зависит от настроения, случая и повода. Как правило, вот с друзьями, ближний круг, либо какие-то очень хорошие знакомые, в которых я уверена, так сказать, которым я доверяю, и с которыми я знаю точно, что смогу о чем-то поговорить. Даже если не о чем поговорить, алкоголь раскроет весь ваш внутренний мир, так скажем, распустит вам язык, и будет даже легче.

Инт: Поняла. А чем, по вашим наблюдениям, отличаются бары в Питере от новгородских?

Инф: Я думаю, что прям в барах в Новгороде я не была, но предполагаю, что скорее всего это были бары при каких-то кафе или ресторанах, или каких-то клубах. Ну, не знаю, чем отличаются особо. Наверное, ценовой категорией, где-то подороже, где-то подешевле. Хотя если считать «Контакт Бар» в Санкт-Петербурге, то там очень даже гуманные цены, очень приятный персонал, вообще все прекрасно, в Новгороде, мне кажется, такая же тема, но не так уютно, как в Петербурге. А в целом то отличий нет, но как будто в Петербурге поинтереснее.

Инт: М, а что влияет на ощущение уюта? Что, по-вашему, делает бар более интересным?

Инф: В первую очередь для меня это как к себе располагает заведение, то есть каков интерьер, какова музыка, располагает или нет, потом отношение персонала, как вас встречают, как с вами общаются, когда принимают заказ, как общаются в принципе с вами. Вот, очень люблю, когда персонал на одной волне, когда он трезвый, но может вести себя как, не знаю…так же с сумасшедшинкой, как вы. Вот так. А так, что делает бар интересным…сложно…, наверное, какие-нибудь фишки, которых нет в других барах. Я даже не знаю, какой привести пример, что придумать. Но то, чего вообще нет нигде. Не знаю, например, встречать каждый раз с хлопушками каждого гостя. Это, конечно, бред, но как вариант.

Инт: А каким в целом должен быть бар, чтобы вам было приятно в нем находиться?

Инф: Ну все-таки да, это, конечно, вежливость, так сказать, стаффа, музыка какая-нибудь, не шансон какой-нибудь, и не что-то суперспокойное, а золотая серединка между попсой и классной релаксирующей музыкой, не знаю, как сказать. Вот, потом на интерьер я на самом деле обращаю внимание, особенно мне нравится, когда присутствуют какие-нибудь неоновые вывески, какое-нибудь меню удобное с картинками желательно, хотя состава обычно хватает, но было бы прикольно. Мне кажется, очень интересно разглядывать униформу официантов, но это я так уже…

Инт: Хорошо, а в каком баре вам было бы неприятно находится? Что может вызывать дискомфорт?

Инф: Скорее неприятно находится в барах, где контингент переваливает за 40+ лет, где интерьер похож на какую-то избу или подвал, знаете, где официантам в принципе все равно на клиентов, они просто обслуживают и все, никакого подхода нет. Как-то ну…ну да, и больше всего отталкивают сами клиенты такого контингента, которые бухают без продыху, ведут себя неподобающим видом, собственно там лезут в разговор, в драку, пытаются спровоцировать драку, мешают времяпрепровождению. Наверное, все-таки самый большой дискомфорт приносят люди.

Инт: Поняла. Хорошо, а вообще в целом, зачем, можно сказать, вы приходите в бар? Что хотите получить от посещения?

Инф: В целом, наверное, моя цель нахождения в баре – это разгрузиться от всех мыслей, которые накопились, поговорить о чем-то отдаленном, что не касается ни учебы, ни работы, ни каких-то проблем, просто, можно сказать, закинуться алкоголем, немножко забыться, повести себя немного посмелее, чем обычно, возможно, не знаю, пойти на какую-нибудь авантюру, что-нибудь такое. Просто я знаю, что я могу делать и говорить, когда я в алкогольном опьянении, и мне это нравится, и поэтому я и хожу в бары именно для этой цели. В целом от посещения просто вот хочу получить вот разгрузку, какие-то новые эмоции в себя впитать, может не новые, а просто положительные, не знаю, поделиться сплетнями, это всегда круто. Потом, не знаю, завести какие-то новые отношения, не обязательно любовные, можно дружеские, деловые, все бывает. В баре все возможно, мне кажется. Можно заключить даже контракт, не знаю там, расстаться с парнем, и что-нибудь еще сделать в этом баре. Это вообще круто.

Инт: А почему вы можете вот выбирать для встреч там с друзьями, ну вообще с кем бы то ни было, именно бар, а не кафе, парк, или дом в конце концов?

Инф: Ну, я считаю эти места достаточно скучными, немножко уже заезжанными, приевшимися, а бар дает такую небольшую изюминку к твоему так сказать времяпрепровождению опять же. Она прям такая искорка такая изюминка. В парке нельзя пить алкоголь, дома можно, но ты и так можешь это сделать. В кафе тебе не нальют много алкоголя, а если ты напьешься, тебя вынесут оттуда. В баре люди практически такие же, как и ты, у них такая же цель, и это круто, когда вы все в одном месте объединяетесь и можете сделать что-то такое веселое.

Инт: Супер, а чем-нибудь кроме общения вы занимаетесь в барах?

Инф: Кроме общения и распития алкогольных напитков, к счастью или к сожалению, ничем не занимаюсь, могу конечно посмотреть какой-нибудь футбол по телевизору, но это так, второе дело. В целом нет.

Инт: О, а вот про телевизоры, по вашим наблюдениям, много кто обращает на него внимание, смотрит вот?

Инф: В целом у меня была такая ситуация, когда я приехала к своему молодому человеку в другой город, мы пошли в бар с ним и с его другом, и иногда, когда у нас заканчивались темы для разговоров, мы все начинали пялить в телевизор, так что я думаю, что они все-таки нужны, но можно что-нибудь ставить поинтереснее, типа баскетбол или волейбол. Футбол уже надоел, если честно. Что-нибудь эдакое.

Инт: А есть ли у вас какие-нибудь поводы для похода в бар, может ритуал какой-нибудь, так сказать? Или просто по желанию в любой момент?

Инф: Ну в целом это обычно какой-то повод. День рождения, не знаю…хотя ладно, мне поводов искать не надо, чтобы пойти в бар. Но в целом, люди сами себе придумывают поводы, и я не исключение. Не знаю, там…тяжелый день? Пойдемте в бар. Или просто за хорошую встречу пойдемте в бар и весело проведем время. В целом я такого мнения, что я сама себе хозяйка, да, и я сама распоряжаюсь своими планами.

Инт: Хорошо. А как вы обычно располагаетесь в барах? В плане какие места занимаете или стараетесь занять? Куда кладете вещи, ну и все такое.

Инф: Обычно это первое попавшееся место, но я больше люблю какой-нибудь уголок типа у окна, с сиденьями удобными, не какие-нибудь стулья или барные стулья, а прям кресла, чтобы все удобненько было, поблизости меньше людей, а так куда придется, где есть свободное место. А вещи стараюсь рядом с собой и постоянно проверять, потому что ну мало ли.

Инт: Поняла, окей. А бывает, что вы взаимодействуете как-то с другими людьми, например? За другими столиками или что-то типа…знакомства, вы говорили, да?

Инф: Блин, я вот это вообще обожаю, вот эти все спонтанные какие-то знакомства. Какие-то там, не знаю, просто, так сказать, обмен словечками, и я сразу вот в таком состоянии включаю кокетку и начинаю просто с каждым встречным: «Ой, привет, как дела?», там еще что-нибудь или какую-нибудь шутку бросить. Ну, короче, я очень люблю взаимодействовать с людьми, в принципе люблю людей, особенно, когда я в таком эйфоричном состоянии, это вообще мое второе «Я» включается, не знаю там, «Анжелика», или как сказать, мне очень нравится этот обмен энергии, поэтому да, люблю.

Инт: Поняла, круто. А вот где вы живете, есть ли бар в пешей доступности какой-нибудь? Типа в соседнем доме или что-то подобное

Инф: Нет, в пешей доступности точно ничего нет, потому что я живу вообще на окраине города, и там, чтобы дойти хотя бы до ближайшей остановки, нужно пройти минут 10 минимум. И то эта остановка мне мало, когда нужна, поэтому мы шарахаем до той, которая минутах в 15-20. Вот, и магазинов кстати тоже нет поблизости, что очень печально, но мы не унываем. Ближайший бар, наверное, …ну, это скорее пивнушка, но мы это называем, конечно же, баром, она минутах в 30 от меня, если на автобусе, то в минутах 15.

Инт: А, поняла. Вообще, как вы считаете, приемлемо ли то, чтобы они располагались где-то вот вне центра города, то есть в спальных каких-нибудь районах, более отдаленных? Не будут ли они нарушать покой, мешать как-то или наоборот будут в пользу?

Инф: Я наоборот считаю, что лучше, чтобы они находились где-то в центре, где-то в таких местах достаточно людных и интересных, потому что…ну, все-таки в местах отдаленных, тихих хочется тишины иногда. Собственно, и чтобы не совсем уж облениться, я считаю, что пусть они лучше будут где-то там в центре, чтобы ты поднялся, дошел, доехал, все что угодно сделал, лишь бы добраться. Так поднимается мотивация.

Инт: То есть вам не принципиально, чтобы он находился рядом с домом?

Инф: Вообще думаю, не важно, где он находится, я все-таки приверженец того, чтобы он находился в местах людных, интересных, прикольных, реально в центре где-нибудь, чтобы если что были под рукой и туалет какой-нибудь бесплатный желательно, и там какое-нибудь кафе есть, и магазин поесть, там еще что-нибудь такое

Инт: Окей. А был ли негативный опыт посещения? Какие-то ситуации конфликтные, неприятные?

Инф: Ну из последнего я была в заведении с караоке, не знаю, как это назвать баром, но это было и караоке, и кафе, ну и бар там тоже был, и мы просто включили песню, не задумываясь о чем, о ком она, вообще не задумывались над смыслом. И мужчина за соседним столиком немножко ухрюканный под водочкой, подходит, начинает выяснять с нами отношения, мол вы вообще знаете, о чем эта песня. А она, видимо, была про зону, про зеков, и он как бы, мол не надо нам такие песни петь. И собственно еще чуть-чуть и завязалась бы драка между моим знакомым и этим мужчиной, к слову все разрешилось, но было очень накаленная атмосфера напряженная и было страшно немножко.

Инт: А часто вы или ваши знакомые с подобным вот сталкивались?

Инф: Я с этим сталкиваюсь нечасто, почти никогда. Мои знакомые…ну, возможно, я уже забыла все, о чем мне рассказывали, но в целом таких случаев на моей памяти было два. То есть вот этот момент, и еще, когда мы с моим другом выходили из бара и к нам пристал пьяный мужчина, начал у нас клянчить деньги, просил такси ему заказать. Мы ему отказывали, и он чуть ли не пошел на рожон, но все обошлось. В целом вот.