

Научная статья

<https://doi.org/10.24412/2220-2404-2026-1-17>

УДК 316



Attribution

cc by

ТАКТИЛЬНОСТЬ САКРАЛЬНОГО,
ОБУСТРОЙСТВО ПРОСТРАНСТВА И МИКРОСОЦИАЛЬНЫЕ ПРАКТИКИ
В ПОВСЕДНЕВНОМ МИКРОКОСМЕ ПРАВОСЛАВНОЙ КОФЕЙНИ

Плотников В.В.¹, Чернова И.Б.²

Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова¹,

Московский университет МВД России имени В.Я. Кикотя²

Аннотация. Цель исследования – проанализировать, как в пространстве «православной кофейни» на микроуровне сочетаются сакральные и повседневные практики. В рамках микросоциологического подхода изучаются организация пространства, сенсорная атмосфера и нормы поведения посетителей в данном гибридном пространстве, где коммерческие цели пересекаются с миссионерскими. Методология включает включенное наблюдение и анализ документов (меню, онлайн-группы кофейни). Результаты теоретического анализа показывают, что православная кофейня создает «третье место» для общины, где мирское общение органично сосуществует с религиозной символикой. Посетители адаптируют свое поведение, привычные действия (например, пить кофе) нередко, сопровождаются микроритуалами (осенение себя крестным знаменем перед едой и др.), формируя особую общинную атмосферу. В пространстве кофейни размываются границы между сакральным и профанным, потребление (кофе, выпечка) осмысливается как элемент религиозного опыта. Таким образом, подтверждается гипотеза о том, что православная кофейня выполняет функцию «шлюза» в религиозную среду, снижая барьеры для участия в церковной жизни.

Ключевые слова: православие, повседневные практики, третье место, кофейня, религиозная идентичность, община, сакральное пространство, миссионерство.

Финансирование: инициативная работа.

Original article

SACRED TACTILITY, SPATIAL ARRANGEMENT, AND MICROSOCIAL PRACTICES
IN AN ORTHODOX CAFE MICROCOSM

Vladimir V. Plotnikov¹, Irina B. Chernova²

Russian Academy of Economics named after G.V. Plekhanov¹,

Kikot Moscow University of the Ministry of Internal Affairs of Russia²

Abstract. The aim of this study is to analyze how sacred and everyday practices are combined at the micro-level within the space of an «Orthodox coffee shop». Using a micro-sociological approach, the study examines the organization of space, the sensory atmosphere, and the norms of behavior of visitors in this hybrid space where commercial goals intersect with missionary ones. The methodology includes participant observation and document analysis (menus, online groups of the coffee shop). The results of the theoretical analysis show that the Orthodox coffee shop creates a «third place» for the community, where secular interaction organically coexists with religious symbolism. Visitors adapt their behavior; familiar actions (e.g., drinking coffee) are often accompanied by micro-rituals (making the sign of the cross before eating, etc.), forming a special community atmosphere. In the space of the coffee shop, the boundaries between the sacred and the profane are blurred, and consumption (coffee, pastries) is understood as an element of religious experience. Thus, the hypothesis is confirmed that the Orthodox coffee shop functions as a «gateway» to the religious environment, lowering barriers to participation in church life.

Keywords: Orthodoxy; everyday practices; third place; cafe; religious identity; community; sacred space; mission.

Funding: Independent work.

Введение.

В последние годы в городской православной среде России появился новый тренд – открытие кофейни при храмах и монастырях. Подобные кофейни при приходах быстро стали точками притяжения, привлекая даже неверующую часть городских жителей [7]. Являясь одновременно и кафе, и своеобразным церковным пространством, такие «православные кофейни»

представляют собой гибридные локусы, где присутствуют:

- коммерческая логика (продажа кофе, выпечки) сочетается с логикой миссии и общинного служения;
- светская культура публичного кафе сталкивается с нормами религиозной жизни;

- формируется новая, «комфортная» точка входа в религиозную среду для тех, кто не решается сразу войти в храм.

Иными словами, это не просто места досуга, а социально-религиозные вариации микрокосма, требующие специального социологического анализа.

С научной точки зрения, данное явление представляет интерес в рамках микросоциологии религии и социологии повседневности. Оно поднимает ряд вопросов:

Как конструируется пространство православной кофейни и создается ее особая атмосфера?

Какие тактильные и сенсорные аспекты (запахи, звуки, визуальные коды) формируют ощущение «сакрального» в привычной обстановке кафе?

Каковы границы допустимого поведения в таком месте, например, можно ли здесь громко смеяться, вести светские беседы, работать за ноутбуком – и каким образом персонал и завсегдатаи транслируют или корректируют нормы поведения новичков?

Кроме того, интересны микровзаимодействия и ритуалы, например, как посетители совершают обычные действия (пьют кофе, беседуют, читают) в пространстве, насыщенном религиозными символами?

Меняется ли при этом их телесность – например, осекают ли они себя крестным знаменем перед едой, как перед трапезой?

Возникают ли спонтанные молитвы или благословения в повседневном контексте?

Немаловажным аспектом является и аудитория:

Кто приходит в такие кофейни и с какими мотивами?

Можно ли выделить типичные группы посетителей – например, постоянные прихожане, молодежь, «ищущие» (интересующиеся религией) или случайные прохожие?

Наконец, интересна экономика и идея проекта:

Каким образом эти кофейни балансируют между принципом гостеприимства/миссионерства и необходимостью финансового выживания?

Не происходит ли в них коммерциализации сакрального – или, напротив, освящения повседневного потребления?

Для анализа данного феномена мы опираемся на несколько теоретических рамок.

Во-первых, социология повседневных взаимодействий Эрвинга Гофмана позволяет рассматривать кофейню как своеобразную «сцену», на которой разыгрываются социальные роли и поддерживается определенный «антураж» [5]. Посетители и персонал, как будет показано, фактически выступают в ролях – «гостей», «радушных хозяев», «миссионеров» или «новичков», – следуя неявному сценарию, сочетающему вежливость кафе и благоговение храмового пространства.

Во-вторых, концепция «третьего места» Р. Олденбурга полезна для понимания социальной функции православной кофейни. Третье место – это нейтральное публичное пространство вне дома и работы, где люди регулярно общаются и чувствуют себя частью

сообщества [3]. Православная кофейня, как будет показано, во многом выполняет такую роль для прихожан и широкой публики, становясь посредником между церковью и городским социумом [6].

В-третьих, теория практик (Т. Шацки и др.) дает инструменты для анализа того, как материальные объекты, телесные действия и культурные смыслы интегрируются в новые практики «православной повседневности» [4]. Здесь проявляется сплетение чашки кофе, крестного знамения, иконы на стене и мирской беседы – все они вместе образуют новую социальную практику, насыщенную религиозным смыслом.

Исходя из обозначенных рамок, в статье сформулирована следующая гипотеза: православная кофейня функционирует как «шлюз» и буферная зона, снижающая транзакционные издержки входа в религиозную среду. Она не столько напрямую обращает новичков в веру, сколько легитимизирует православную идентичность в формате современной городской культуры – делая ее более стильной, интеллектуальной и комфортной для восприятия молодым поколением.

Методология исследования.

Исследование носит качественный характер и опирается на методы включенного наблюдения и контент-анализа. На первом этапе было проведено полевое этнографическое наблюдение в трех московских православных кофейнях (Остров Пасхи, Zvon, Несвятые святые, АНТИПА). Наблюдение осуществлялось в разные дни недели и время суток, чтобы зафиксировать максимально широкий диапазон ситуаций и типов посетителей. В ходе наблюдения систематически фиксировались: планировка и обустройство пространства (расположение столиков, наличие икон, книжных полок, свечей, музыкального фона и пр.), сенсорная среда, визуальные элементы, а также характер взаимодействий между людьми. Особое внимание уделялось невербальным средствам регулирования поведения: например, как персонал или постоянные посетители реагируют на слишком громкую речь или несоответствующее обстановке поведение новичков.

Дополнительно применялся анализ документов и цифрового следа кофейни. В частности, изучалось меню на предмет особых наименований (например, наличие позиций с религиозной коннотацией – «игуменский кофе» и пр. [7]), ценовой политики (соотношение с рыночными ценами).

Анализировались информационные материалы, такие как афиши мероприятий (лекции, кинопоказы, встречи), страницы кофейни в социальных сетях и на сайте прихода. Это позволило понять, как сама кофейня конструирует свой образ в публичном пространстве; делает ли акцент на религиозности или на общекультурном формате, какие смыслы транслирует через фото, посты, рекламные тексты.

Следует отметить, что на этапе подготовки статьи эмпирические данные носят предварительный характер (преимущественно результаты наблюдений и анализ открытых источников).

Исследование носит разведывательный характер. Тем не менее, даже эти данные в сочетании с привлеченными теориями позволяют выстроить целостную картину феномена православной кофейни, изложенную в разделе результатов.

Результаты.

Анализ показал, что пространство православной кофейни сознательно оформляется таким образом, чтобы быть одновременно узнаваемым как современное кафе и в то же время нести отпечаток православной традиции.

Планировка обычно повторяет каноны уютного городского кафе (несколько столиков, стойка бариста, мягкий свет). Однако в интерьере почти всегда присутствуют религиозные маркеры – икона в «красном углу» помещения, небольшие кресты или цитаты из Священного Писания на стенах, полка с православной литературой. Например, в одной из кафе внутри монастыря на стене висит старинная икона с украшенным рушником, вместо привычных ручек на дверях – тяжелые кованые кольца, а потолок представляет собой свод, создавая атмосферу старинной трапезной. Такая архитектура смыслов формирует у посетителя ощущение, что он находится не в обычном «кофейном», а в особом пространстве, сопряженном храму.

Сенсорные аспекты также тщательно продуманы. Фоном может негромко звучать духовная музыка или акустические церковные песнопения, заглушая городской шум. В воздухе порой смешиваются ароматы кофе и свечного воска – если кофейня примыкает непосредственно к храму, через открытую дверь могут доноситься запахи ладана или звук колокольного звона. Тем самым создается кинестетический образ, где светское и сакральное сливаются на уровне ощущений.

Важно отметить, что организаторы стремятся сделать атмосферу привлекательной для современной городской аудитории. Интерьеры часто оформлены стильно и современно, без излишней аскетичности, чтобы сломать стереотип о «скромной церковной трапезной». Кураторы подобных проектов подчеркивают, что хотели «показать молодежи, что Церковь – стильная, красивая, открытая для всех» [7].

В меню нередко можно встретить авторские напитки и блюда, не уступающие по креативности городскому кафе, например, лате с тимьяном и кунжутным маслом или постные десерты современной кухни. При этом названия некоторых блюд и напитков могут отсылать к православной культуре – упомянутый «игуменский кофе» (эспрессо с какао и ванилью), пирожки по греческим рецептам и т.п.

Персонал кофейни обычно одет опрятно, в фирменные фартуки или футболки; иногда на их одежде присутствует ненавязчивая символика прихода или цитаты, но в целом внешний вид сотрудников близок к стандартам индустрии гостеприимства, чтобы не отталкивать непосвященных.

Тем не менее, от сотрудников ожидается определенная манера поведения – мягкая приветливость,

готовность выслушать. Многие из них сами являются воцерковленными людьми, поэтому могут поддержать светскую беседу и одновременно ненавязчиво ответить на вопросы о вере, если гость проявит интерес.

Важным элементом атмосферности является поддержание границ дозволенного поведения. Хотя кофейня – это не храм, здесь негласно поощряется благоговейное отношение к окружающему. Громкий смех, шумные споры или бестактные выражения интуитивно воспринимаются как неуместные.

Новые посетители ориентируются на поведение завсегдатаев. Если в обычной городской кофейне кто-то может громко разговаривать или вести себя раскованно, то здесь обстановка словно сама диктует более сдержанный тон.

В случае явного нарушения «тихого режима» персонал деликатно вмешивается – например, сотрудник может подойти и тихо попросить говорить чуть тише, мотивируя это тем, что рядом молебное пространство или что другим гостям хочется уединения. Однако, как правило, до прямых замечаний не доходит, социальный контроль осуществляется тонкими невербальными сигналами. Постоянные посетители рассказали, что, когда кто-то слишком оживленно жестикнул или хохотал, достаточно было дружеского взгляда или паузы в разговоре, чтобы человек сам снизил голос.

Таким образом, нормы поведения редактируются мягко, создавая атмосферу, одновременно неприужденную и уважительную к сакральности места.

Повседневные действия посетителей в пространстве православной кофейни приобретают особенные оттенки. Так, обычай начинать трапезу с молитвы или крестного знамения сохраняется у многих даже при потреблении чашки капучино. В ходе наблюдений отмечалось, что некоторые постоянные гости, получив заказ, отходят к иконе в углу, чтобы кратко помолиться, или тихо крестятся перед тем, как попробовать первую ложку супа. Для них это естественное продолжение выученных практик православной жизни, переносимых в новый контекст. Другие посетители, менее воцерковленные, могут и не совершать явно религиозных жестов, однако, само присутствие религиозных символов влияет на стиль их общения. Например, беседы за столиком зачастую ведутся в более «приличном» регистре – с меньшим употреблением жаргона, обценной лексики; темы касаются культуры, истории, обсуждения церковных событий или книг. Нередко можно увидеть, как люди вместе просматривают и обсуждают свежий православный журнал или книгу, взятую с полки кофейни.

Таким образом, контент общения смещается в сторону духовно-интеллектуальных вопросов, хотя происходит это добровольно, по интересам самих посетителей.

В кофейне активно практикуются и новые ритуалы общения, формирующие общность. Например, устраиваются совместные просмотры и обсуждения фильмов на морально-этические темы, лекции священников или мирян на исторические и богословские

темы. Эти события превращают обычное потребление кофе в ритуализированное времяпрепровождение. Гости заранее собираются, здороваются друг с другом как со старыми знакомыми, после просмотра делятся впечатлениями. В таких обсуждениях за чашкой чая возникают элементы совместного осмысления веры, но в неформальной, дружеской обстановке. Один из ярких примеров – кофейня «АНТИПА» регулярно проводит публичные лекции об истории района и храма, музыкальные вечера, презентует газету собственного прихода. Вечером перед началом мероприятия столики сдвигают вместе, образуя подобие единого братского стола (при этом мозаичные орнаменты на столах складываются в общий узор), что само по себе становится символическим действием, объединяющим людей физически и метафорически.

Присутствие священника или церковного персонала в кофейне – отдельный аспект микровзаимодействий. Часто настоятель или дежурный священник сами заходят выпить кофе и пообщаться с паствой в неофициальной обстановке. Это создает возможность для тех, кому сложно задать вопрос батюшке в храме, сделать это за соседним столиком без церемоний. Как отмечают сами миссионеры, подростку или невоцерковленному взрослому в такой обстановке «проще не чувствовать себя чужаком, да и беседа не кажется назидательной» [7].

Действительно, в кофейне стирается дистанция между клиром и мирянами. Священник здесь может быть собеседником за чашкой чая, а не только официальным лицом. Однако при всем демократизме сохраняются элементы уважения – посетители могут попросить благословение у священника перед тем, как тот сядет к ним за стол.

Таким образом, происходит интеграция религиозного этикета в повседневное общение. Люди свободно разговаривают, шутят, но в то же время не забывают об уважении к сакральному статусу собеседника.

Необходимо подчеркнуть, что через повседневные микроритуалы в кофейне постепенно формируется ощущение общины. Регулярно посещающие кофейню люди начинают узнавать друг друга, завязываются знакомства, которые затем перерастают в дружеское общение и совместные походы на службы.

Можно говорить о рождении новой приходской общности, ядро которой складывается не столько на стоянии в храме во время литургии, сколько за разговорами и совместной деятельностью после службы. По словам одного из священников, наличие такого места, где прихожане «могут пообщаться после службы», чрезвычайно важно, ведь «трапеза естественным образом является продолжением литургии» [7]. Действительно, в Деяниях апостолов описано, что первые христиане ежедневно пребывали в общении и преломлении хлеба (Деян. 2:42) – церковная кофейня во многом возрождает этот элемент христианской жизни, адаптируя его к реалиям современного города.

Можно сказать, что литургическое общение плавно перетекает в общение за общим столом, люди

вместе едят и пьют, обсуждают проповедь, делятся событиями своей недели. За счет этого, церковная жизнь перестает ограничиваться формальным посещением служб и таинств – она продолжается в буднях, в неформальной обстановке, укрепляя горизонтальные связи внутри прихода. Примечательно, что даже те, кто изначально приходил в кофейню просто выпить кофе из любопытства, постепенно втягиваются в эту атмосферу совместности, их могут пригласить присесть за общий стол, угостить чем-то, познакомиться с другими. В итоге у человека возникает чувство принадлежности («меня здесь знают и ждут»), что психологически привязывает его к данному месту и через него – к храмовой общине.

Исследование выявило несколько основных групп посетителей православной кофейни, различающихся по степени вовлеченности в церковную жизнь и по мотивации визитов.

Первая группа – воцерковленные прихожане, для которых кофейня стала естественным продолжением приходской активности. Как правило, это люди, регулярно посещающие богослужения в данном храме (или близлежащих храмах) и использующие кофейню как пространство для общения с единоверцами. Многие из них приходят сразу после воскресной литургии всей семьей или компанией друзей-прихожан, чтобы вместе позавтракать и обсудить новости прихода, проповедь, планы на предстоящие мероприятия. Для этой категории кофейня выполняет функцию привычной церковной трапезной, но в более комфортном современном формате. Они могут чувствовать себя здесь как дома, знают персонал по именам, сами предлагают помощь (например, разнести по столам приборы, убрать за собой чашки), часто жертвуют деньги сверх счета «на развитие кофейни». Их православная идентичность только укрепляется за счет того, что религиозность становится частью повседневности – в их глазах нет противоречия между молитвой и чашкой капучино, между ношением крестика и модной толстовкой с цитатой из святого отца.

Вторая группа – молодежь и студенты, в том числе креативный класс, которые тяготеют к сочетанию интеллигентного досуга и духовности. Это люди, возможно, менее строго соблюдающие церковные каноны, но разделяющие ценности православия или проявляющие к нему живой интерес. Для них кофейня привлекательна своей атмосферой «умного христианства». Здесь можно встретить сверстников, обсуждающих не только светские темы, но и богословские вопросы, литературу, историю Церкви. Неформальный стиль общения без морализаторства особенно ценится этой аудиторией. Многие отмечают, что в обычном храме им сложно подойти и задать вопрос, а за кофейным столиком это сделать легко. Кроме того, сама эстетика православной кофейни – красивый интерьер, ненавязчивая музыка, совмещение старинных элементов с современным комфортом – транслирует идею, что православие может быть модным и эстетичным.

Как сказала управляющая одной из таких кофейен, цель – «разорвать шаблон» о церковной среде и

показать, что и при храмах могут быть современные пространства... что Церковь – стильная, красивая, открытая для всех. Эта идея находит отклик у образованной молодежи, они приходят за атмосферой и остаются ради смыслов. Для многих из них визиты в кофейню становятся своеобразным этапом социализации в Церкви – приобщением через культуру. Посещая лекции или кинопоказы, они получают знания о вере, знакомятся с носителями этой веры, постепенно начинают участвовать и в религиозной жизни (например, сначала пришли на фильм, потом заинтересовались и зашли на службу).

Третья условная группа – «симпатизирующие» и ищущие; то есть, люди, не считающие себя воцерковленными, но испытывающие интерес к религии или просто любопытство. Их привлекает кофейня как необычайный способ контакта с православием. Некоторые приходят по рекомендации друзей: «Сходи, там очень уютно, и батюшка бывает, можно поговорить» (из дискуссии). Другие – случайно, увидев указатель или зайдя с улицы ради кофе, а обнаружив нестандартную обстановку, остаются из любопытства. Для такой аудитории особенно важна гостеприимная, инклюзивная атмосфера. И наблюдения, и отзывы показывают, что православные кофейни стремятся не оттолкнуть невоцерковленного человека, а наоборот, заинтересовать его. Например, в разговоре с таким гостем персонал или постоянные посетители избегают узкоконфессионального жаргона, не задают вопросов: «Вы воцерковлены?», а поддерживают светские темы – кино, музыка, общегородские события. Постепенно, если гость сам захочет, разговор может перейти к обсуждению вопросов веры, но это происходит ненавязчиво. Многие из «новичков» признаются, что ранее чувствовали барьер перед церковью, опасались осуждения или непонимания, а здесь, выпивая чай, почувствовали себя «своими». В каком-то смысле кофейня для них – психологический лифт, поднявшись на один этаж (от полного секуляризма к мягкому религиозному окружению), они могут решиться подняться и дальше – прийти на экскурсию по храму, на праздник, а затем, возможно, и на службу.

Наконец, можно упомянуть категорию городских туристов и прохожих, для которых посещение такой кофейни – культурный опыт. Например, известные монастырские кофейни (в центре Москвы при исторических обителях) привлекают внимание как часть туристического маршрута. Зайдя выпить кофе, эти люди не столько ищут религиозного общения, сколько атмосферы и экзотики. Тем не менее, и они невольно вовлекаются в диалог культур. Общаясь с персоналом, разглядывая православный декор, они получают представление о дружелюбном лице Церкви. В ряде интервью с посетителями упоминалось, что подобный опыт меняет прежние стереотипы: «Я думал, при монастыре все строго, а тут все очень радушно, даже Wi-Fi есть».

Таким образом, для внешней аудитории кофейня выполняет роль витрины Церкви, улучшая ее образ в глазах общества.

Одним из центральных вопросов, встающих перед православной кофейней, является баланс между неприбыльной миссией и финансовой устойчивостью. Как показал анализ, модели решения этого вопроса варьируются. Некоторые кофейни действуют практически как некоммерческие трапезные при храме. Цены в них установлены минимально возможные, ближе к себестоимости, а иногда и ниже среднерыночных по региону. Например, в одной из московских приходских кофеен большой стакан американо стоит менее 200 рублей, а домашняя выпечка продается по символическим ценам. Это становится возможным благодаря тому, что помещение предоставлено храмом без аренды, часть продуктов жертвуют прихожанами, а сотрудники работают как волонтеры или получают минимальную оплату. В таких местах нередко действует и система свободных пожертвований. Рядом с кассой стоит ящик для тех, кто хочет заплатить больше или, наоборот, не имеет возможности заплатить полную цену. Прибыль как цель отсутствует – любая выручка после покрытия расходов направляется на нужды прихода. Так, настоятель одного из храмов подчеркнул, что выручка кофейни идет на ремонт и содержание храма.

Данная модель позволяет сохранять дух гостеприимства – посетители чувствуют, что приходят не в коммерческое заведение, а фактически в гости к церковной общине, где главное – общение, а не деньги.

В других случаях, особенно когда кофейня задумана как миссионерский стартап в городе, может использоваться более предпринимательский подход, хотя и с оговорками. Кофейня «АНТИПА» в Москве, по свидетельствам, позиционируется как социальное предприятие: цены там сопоставимы с городскими (на некоторые позиции даже выше, напр. авторская сдоба ~ 600 руб.), однако, прибыль вкладывается в развитие образовательных проектов при храме и издательскую деятельность.

Более того, вокруг бренда кофейни создан целый маркет товаров – от одежды с православной символикой до собственных медийных продуктов [6]. Молодежь охотно покупает этот мерч, воспринимая его как способ и поддержать любимое место, и одновременно стильно выразить свою принадлежность к нему. По сути, формируется бренд веры, который продается на рынке молодежной культуры. Этот казус ярко иллюстрирует двойственность явления: с одной стороны, мы видим коммодификацию (овеществление) религиозного опыта – когда символы веры становятся товаром (толстовки, кофе с христианским слоганом и пр.) [1].

С другой стороны, сами участники процесса осмысливают это как благо, покупая такой товар или дорогое угощение, они «вкладываются» в доброе дело, а употребляя их – как бы освящают свой стиль жизни.

Таким образом, православные кофейни балансируют на тонкой грани между сакрализацией потребления и секуляризацией святынь. С одной стороны, они вносят элемент рынка в церковную жизнь, с дру-

гой стороны, они дают возможность верующим перенести свою религиозность в самую обыденную сферу – еду и отдых, тем самым освящая каждодневность.

Отдельные практики – например, соблюдение постного меню в кафе, молитва перед трапезой, благотворительность через покупку – явно свидетельствуют в пользу второго процесса. Кроме того, миссионерская идеология этих проектов подчеркивает: цель не прибыль как таковая, а создание пространства встречи церкви и мира. Как заявил один священник, комментируя идею открытия кофейни, «дело совсем не в кофе» – важно, что появляется место, где человек может вдоволь поговорить, не торопясь на бегу окунуться в атмосферу мирной благодати, и через это открыться для общения с Богом (из дискуссии).

Обсуждение.

Результаты исследования свидетельствуют о том, что православная кофейня является ярким примером адаптации религиозной общины к урбанистической культуре посредством создания гибридного третьего места. В соответствии с концепцией Р. Олденбурга, третьи места служат узлами социального капитала, где происходят непринужденные встречи и формируется чувство общности [3].

Наш анализ показал, что православная кофейня полностью выполняет эту функцию, она становится для прихода и окружающего сообщества площадкой регулярных контактов, платформой для диалога веры. Подобно тому, как в евангельских кафе на Западе создается атмосфера, размывающая барьеры между евангелистами и обычными посетителями [1], в православной кофейне стирается жесткая граница «церковь-мир». Это пространство выступает социальным медиатором между городом и религией, выполняя функции точки встречи, места общения и одновременно своеобразного приглашения в церковную жизнь. Тем самым подтверждается вывод Д. Остапенко о том, что прилегающая к храму территория кофейни становится светским пространством с элементами сакрального, соединяющим горожан с религией на новом уровне [6].

С точки зрения микросоциологии взаимодействий, наблюдаемая ситуация удачно описывается драматургическим подходом Э. Гофмана [5]. Можно сказать, что в православной кофейне одновременно идут две «постановки» – светская и сакральная – накладывающиеся друг на друга. Посетители играют роль клиентов кафе (они расслаблены, ведут дружеские беседы, обращаются к бариста как в любом другом заведении). Одновременно, многие из них (особенно постоянные) играют роль благочестивых мирян (следят за речью, совершают крестное знамение, проявляют уважение к присутствующим священнослужителям).

Персонал, в свою очередь, тоже исполняет двойную роль – с одной стороны, гостеприимных хозяев, «официантов» в лучшем смысле, стремящихся угодить клиенту; с другой – неформальных миссионеров, ответственных за духовный климат. Их задача не только приготовить вкусный кофе, но и подать пример

правильного поведения, ответить на возможные вопросы о вере, тонко скорректировать нежелательные проявления. Все это напоминает сложный театр повседневности, где одинаково важны и декорации (иконы, интерьер), и реквизит (чашки, книги), и игра актеров.

Гофмановские понятия «фронтальная зона» и «бэкстейдж» здесь преломляются особым образом, кофейня служит фронтальной сценой для Церкви, демонстрируя ее открытость и приветливость внешнему миру, но одновременно является бэкстейджем по отношению к самому храму – местом, где прихожане уже не стоят чинно перед алтарем, а могут отдохнуть и побыть собой, не выходя полностью из религиозного пространства.

Этот синтез фронта и закулисья порождает новый формат взаимодействия, требующий от участников умения переключать рамки (говорить на светские темы, не переставая ощущать сакральный контекст). Такое наложение рамок можно трактовать и как особый случай фрейм-анализа Гофмана, где базовые рамки («кафе» и «церковь») образуют сцепленную рамку («православная кофейня»), со своими условностями и правилами.

Если обратиться к теории социальных практик, описываемый феномен демонстрирует формирование новой практики на стыке религии и потребления.

По выражению А. Реквиц, социальная практика – это конфигурация телесных действий, вещей, знаний и значений, связанных в единое целое. В нашем случае именно так и произошло.

Телесные действия (приветствовать друзей, пить кофе, молиться перед едой), материальные объекты (кофейная посуда, пища, иконы, книги), а также ментальные и дискурсивные структуры (идея братского общения, нормы вежливости, религиозные ценности) – все объединилось в устойчивый набор практик православной повседневности в границах кофейни. Эта практика поддерживается регулярностью (многие приходят еженедельно или чаще), коллективностью (присутствует сообщество носителей) и материальной инфраструктурой (само помещение кофейни и атрибуты). В результате постепенно возникает новый социальный институт на пересечении Церкви и городского сообщества.

Интересно, что подобные институты вписываются в тенденцию брендинга религии в современном обществе [1]. Можно сказать, происходит реконтекстуализация потребительских практик – кофе пить – действие обычное, но в другом контексте оно превращается в элемент пути ко спасению (через общение, просвещение, благотворительность). Схожие выводы сделаны и в недавних работах по антропологии городской религиозности, где отмечается, что материальная культура веры (включая еду и одежду) все чаще становится площадкой для творческой переинтерпретации сакрального в условиях модерна.

В плане идентичности, появление православных кофеен демонстрирует важный сдвиг, формируется образ православного верующего, интегрированного в современную городскую культуру. Если ранее

праведность часто ассоциировалась (особенно у молодежи) с консервативным стилем жизни, отказом от светских удовольствий, то теперь мы видим модель «православного городского жителя», который может сидеть в кофейне, пользоваться ноутбуком, носить стильную одежду – и при этом оставаться воцерковленным христианином. Такие проекты, по сути, стирают границу между «церковным» и «мирским» стилем жизни. Для молодого поколения верующих это снимает внутренние конфликты идентичности, им не нужно выбирать между церковью и привычной культурой досуга, поскольку церковь сама пришла в их досуговое пространство. Более того, как показали интервью, участие в жизни православной кофейни для многих стало фактором укрепления идентичности, люди чувствуют гордость за свой приход, который «шагает в ногу со временем» и одновременно сохраняет традиции. Можно сказать, что происходит конструирование новой религиозной идентичности на пересечении субкультурных практик и конфессиональной принадлежности.

Следует также обсудить управленческие и социальные последствия появления таких пространств. С точки зрения церковного управления (управления приходом), православная кофейня – это инновационный миссионерский инструмент, который, как показывают результаты, эффективно повышает вовлеченность паствы в жизнь прихода. Она решает сразу несколько задач управления социальным капиталом общины, укрепляет внутриобщинные связи, привлекает новых членов, улучшает общественный имидж прихода, а также может частично финансово поддерживать приходские проекты. Однако возникают и сложности, в частности необходимо обучать персонал особым компетенциям (одновременно в сфере сервиса и миссии), предотвращать потенциальные конфликты (например, между ревнителями благочестия и вольно себя ведущими гостями), выдерживать баланс между открытостью и сохранением уважения к святыне. Показателен эпизод, когда одна из первых таких кофеен столкнулась с критикой: была открыта кофейня в колокольне храма, и часть верующих задавались вопросом: Уместно ли «кормить людей в колокольне?». Тем не менее, опыт показал, что проект оказался успешным и быстро завоевал популярность, что сняло остроту спора [7]. Это говорит о том, что нормы сакрального пространства не статичны, они могут пересматриваться под влиянием новых миссионерских целей. В данном случае, пространство колокольни обрело новую социальную функцию, не потеряв при этом символического значения.

В сравнении с другими формами диалога Церкви и общества (миссионерские палатки, уличные акции, молодежные клубы), кофейня выглядит особенно органичной для городской культуры. Она вписывается в повседневность людей. Зайти на кофе – естественное действие, не требующее специальной мотивации. Поэтому порог входа в религиозный дискурс оказывается очень низким. Можно вспомнить концепцию Грейс Дэви «верование без принадлежности» – в

нашем случае православная кофейня предлагает наоборот «принадлежность без формального верования на первых порах» [1].

Человек может почувствовать принадлежность к общине, просто разделяя с ней пространство и дружеское общение, и уже потом, постепенно, эта социальная принадлежность может перерасти в полноценное воцерковление (если сложатся условия и будет на то воля человека). В этом смысле, гипотеза о кофейне как «шлюзе» в веру получает свое подтверждение: подобно тамбуру, смягчающему переход с улицы в храм, кофейня смягчает социокультурный переход от светской жизни к церковной.

Заключение.

Настоящее исследование теоретически осмыслило феномен православной кофейни как уникального микросоциального пространства, возникшего на стыке религии и городской культуры. В ходе анализа было показано, что православная кофейня представляет собой «третье место» нового типа – полу-светское, полусакральное – в котором повседневные практики обретают религиозное измерение.

Организация пространства, атмосферные и символические решения создают у посетителей ощущение сакральной уютиности, располагающей к тихому общению и рефлексии. Поведение людей в этой обстановке характеризуется появлением новых гибридных норм (сочетанием светской раскованности с элементами благоговения и ритуальности).

Через микроритуалы (молитва, крестное знамение, совместная трапеза) и регулярное общение формируется общинность – социальная общность, в которой участвующие ощущают себя частью церковной семьи.

Православная кофейня вносит значимый вклад в конструирование современной православной идентичности, демонстрируя, что традиционные ценности могут успешно выражаться в современных формах.

Поставленная в начале работа гипотеза нашла подтверждение: православная кофейня действительно функционирует как «шлюз» и буфер между Церковью и внешним миром, снижая барьеры для тех, кто ранее мог чувствовать отчуждение от религии. Она легитимизирует присутствие Церкви в повседневной жизни горожан, делая религиозный опыт доступным и привлекательным в привычных форматах досуга. При этом данное пространство не профанирует сакральное, а скорее освящает профанное, переводя обыденные действия в духовно-культурную плоскость.

Практическая значимость полученных результатов состоит в том, что понимание механизмов работы таких кофеен может быть использовано в миссионерской стратегии и управлении религиозными организациями. Создание комфортных «переходных» пространств, где человек может войти в церковную культуру постепенно, показывает свою эффективность. Ограничения данного исследования связаны с его предварительным, теоретико-аналитическим характером.

Полученные выводы базируются на ограниченном массиве наблюдений и вторичных источников.

Перспективой дальнейшей работы является проведение полного полевого исследования – расширенного этнографического наблюдения и серии интервью, – что позволит эмпирически проверить сделанные предположения и более глубоко понять субъективный опыт участников.

Тем не менее, уже на данном этапе видно, что православные кофейни – плодотворное поле для социологического изучения трансформаций религиозной жизни в современности. Они демонстрируют, как сакральное обретает свойство повседневности, проступая в самых привычных действиях и пространствах, и как меняется сама повседневность, впуская сакральное в свой тактильный мир.

Конфликт интересов

Не указан.

Рецензия

Все статьи проходят рецензирование в формате double-blind peer review (рецензенту неизвестны имя и должность автора, автору неизвестны имя и должность рецензента). Рецензия может быть предоставлена заинтересованным лицам по запросу.

Conflict of Interest

None declared.

Review

All articles are reviewed in the double-blind peer review format (the reviewer does not know the name and position of the author, the author does not know the name and position of the reviewer). The review can be provided to interested persons upon request.

Список источников:

1. Einstein M. *Brands of Faith: Marketing Religion in a Commercial Age*. - New York: Routledge, 2008. - 240 p.
2. Foster K. *Evangelical Third-Place Cafés that Facilitate Gospel Conversations*. - PhD Thesis. - University of Roehampton (UK), 2023. - 328 p.
3. Oldenburg R. *The Great Good Place: Cafés, Coffee Shops, Bookstores, Bars, Hair Salons and Other Hangouts at the Heart of a Community*. - New York: Paragon House, 1989. - 338 p.
4. Schatzki T. *Social Practices: A Wittgensteinian Approach to Human Activity and the Social*. - Cambridge: Cambridge Univ. Press, 1996. - 256 p.
5. Гофман Э. *Представление себя другим в повседневной жизни*. - М.: Канон-Пресс-Ц, 2000. - 312 с.
6. Остапенко Д. В. *Стильно, модно, православно: опыт исследования кофейни "АНТИПА" // Фольклор и антропология города*. - 2024. - Т. 6, № 3. - С. 92-106. DOI: 10.22394/2658-3895-2024-6-3-92-106 EDN: CPFBLZ
7. Скуба М. *Кукольный театр, игуменский кофе и листки с предсказаниями: зачем ходить в приходские кофейни?* - Милосердие.ru, 11.02.2025. - URL: <https://www.miloserdie.ru/article/kukolnyj-teatr-igumenskij-kofe-i-listki-s-predskazaniyami-zachem-hodit-v-prihodskie-kofejni/> (дата обращения: 13.11.2025).

References:

1. Einstein M. *Brands of Faith: Marketing Religion in a Commercial Age*. - New York: Routledge, 2008. - 240 p.
2. Foster K. *Evangelical Third-Place Cafés that Facilitate Gospel Conversations*. - PhD Thesis. - University of Roehampton (UK), 2023. - 328 p.
3. Oldenburg R. *The Great Good Place: Cafés, Coffee Shops, Bookstores, Bars, Hair Salons and Other Hangouts at the Heart of a Community*. - New York: Paragon House, 1989. - 338 p.
4. Schatzki T. *Social Practices: A Wittgensteinian Approach to Human Activity and the Social*. - Cambridge: Cambridge Univ. Press, 1996. - 256 p.
5. Hoffman E. *Presenting oneself to others in everyday life*. Moscow: Canon-Press-Ts, 2000. 312 p.
6. Ostapenko D. V. *Stylish, fashionable, Orthodox: the experience of researching the coffee house "ANTIPAS" // Folklore and anthropology of the city*. - 2024. - Vol. 6, No. 3. - pp. 92-106. DOI: 10.22394/2658-3895-2024-6-3-92-106 EDN: CPFBLZ
7. Skuba M. *Puppet theater, abbot's coffee and fortune sheets: why go to parish coffee shops?* - Милосердие.ru, 02/11/2025. - URL: <https://www.miloserdie.ru/article/kukolnyj-teatr-igumenskij-kofe-i-listki-s-predskazaniyami-zachem-hodit-v-prihodskie-kofejni/> (date of access: 11/13/2025).

Информация об авторах:

Плотников Владимир Валериевич, доктор социологических наук, доцент, профессор кафедры государственного и муниципального управления, Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова, inkognito13@inbox.ru

Чернова Ирина Борисовна, кандидат философских наук, доцент, доцент кафедры философии Московского университета МВД России имени В.Я. Кикотя, chibor@bk.ru

Vladimir V. Plotnikov, Doctor of Sociological Sciences, Associate Professor, Professor of the Department of State and Municipal Management, Plekhanov Russian University of Economics, inkognito13@inbox.ru

Irina B. Chernova, Candidate of Philosophical Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Philosophy Kikot Moscow University of the Ministry of Internal Affairs of Russia.

Вклад авторов:

все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации.

Contribution of the authors:

All authors contributed equally to this article.

Статья поступила в редакцию / The article was submitted 21.12.2025;

Одобрена после рецензирования / Approved after reviewing 12.01.2026;

Принята к публикации / Accepted for publication 20.01.2026.

Авторами окончательный вариант рукописи одобрен.