

Рост преступности и произвол в системе правоохранительных и судебных органов	10,90%	4,50%
Миграция, увеличение числа приезжих, уезжающих	6,6%	7,10%
Наличие конфликтов, способных стать межэтническими	8,80%	2,90%
Низкая оплата труда	32,20%	16,20%
Затрудняюсь ответить	30,30%	46,60%

Таким образом, молодёжь Казахстана в целом характеризуется высоким уровнем жизненного оптимизма и удовлетворенности условиями своей жизни. Межэтнические отношения в стране воспринимаются в основном как спокойные и гармоничные, хотя отдельные зоны напряженности существуют, в частности в сфере языковой политики. Несмотря на неизбежное присутствие межэтнической напряженности и потенциальных конфликтов, молодые граждане демонстрируют склонность к сотрудничеству, уважению культурных различий и стремлению к гармоничному сосуществованию. Это говорит о том, что социальный капитал молодежи в сфере межэтнических отношений достаточно высок и может способствовать укреплению межэтнической солидарности и стабильности в обществе.

#### Список литературы

1. Гуриева, С. Д. (2012). Межэтнические отношения: гармония, напряженность, конфликт. Вестник Санкт-Петербургского университета. Психология, (3), 22-30.
2. Мурашев С. В. Проблема напряженности и конфликтности межэтнического взаимодействия в современном мире.
3. Карабаш И. В. Межэтническая напряженность и конфликты: теоретико-методологические концепции.

### РОЛЬ СОВРЕМЕННОЙ КОФЕЙНИ В ГОРОДСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ КАРАГАНДЫ: СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ АНАЛИЗ

**Ракишева А.А.**

студентка бакалавриата кафедры социологии,  
Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилёва, Казахстан  
*email: rakisevaajdana382@gmail.com*

*Научный руководитель:* ст. преподаватель Резвушкина Т.А.

На протяжении всей истории своего существования кофейни выполняли важную социально-культурную функцию, служа не только местом потребления напитков, но и пространством для общения, интеллектуального обмена и творческого самовыражения. Одним из первых задокументированных случаев появления такого заведения считается открытие кофейни в 1554 году в Константинополе (ныне — Стамбул). С этого момента кофейни стремительно стали интегральной частью городской культуры и повседневной жизни населения. Эти заведения быстро приобрели статус центров общественной активности, где проводились литературные вечера, музыкальные выступления, а также философские и политические дискуссии, что способствовало формированию уникальной интеллектуальной среды. [1]

Для многих посетителей ранних кофеен главным было не потребление напитка, а участие в социальной жизни. Посещение кофейни служило способом социализации, обмена новостями, обсуждения актуальных вопросов и установления знакомств. Кофейни выполняли роль общественных форумов, объединяя разные социальные группы. В отличие от обычных заведений питания, они выступали пространствами обмена идеями, формируя городскую идентичность и поддерживая развитие гражданского общества.

Таблица 1 – История возникновения кофеен

Название	Год открытия	Страна и/или город	Чем знаменито
Кофейня	1510	Мекка	Первая кофейня. Исламские богословы закрывали ее, затем снова разрешали открыть
Кофейня «Мактаб Аль-ирфан» («Круг мыслителей»)	1554	Стамбул, Османская империя	Место развлечений и открытых бесед с критикой властей. Визирь пытался закрыть кофейню, но под давлением масс снова разрешил её
Кофейни «Ангел», «Турецкий кофейник», «Тюрбан Султана»	1650	Лондон, Англия	Центры общественной жизни, где можно было узнать новости и обсудить текущие события
Кафе «Регенс»	1681	Париж, Франция	Место встречи интеллектуалов и парижской богемы; действует до сих пор
Кафе «Прокоп»	1684	Париж, Франция	Кофейню посетил Наполеон, расплатившись здесь своим знаменитым головным убором, который до сих пор находится при входе в это заведение
Кофейня «Кингс Армз»	1696	Нью-Йорк, Британская колония Нью-Йорк	Место сбора американских патриотов
Кофейный дом Эдуарда Ллойда	1689	Лондон, Англия	Место деловых встреч, проведения аукционов и объявления торговых новостей. В конце XVIII века превратился во всемирно известную страховую компанию
Кафе «Кофе де...», «Кафе Рандеву», «Кафе де Бурбон» и др.	1789-1791	Париж, Франция	Места выступлений якобинцев, устная пресса революции
Кафе «Кафе де Греко»	1760	Рим, Италия	Именно здесь Н. В. Гоголь писал роман «Мертвые души»; в этом кафе бывали Тютчев, Иванов, Кипренский, Шаляпин, Стендаль, Бизе, Мендельсон, Лист, Вагнер и др.
«Кафе Микеланджело»	~1900	Флоренция, Италия	Место встречи людей искусства. Университет культуры

Как следует из представленной выше таблицы, первые кофейни в мировой истории изначально формировались не только как места потребления напитков, но и как важные общественно-культурные пространства. В них обсуждались политические вопросы, деятельность властей, проблемы искусства, творчества и философии. Нередко именно в таких заведениях создавались литературные произведения, ставшие впоследствии классикой, что свидетельствует о высокой интеллектуальной и творческой атмосфере кофеен.

В современной городской культуре кофейни остаются пространствами социального и культурного взаимодействия, привлекая студентов, фрилансеров, предпринимателей и представителей творческих профессий. Посетители приходят не только за напитками, но и за комфортной средой для работы, отдыха и общения. Кофейня рассматривается как социальный микрокосм, объединяющий разные группы людей, стремящихся к участию в городской жизни и ощущению принадлежности к сообществу.

## Методы

Исследование проводилось методом неструктурированного, не включенного наблюдения. В качестве поля для исследования стала Карагандинская кофейня «N571 Coffee & Kitchen» расположенная по адресу: г. Караганда, проспект Республики 23/1. Наблюдение проводилось в течении 2-х месяцев - с февраля по март 2025 года. В этот период было 7 походов в кофейню с продолжительностью по 2 часа. Посещения происходили в разное время суток и в разные дни недели, что позволило зафиксировать вариативность поведения посетителей и функционирования кофейни в разные временные промежутки. В процессе наблюдения особое внимание уделялось характеристикам посетителей заведения, включая их возраст, пол, особенности поведения, цели визита, стиль одежды и предпочтения в выборе блюд. Кроме того, предметом анализа стали взаимодействие между сотрудниками заведения, а также влияние оформления интерьера на общее восприятие пространства.

## Результаты и обсуждение

Одной из ключевых отличительных черт современной кофейни, формирующей первое впечатление посетителей и отражающей её концептуальную направленность, является интерьерное оформление пространства. Интерьер выполняет не только эстетическую, но и важную функциональную роль — он способствует созданию комфортной атмосферы для пребывания, общения и работы, а также формирует визуальный и эмоциональный образ заведения.

Дизайн кофейни сочетает минимализм и скандинавский стиль. Высокие потолки и мягкое освещение создают комфортную атмосферу. Нейтральные бежевые и белые оттенки визуально расширяют пространство и обеспечивают целостность интерьера.

Мягкая зона отдыха представлена диванами и креслами серых и рыжеватых тонов, которые добавляют тёплые акценты в общую композицию интерьера (см. рис. 1). Пространственная организация зала предусматривает около 10 столиков, рассчитанных на двоих посетителей, 2 столика для четырёх человек и 3 больших стола для компаний. Такое зонирование позволяет удовлетворить потребности разных групп посетителей — от индивидуальных клиентов до групповых встреч.



Рисунок 1 - Интерьер зала кофейни «N571 Coffee & Kitchen»

Особого внимания заслуживает оформление барной зоны, выполненной в естественной древесной стилистике, подчёркивающей натуральность и экологичность пространства. Подсветка бара акцентирует внимание на логотипе заведения, который встроен в декоративную панель и служит одновременно элементом фирменного стиля и навигации

На втором этаже кофейни расположены изолированные VIP-комнаты, предназначенные для более приватного пребывания. Одна из таких комнат имеет панорамное остекление, позволяющее наблюдать за происходящим на первом этаже, создавая эффект открытости при сохранении уюта и камерности. Данная архитектурная деталь вносит элемент театральности в восприятие пространства и подчёркивает современный подход к планировке общественных заведений.

Таким образом, интерьер кофейни представляет собой продуманное сочетание эстетики, комфорта и функциональности, формируя целостный визуальный образ, способствующий положительному восприятию бренда и созданию уникального потребительского опыта.

Одной из ключевых составляющих визуального и эмоционального восприятия исследуемой кофейни является её освещение, которое играет не только функциональную, но и эстетическую роль. Благодаря тщательно подобранной системе освещения создаётся мягкий, равномерный световой фон,

который способствует ощущению уюта и гармонии, а также служит идеальным условием для создания визуально привлекательного контента — будь то фотографии, видеосъёмки или сторис в социальных сетях. Данный аспект становится важным не только для гостей, но и для представителей креативной индустрии города.

В ходе наблюдений было зафиксировано сотрудничество между кофейней и локальными брендами, в частности — магазинами одежды и цветов. Кофейня предоставляет своё интерьерное пространство для проведения фотосессий и рекламных съёмок, позиционируя себя как «эстетичный фон». В ответ партнёры кофейни способствуют её продвижению и формированию узнаваемого имиджа, размещая материалы в социальных сетях и других медиа-каналах. Это подтверждает мультифункциональность кофейни как не только гастрономического, но и культурно-коммуникационного пространства.

Звуковая среда в кофейне также является важным элементом атмосферы. Музыкальный плейлист, транслируемый в течение дня, задаёт эмоциональный ритм и оказывает непосредственное влияние на настроение посетителей. Утренние и дневные часы сопровождаются более энергичными и позитивными композициями в стиле популярных западных исполнителей, таких как *Maroon 5* и *Bruno Mars*, что способствует бодрости и концентрации. В вечернее время музыкальное сопровождение становится более размеренным: звучат джазовые и атмосферные треки исполнителей, таких как *M'Dee* и *Lana Del Rey*. Кроме того, учитывая социокультурный контекст — кофейня расположена в районе с преимущественно казахоязычным населением — в плейлисте часто звучат классические казахские песни, что формирует у гостей чувство ностальгии и культурной принадлежности, усиливая эмоциональное восприятие пространства.

Особую роль в формировании атмосферы кофейни играет персонал. Обычно команда включает официантов и бариста, при этом наблюдается гендерное распределение ролей: женщины чаще работают официантами, мужчины — бариста. Это способствует гармоничному взаимодействию с клиентами. Персонал учитывает индивидуальные особенности посетителей, адаптируя стиль общения, что повышает уровень сервиса и помогает избегать конфликтов.

Как уже отмечалось ранее, кофейня представляет собой многофункциональное пространство, успешно сочетающее в себе различные сценарии социального взаимодействия: от индивидуальной работы до деловых встреч, свиданий и дружеских бесед.

Несмотря на сравнительно компактную планировку зала и близкое расположение столов, наблюдается интересный социальный феномен — пространственная изоляция гостей. Посетители, как правило, стремятся ограничить контакты с незнакомыми людьми, что особенно заметно при рассадке вдоль стен (см. рис. 1). Эта зона зала часто становится предпочтительным местом для одиночных посетителей, занятых удалённой работой или учебой. Люди, даже в условиях ограниченного количества посадочных мест, стараются занимать места с расстоянием друг от друга, создавая тем самым невидимые границы личного пространства.

Такое поведение подтверждает тезис о том, что кофейня функционирует как социальный микрокосм, в котором каждый посетитель находится в собственной «социальной капсуле», взаимодействуя с окружающим миром через фильтры личного пространства и социальной дистанции. Можно сказать, что кофейня — тихий континент из отдельных островков живущих свою жизнь тихо и несвязно друг с другом.

Важно отметить, что в исторической перспективе доступ к кофейным заведениям был не всегда инклюзивным. В частности, в Англии XVII века женщинам запрещалось посещать кофейни, поскольку они считались исключительно мужскими пространствами общения и обсуждения политики. По данным *The New York Times*, кофейни того времени служили площадками для политических и коммерческих переговоров, участие в которых женщинам было недоступно [3].

В отличие от этого исторического контекста, современные кофейни демонстрируют высокую степень гендерной открытости и инклюзивности. В ходе семидневного наблюдения планируется проанализировать, представители какого пола чаще становятся посетителями кофейни, с целью выявления тенденций, связанных с гендерной репрезентацией в городском общественном пространстве.

Таблица 2 – Результаты наблюдения посещения кофейни «N571 Coffee & Kitchen» (в гендерном разрезе)

День/ Пол	Женский	Мужской	Итого
1	21	14	35
2	17	13	30
3	12	14	26
4	12	3	15
5	13	11	24
6	29	11	40
7	11	8	19

Согласно собранным данным, представленным в таблице, можно сделать вывод, что доминирующей группой среди посетителей кофейни являются женщины. В течение всего периода неключённого полевого наблюдения, 60,8% посетителей составили лица женского пола. Этот показатель охватывает широкий спектр социальных и возрастных категорий: в кофейне можно наблюдать как молодых девушек - школьниц и студенток, так и женщин с детьми, находящихся в декретном отпуске, а также деловых женщин, ведущих переговоры или работающих за ноутбуком в одиночку.

Что касается мужчин, их поведенческие особенности в пространстве кофейни имеют определённые отличия. Мужчины, как правило, приходят в кофейню по более прагматичным причинам, например, для проведения деловых встреч. Они реже задерживаются в общем зале и чаще поднимаются в VIP-комнаты, расположенные на втором этаже, особенно когда речь идёт о встречах в составе мужских компаний. Такая пространственная сегрегация может указывать как на стремление к приватности, так и на особенности социокультурных норм поведения.

Также интересным объектом анализа становится стиль одежды посетителей. Внешний облик большинства гостей можно охарактеризовать как аккуратный и соответствующий эстетике заведения. Преобладают casual и классически-деловой стиль. Женщины чаще отдают предпочтение утончённым, нейтральным образам, в то время как мужчины в спортивной одежде встречаются крайне редко - в основном среди молодых посетителей или тех, кто приходит за кофе на вынос.

Одной из отличительных черт рассматриваемой кофейни является её вовлечённость в культурную и праздничную жизнь района, в котором она функционирует. Как уже было упомянуто ранее, кофейня расположена в районе с преимущественно казахоязычным населением, что определяет специфику взаимодействия заведения с местной культурной средой.

В дни празднования Наурыза, например, сотрудники кофейни обслуживали гостей в традиционных казахских жилетах, что символизировало уважение к национальной культуре и придавало особую праздничную атмосферу заведению. В дополнение к этому, гостям предлагались национальные сладости - бауырсаки - бесплатно, как проявление гостеприимства и социальной ответственности.

Во время священного месяца Рамадан кофейня также демонстрировала высокую степень адаптивности и уважения к религиозным традициям. Был изменён график работы, чтобы учитывать время разговения (ифтар), и введены специальные «Ифтар-сеты», включающие лёгкие и традиционные блюда, предназначенные для постящихся. Такие действия свидетельствуют о стремлении кофейни к инклюзивности и диалогу с местным сообществом, что делает её не просто бизнес-единицей, а активным участником городской культурной жизни.

Проведённое исследование показало, что современная кофейня в городском пространстве Караганды - это не просто точка общественного питания, а важное культурное и социальное пространство города. Она сохраняет черты, присущие кофейням с момента их исторического возникновения: объединение людей, создание условий для общения, обмена идеями и творчества.

Наблюдения в кофейне «N571 Coffee & Kitchen» продемонстрировали, что данный формат заведения играет значимую роль в повседневной жизни горожан, влияя на городской образ жизни, стили поведения и даже элементы локальной культуры.

Кофейня стала местом, в котором гармонично сочетаются атмосфера уюта, эстетика, внимание к деталям (освещение, интерьер, музыка), высокий уровень сервиса и социокультурная открытость.

Особенно важно отметить её роль как точки притяжения для женщин, деловых людей, творческой молодёжи и тех, кто ценит комфорт и атмосферу в городской среде.

### Список литературы

1. Кофейня: история возникновения от древности до наших дней [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://retailhoreca.ru/coffeeacademy/tpost/0o7v8y2nv1-kofeinya-istoriya-vozniknoveniya-ot-drev> (дата обращения: 20.04.2025).
2. Роль кофейен и кафе в истории [Электронный ресурс] // Madeo. – Режим доступа: <https://madeo.ru/blog/istoriya-kofe/rol-kofeen-i-kafe-v-istorii/> (дата обращения: 20.04.2025).
3. Why Coffee Has Been Banned Throughout History [Электронный ресурс] // Mashed. – Режим доступа: <https://www.mashed.com/650885/why-coffee-has-been-banned-throughout-history/> (дата обращения: 20.04.2025).

## ҚОҒАМДЫ ЦИФРЛАНДЫРУ ЖАҒДАЙЫНДАҒЫ КОМПЬЮТЕРЛІК ОЙЫНҒА ТӘУЕЛДІЛІК

Сағаткәрім Е.Н.

Е.А. Бөкетов атындағы Қарағанды ұлттық зерттеу университетінің саясаттану және әлеуметтану кафедрасының магистранты, Қазақстан  
*e-mail:* [erkebulansagatkarim@gmail.com](mailto:erkebulansagatkarim@gmail.com)  
*Ғылыми жетекшісі:* профессор Валитова З.Х.

Жиырма бірінші ғасырдағы қоғамды цифрландыру және ақпараттық технологиялардың дамуы адамдардың өмір сүру салтын түбегейлі өзгертті. Жоғары жылдамдықты интернет пен мультимедиялық құрылғылар виртуалды кеңістіктің шекарасын кеңейтіп, жаңа мүмкіндіктерге жол ашты. Алайда, бұл технологиялық прогрестің қоғамдық денсаулық пен білім беру жүйесіне қауіп төндіретін көлеңкелі жақтары да айқындала бастады. Солардың ішіндегі ең өзекті мәселе – адамдардың компьютерлік және интернет-ойындарға жаппай тәуелділікке ұшырауы. Бүгінгі күні миллиондаған белсенді тұтынушылары бар онлайн ойындар жаһандық мәдениеттің ажырамас бөлігіне айналды. Ойындардың жоғары интерактивтілігі, бәсекелестігі мен марапаттау жүйелері пайдаланушылардың назарын ұзақ уақыт бойы өз ішіне тартып ұстап отыр. Бұл жағдай виртуалды белсенділіктің қалыпты ойын-сауық шегінен шығып, психологиялық және жалпы тәуелділікке ұласуына негіз болады. Осыған орай, компьютерлік ойындарға тәуелділік тек жекелеген ауытқу емес, қоғамдық денсаулық сақтаудың маңызды мәселесіне айналып отыр. Әсіресе, ойынға тәуелділік жасөспірімдердің тұлғалық дамуына, өмірлік бағдарларына және өз бірегейлігін іздеу процесіне жойқын кері әсерін тигізуде. Осыған орай, компьютерлік ойындарға тәуелділік тек жеке тұлғаның мінез-құлық ауытқуы емес, заманауи қоғамның әлеуметтік құрылымына әсер ететін ауқымды әлеуметтік мәселе болып табылады. Мәселенің мұндай көпөлшемді сипаты оны тек сипаттамалық тұрғыдан емес, терең іргелі әлеуметтанулық концепциялар негізінде зерттеуді қажет етеді. Зерттеу барысында жиналған эмпирикалық және контент-анализ мәліметтерін макро және микро-әлеуметтанулық теориялар аясында талдау компьютерлік ойындарға тәуелділіктің терең әлеуметтік тамырын ашып көрсетеді. Бұл жағдай виртуалды тәуелділіктің табиғатын тереңірек түсінуге және оның алдын алу жолдарын әзірлеуге негіз болады. Ойынға тәуелділіктің әлеуметтік негіздерін анықтау үшін, ең алдымен, қазіргі қоғамның технологиялық трансформациясын зерделеу маңызды.

М. Кастельстің «Желілік қоғам» теориясы тұрғысынан қарастырсақ, цифрландыру қоғамның дәстүрлі құрылымдарын әлсіретіп жіберді. 18-35 жас аралығындағы жастар ақпараттық ағындар мен виртуалды желілердің негізгі тұтынушыларына айналды [1]. Желілік құрылымның мұндай үстемдігі адамдар арасындағы тікелей әлеуметтік өзара әрекеттестік орындардың деформациясына әкелді. Осы орайда виртуалды ортаның дәстүрлі қоғамдық кеңістіктерді қалай алмастырғанын түсіну үшін Р. Ольденбургтің тұжырымдамасына жүгіну қажет. Ольденбургтің түпнұсқа идеясында кафелер мен саябақтар азаматтық қоғамды біріктіретін, адамдар арасындағы мәртебелік айырмашылықтарды жоятын позитивті орындар еді [2]. Алайда, бүгінгі таңда бұл «үшінші орындар» физикалық кеңістіктен виртуалды форматқа ауысып, коммуникацияның сапалық өзгерісіне, яғни «бірге бола отырып, окшаулану» феноменіне ұласты. Ш.Тёркл атап өткендей, жастар шынайы достықтың ауыртпалықтары мен міндеттемелерінен қашып, оның орнына ойындағы «жеңіл» байланыстарды тандайды. Олар бір клубта немесе бір серверде бірге отырғанымен, іштей терең экзистенциалды