

Александр НОВИК

КОФЕ В АЛИМЕНТАРНОЙ КУЛЬТУРЕ И ТРАДИЦИЯХ АЛБАНЦЕВ БАЛКАН

CZU:392.86:641.87(=18)

<https://doi.org/10.52603/rec.2025.37.02>

Rezumat

Cafeaua în cultura alimentară și tradițiile albanezilor din Balcani

Peninsula Balcanică este considerată, pe bună dreptate, o regiune cu unul dintre cele mai ridicate niveluri de consum de cafea pe cap de locuitor. Cafeaua (*Coffeae Semen L.*), răspândită în regiune în timpul dominației otomane, a devenit parte integrantă a bucătăriei tradiționale, a instituției ospitalității, a practicilor rituale și a vieții cotidiane a locuitorilor din diverse zone. În această cercetare este analizată cultura consumului de cafea, precum și rolul acesteia în eticheta națională, în ideologia alimentară și în medicina populară în rândul populației albaneze din vestul Balcanilor (prin implicarea conștientă a unui tezaur extins de materiale de teren, colectate de autor în timpul expedițiilor din perioada 1990–2024 în Albania, Kosovo, Macedonia de Nord, Grecia și sudul Muntenegrului). Cercetarea se bazează, de asemenea, pe date din arhivele etnografice și lingvistice de profil și include informații din studiile antropologilor care au analizat această regiune. Autorul analizează utilizarea cafelei în scopuri alimentare, în sfera ritualică, în medicina populară, precum și reflectarea percepțiilor despre această băutură îndrăgită în folclor și în tradiția scrisă. Preponderent cafeaua este o materie primă pentru prepararea unei băuturi care joacă un rol aproape sacru în comunicare; rareori este consumată crudă, în deserturi sau amestecuri alcoolice. Permanența narațiunilor despre importanța cafelei pentru diverse scopuri în rândul albanezilor permite conturarea anumitor izoglose, izopragme și izodoxe, care marchează granițele dintre tradițiile și idiomurile popoarelor și grupurilor etnice din Peninsula Balcanică.

Cuvinte-cheie: cafea, contacte culturale, albanezi, turci, cultură alimentară, practici rituale, împrumuturi, diferențe confesionale.

Резюме

Кофе в alimentарной культуре и традициях албанцев Балкан

Балканский полуостров по праву считается регионом с одним из самых высоких показателей потребления кофе на душу населения. Кофе (*Coffeae Semen L.*), получивший распространение в регионе во время османского господства, прочно вошел в традиционную кухню, институт гостеприимства, ритуальные практики и быт жителей различных зон. В данном исследовании рассмотрена культура потребления кофе, а также его роль в национальном этикете, идеологии питания и народной медицине у албанского населения на западе Балкан (с привлечением большого тезауруса полевых материалов, собранных автором во время экспедиций 1990–2024 гг. на территории Албании, Косово, Северной Македонии, Греции и юга Черногории). Исследование базируется также на данных

профильных этнографических и лингвистических архивов и привлекает сведения из трудов антропологов, изучавших данный регион. Автор анализирует использование кофе в пищевых целях, обрядовой сфере, народной медицине, отражение представлений о полюбившемся напитке в фольклоре и письменной традиции. Кофе прежде всего служит сырьем для приготовления напитка, играющего почти сакральную роль в коммуникации, он редко употребляется в сыром виде для десертов и алкогольных коктейлей. Устойчивость нарративов о значении кофе для разных целей у албанцев позволяет провести определенные изоглоссы, изопрагмы и изодоxy, маркирующие границы в традициях и идиомах народов и этнических групп Балканского полуострова.

Ключевые слова: кофе, культурные контакты, албанцы, турки, alimentарная культура, ритуальные практики, заимствования, конфессиональные отличия.

Summary

Coffee in the alimentary culture and traditions of the Albanians in the Balkans

The Balkan Peninsula is rightfully considered to be the region with one of the highest rates of coffee consumption per capita. Coffee (*Coffeae Semen L.*), which became widespread in the region during the Ottoman rule, has become an integral part of traditional cuisine, the institution of hospitality, ritual practices and the daily life of residents of various zones. This study examines the culture of coffee consumption, as well as its role in national etiquette, food ideology and folk medicine among the Albanian population in the Western Balkans (with the deliberate use of a large thesaurus of field materials collected by the author during expeditions from 1990 to 2024 in Albania, Kosovo, North Macedonia, Greece and southern Montenegro). The study is also based on data from specialized ethnographic and linguistic archives and draws on information from the works of anthropologists who studied the region. The author analyzes the use of coffee for food purposes, rituals, folk medicine, and the reflection of ideas about the beloved drink in folklore and written tradition. Coffee primarily serves as a raw material for the preparation of a drink that plays an almost sacred role in communication; it is rarely consumed raw for desserts and alcoholic mixes. The persistence of narratives about the meaning of coffee for different purposes among Albanians allows us to draw certain isoglosses, isopragmas and isodoxes that mark the boundaries in the traditions and idioms of the peoples and ethnic groups of the Balkan Peninsula.

Key words: coffee, cultural contacts, Albanians, Turks, alimentary culture, ritual practices, borrowings, confessional differences.

По статистике, ежегодно в Албании выпивают 37 млн чашек кофе эспрессо и 30 млн чашек кофе по-турецки. И эти цифры от года к году только растут (Biznesi i kafesë 2016; INSTAT 2024). Несмотря на очевидную «укорененность» данного напитка в культуре и системе питания, по данной теме – потребления кофе у албанцев – практически нет исследований антропологов, культурологов, фольклористов и других специалистов. В качестве положительного исключения можно назвать лишь несколько работ болгарских, албанских (косовских) и российских авторов, см. к примеру: (Hristova-Bejleri 2006: 139-145; Stublla 2007: 296-298; Бейлери 2007: 88-98; Новик 2017: 116-131).

Целью данного исследования является описать представленность в традиционной культуре албанцев запада Балкан кофе, его роли в структуре питания, институте гостеприимства, ритуальных практиках, народной медицине, фольклоре, общественной жизни, а также осветить конфессиональные аспекты использования данного напитка у албанцев, живущих в разных регионах албаноязычного ареала (с основным фокусом на территорию современной Республики Албания). Предмет изучения – история и практики потребления и использования кофе на Балканах и, по возможности, их отражение в лексике.

К истории вопроса: путь к сердцу и желудку

Кофе, согласно историческим сведениям, получил распространение в албанских землях, входивших в Османскую империю, в XVII столетии. Как любая пищевая инновация, данный напиток проделал непростой путь, прежде чем стать знаком и маркером коммуникации среди широких слоев населения на западе Балкан. Появившись изначально как изыск «высокой» кухни для «богатых из богатых», кофе постепенно завоевал пространство кухонь и гостинных чиновного сословия разного уровня, военных различных рангов, служивого люда, церковного клира, торговцев и ремесленников, затем переместился в дома зажиточных крестьян и горожан средней руки, обеспечив себе в дальнейшем проникновение и на стол многочисленной массы сельских жителей и городских сообществ (Gjergji 2002).

Мода на кофейни и чайные как в городах, так и в сельской местности была продиктована не только тенденциями, шедшими из основных урбанистических центров империи и – прежде всего – из источника культурных инноваций метрополии – Стамбула, но была подпитана запретом на потребление алкогольных напитков: мы не должны забывать, что большинство албанцев

к концу XVIII столетия исповедовало ислам (Новик, Резван 2019).

Альтернативой распространившихся в Западной, Центральной и Восточной Европе пивных, кабаков, рюмочных и тому подобных учреждений общепита и проведения досуга на Западных Балканах стали кофейни и чайные – именно сюда стягивались мужчины для совместного проведения времени, бесед, обмена новостями, заключения сделок, поиска работы, торговых партнеров и др. Вместо корчмы албанцы направлялись в кофейню, где за чашкой бывшего некогда экзотическим, но постепенно ставшего таким привычным напитка могли проводить целый день (ср.: Hristova-Bejleri 2006: 139-145; Novik 2022: 236-263).

Пока мужчины развлекались в своей компании, их жены, матери и дочери проводили досуг среди родственниц и соседок за высокими оградками собственных домов – несанкционированное нахождение в общественном пространстве оставалось многие столетия табуированным на Балканах. Скрасить встречу помогал кофе – на чашечку душистого напитка почти ежедневно приходили родственницы и подруги. Либо с визитами отправлялись сами. Во время таких встреч планировали сватовство, узнавали новости, делились всем наболевшим (ср.: Дугушина 2017: 149-152; Sobolev, Novik 2017).

Однако до конца XIX в. кофе для большинства населения албанских земель оставался дорогим продуктом – его покупали в дюкянах (алб. *dyqân*, -i – лавка; лавка-мастерская, где товары производились и продавались)¹ и на ярмарках как дорогой заморский товар, а потому рачительно использовали и в ежедневном потреблении старались заменить различными суррогатами, оставляя кофе роль напитка для гостей и для праздничного стола.

Постепенно кофе и визит на кофе стали не только напитком по каждому случаю и ежедневным ритуалом, но и важнейшей составляющей института гостеприимства, обрядовых практик, пищевой парадигмы и социальной жизни. Такому триумфальному вхождению кофе в систему питания и традиционную культуру не помешали ни бурные потрясения начала XX века, сопровождавшие крах Османской империи (объявление независимости Албанией в 1912 г.), ни Вторая мировая война, ни длительный период строительства социализма (с 1944-го по начало 1990-х) и болезненные реформы перехода к рыночной экономике². Кофе оставался обязательным элементом праздничной и бытовой культуры. До

сегодняшнего дня утро каждого албанца (за редким исключением) начинается с чашки кофе. «Я не представляю себе, как можно обойтись без кофе. Я понимаю, что это зависимость, но не могу обойтись без него и дня. Я пытался. Но как только отказываюсь от кофе – не выпью его утром – у меня начинает болеть голова. Мне нужно хотя бы раз в день выпить чашку этого напитка – иначе жить не получается. Повторю, что осознаю пагубную зависимость, но избавиться от нее не могу» (Информант – албанец, около 70 лет, из Тираны, ученый, бывший директор Института народной культуры Академии наук Албании, на пенсии, интервью записано по-албански в сентябре 2021 г. в Големе, округ Каваи) (АМАЭ 2021).

Помимо привычки, кофе стал и лекарством, в которое верят. Из-за высокого содержания кофеина (1-2,5 %), тригонеллина, протеинов и др., напиток, приготовленный из кофе, активно воздействует на центральную нервную систему: он стимулирует психические реакции и способствует мускульной деятельности. Затрагивая нервные центры, кофе повышает способности мозга к ментальной работе. Кофе имеет свойство влиять на дыхательные функции легких, увеличивая объем вдыхаемого воздуха и обеспечивая обогащение их кислородом. Кофе укрепляет работу сердца и всю мускулатуру тела, способствует улучшению работы желудочно-кишечного тракта и выводу из организма отработанных веществ (Sulaj 2013: 130-131).

До начала 2000-х годов самым распространенным способом приготовления был так называемый «кофе по-турецки» – алб. *kafë turke*. Этот факт заслуживает отдельного внимания, так как соседи албанцев зачастую называют способ приготовления и сам напиток, что называется, по-своему: греки, к примеру, именуют его исключительно «греческим кофе», а бошняки в Боснии нередко – «бошняцким». Для приготовления напитка «по-турецки» «по классике жанра» кофе размалывают в ручной мельнице (до начала 1990-х годов албанская промышленность выпускала такие характерные приспособления из металла) (Фото 1). Лишь позже в бытование вошли кофемолки с электрическим приводом, однако истинные гурманы и приверженцы традиционных вкусов считают, что «ручные кофемолки измельчают кофе, сохраняя его природную структуру и сущность, а электрические – разбивают зерна на мелкие куски, что ведет к утрате вкусовых качеств напитка» (ПМА 1996: Албания). Измельченный кофе помещают в турку, или джезве (алб. *xhezvë*, *-ja* – из тур. яз. 'сосуд для пригото-

вления кофе'), заливают холодной (как правило!) водой, добавляют (или нет) необходимое количество сахара и варят на медленном огне. После первых же пузырьков кофе помешивают и при появлении явных признаков напитка вскипеть, его снимают с огня. Дав немного остыть и набраться нужной крепости, кофе разливают по чашкам – в Албании популярны совсем маленькие кофейные чашечки, обычно из фарфора либо фаянса (о них будет рассказано ниже). К напитку полагается стакан холодной воды. Кофе могут смаковать долго, чередуя душистый напиток с глотками воды.

Именно кофе по-турецки вошел в систему питания албанцев, став неперенным атрибутом не только каждой трапезы, как правило, завершая ее, но и любого перерыва на отдых, дружеских встреч и пр. (Hristova-Bejleri 2006: 139-145; Бейлери 2007: 88-98; Новик 2017: 116-131). Кофе албанцы почти что обязательно пьют утром, затем в обед, «подытоживая» прием пищи, в промежутки до вечера и на ужин. Отмечая «укорененность» кофе в стране и чувствуя в последние годы некоторую вину за его, возможно, чрезмерное потребление (вызванную определенным ажиотажом в медиа ввиду борьбы за здоровый образ жизни и правильное питание), албанцы любят подчеркнуть, что их соседи, греки, кофе пьют еще больше – до 20 чашек в день, что характеризует последних «как сибаритов, заядлых кофеманов и лентяев, проводящих целые дни в кафенио [т. е. в кофейне, из новогреч. – А. Н.]» (ПМА 2002: Албания).

Пустив корни в системе питания, кофе вышел на «ритуальный уровень» – напитком непременно необходимо угостить пришедшего гостя, отказ от данной традиции будет воспринят как грубое нарушение принятых правил; кофе завершает, как мы уже отметили, любую значимую трапезу, но его роль многократно возрастает во время праздничных церемоний, семейных застолий и др. (Stublla 2007: 297; Новик, Резван 2019). Кофе подают за поминальным столом. В крайне (историко-этнографической области) Дукагьин (регион Северо-Албанских Альп), где автором проводились экспедиционные исследования среди албанцев католиков в 1996 г., информанты отметили, что по возвращении с кладбища после погребения кого-нибудь из сельчан пришедшим предлагается кофе – и именно чашками с кофе собравшиеся «чокаются», дабы усопший «услышал их» (Новик 1998: 78-94). Ни при каких других обстоятельствах ударяться чашками с кофе нельзя – это табуировано сакральными

смыслами взаимоотношений этого и иного миров. Кстати, в поминальные дни (к примеру, на 40-й день) православные албанцы, устраивая памятную трапезу, громко «чокаются» бокалами с вином – «дабы покойный услышал на небесах, что о нем помнят, родные собрались, чтобы его помянуть, а потому непременно возрадуется, и поэтому надо радоваться вместе с ним через эти звуки бокалов» (Информант – албанец православный, около 40 лет, родом из г. Корча, беседа записана по-албански во время поминальной трапезы сорока дней по его усопшей матери в ресторане г. Дуррес, в мае 2012 г.) (АМАЭ 2012). Этот факт, на наш взгляд, подчеркивает исключительный статус кофе – бокалами с вином можно ударяться и в радости, и в горе, а вот чашками с кофе – только в самые печальные и трудные моменты для индивида и сообщества. Жизнь коллектива выработала такие правила, которые несут в себе закодированную оценку важности и статуса продуктов и напитков в общей иерархии ценностей – не только в пищевой парадигме, но и в идеологии, в духовной и ритуальной сферах (ср.: Новик 2020: 350-399; Dugushina, Novik 2023: 49-67). Отметим здесь, что вино, несмотря на «узаконенность» со стороны церковных иерархов и получение почетного места в религиозной обрядности христиан, не стало народным напитком, возможно, по причине ограниченности своего распространения – не во всех зонах запада Балканского полуострова культивируется виноград и меньшее число населения албанских земель исповедовало христианство к XX – началу XXI в. (Новик, Резван 2019). Кофе же, в отличие от вина, несмотря на то, что полностью является привозным продуктом, прочно «прописался» на столах как католиков и православных, так и мусульман, став своеобразной пищевой универсалией, диктующей свои правила, подходы и отношение к себе.

«Макиато с холодным молоком»: путь к сибаритству

Доказательством исключительной роли кофе в пищевой парадигме и традиционной культуре албанцев может послужить тот факт, что данный напиток выдержал суровые испытания XX в.: две мировые войны, строительство социализма и сложный переходный период. Так, оставаться излюбленным напитком кофе не помешал дефицит, с которым так и не смогло справиться социалистическое государство за все годы своего существования – с 1944-го по 1991-й. Импортные продукты, среди которых был кофе, периодически совершенно пропадали с полок албанских

магазинов. Простые граждане страны не могли купить их ни в столице, ни в малых городах (не говоря уже о сельской местности). Заменой кофе чаще всего выступал «горный чай» (алб. *çaj mali*; *Sideritis Herba* L.), который собирали на значительной территории страны – и его наличие «в продуктовой корзине» почти не зависело от катаклизмов, потрясавших государство, взявшее курс на «развитие с опорой на собственные силы» (Смирнова 2003). За исключением политической, военной и хозяйственной номенклатуры страны, практически все слои албанского населения сталкивались с большими трудностями в приобретении продовольствия – будь то мясо, рыба, молочные продукты, сахар, растительное масло и др. (часто их продажа лимитировалась введенной карточной системой), либо тех продуктов, которых по определению должно было бы быть в достатке в стране со средиземноморским климатом и плодородными почвами (речь идет об овощах и фруктах). До сего времени многие информанты рассказывают, что очень часто в их домах при социализме (вернее, той системе, которую тогдашние власти называли социализмом) к концу недели или месяца (до выдачи зарплаты или получения карточек) не оставалось ничего, кроме хлеба и «горного чая». Завтракали и часто ужинали всей семьей просто хлебом, запивая его заваренным «горным чаем», заменявшим любимый кофе (ПМА 2014: Албания).

Çaj mali, тем не менее, не перенял в полной мере функции кофе в институте гостеприимства. Лишь в исключительных случаях он стал заменять кофе в тех ситуациях, когда культура (праздничная, обрядовая и т. д.) требовала его использования – прием гостя, завершение трапезы, поминки и т. п. (Tirta 2006; Stublla 2007). В этом случае перенимались акциональный, пищевой и предметный коды церемонии: «горный чай» предлагали согласно устоявшимся регламенту и канонам угощения; более того, даже посуда использовалась та же, что и при подаче кофе. Здесь уместно вспомнить зафиксированные автором воспоминания известного российского исследователя албанского языка, литературы и культуры Агнии Васильевны Десницкой (1912–1992). Бывая в Албании после Второй мировой войны, А. В. Десницкая часто оказывалась в домах крестьян в самых разных уголках страны. Ее поражало то упорство, с которым местные жители хотели ее угостить при любых обстоятельствах. Часто случалось так, что в крестьянском доме попросту не было почти никаких продуктов, но институт гостеприимства требовал принять

посетителя согласно правилам – тогда хозяева наливали в медное джезве молоко, ставили на огонь, а после приготовления разливали по кофейным чашкам. Нередко вместо кофе по такой же схеме кипятили «горный чай» (ПМА 1990: Десницкая). Обычно же для приготовления «горного чая» использовали металлический чайник довольно большого объема (до 1 литра), а готовый напиток подавали в чашках, традиционно называемых по-албански *filxhán, -i* (объемом до 200 мл) для кофе и других горячих напитков. В случае же приема гостя для соблюдения правил этикета для *çaj malí* иногда использовали совсем маленькие чашечки (до 50 мл), которые традиционно служили для разливания кофе по-турецки.

Несмотря на то, что кофе как продукт импорта требовал валютных расходов государства, власти не осмеливались совершенно отказываться от его закупок – албанцы привыкли пить его ежедневно в качестве горячего напитка, им лечили различные недуги, а также использовали в самых важных обрядовых практиках. Здесь стоит отметить известный факт искусственного прекращения импорта кофе в Турецкую республику в середине XX в. Тогда молодое государство, освободившееся от правления султанов, пыталось оптимизировать валютные расходы страны. При правлении Аднана Мендереса (премьер-министр в 1950–1960) было принято решение отказаться от закупок кофе. Результатом стало то, что турки, привыкшие проводить время в кофейнях за чашечкой кофе и курением табака, перешли на чай. Им стали заменять традиционный кофе. При этом чай пили крепко заваренным из маленьких стаканчиков грушевидной формы *armudi*, по объему почти не превосходящих кофейную чашку. Культура и этикет кофепития практически были калькированы культурой потребления чая (см.: Зикмунд, Ганзелка 1962: 124). Албания не последовала примеру Турции – кофе здесь сохранил свою роль.

С начала 1990-х годов (времени либерализации экономики и перехода на свободные рыночные отношения после слома социалистической системы хозяйствования), после демократических преобразований в стране и ее открытости внешнему миру, вместе с новыми товарами, услугами и технологиями в Албании прочно закрепились кофейные инновации – в местных барах, кафе и ресторанах посетителям стали предлагать эспрессо, капучино, макиато, фраппе и прочие напитки на основе кофе. Эспрессо (от итал. *espresso*) – способ приготовления кофе путем прохождения горячей воды (92–96 °C) под давлением

(около 9 бар) через фильтр с обжаренным, молотым кофе. Капучино (от итал. *cappuccino* 'капучин') – кофейный напиток изначально итальянской кухни на основе эспрессо с добавлением в него подогретого вспененного молока. Макиато (эспрессо макиато; от итал. *caffè macchiato*, букв. «запятнанный») – кофейный напиток, получаемый путем добавления к эспрессо минимального количества («пятнышка») молока, обычно взбитого. Фраппе (от фр. *frappé* 'охлажденный') – покрытый молочной пеной холодный напиток на основе растворимого кофе греческого происхождения. Напиток наиболее известен под французским названием *frappé* (с фр. 'охлажденный в колотом льду', от фр. *frapper* 'бить, колоть') и связан с разновидностью итальянского напитка под названием гранита. Как видно из номинаций, новшества на Балканы проникали из разных стран – прежде всего из Италии и Греции, куда были направлены основные потоки албанской трудовой миграции с начала 1990-х годов. Гастарбайтеры, возвращаясь на родину навсегда (редкие факты) или прибывая в отпуск (массовое явление), привозили с собой кофейные машины-автоматы, кофемолки, ингредиенты для приготовления напитков, прочно завоевывавших место на албанском столе.

Спрос порождал предложение: бизнесмены, владеющие учреждениями общепита, быстро сориентировались в этой ситуации – и практически в каждом локале (алб. *lokál, -i* 'бар, кофейня, кафе, закусочная, заведение общественного питания; место проведения досуга') появились современные кофемашины, многие уже в середине 1990-х годов могли похвастать профессиональным оборудованием и работой высококвалифицированных бариста. Бариста (итал. *barista*, буквально «человек, работающий за барной стойкой») – кофевар, специалист по приготовлению кофе, – стал уважаемым и востребованным на рынке труда сотрудником (Фото 2).

Проникновение новых вкусов и закрепление новых привычек проходило поступательно – до сих пор можно отметить тот факт, что старшее поколение остается приверженным «старому, доброму кофе по-турецки» (ПМА 2024: Албания). А вот молодежь и люди среднего возраста (до 50 лет) быстро восприняли новые веяния в сфере приготовления и потребления кофе – большинство из них предпочитает эспрессо, макиато и другие напитки. В последнее десятилетие вкусы потребителей стали еще более избирательными: посетители локалей нередко заказывают макиато с холодным молоком, фраппе с молоком

либо без молока и пр. (АМАЭ 2021; 2022). Такое разнообразие предпочтений обусловлено безграничным информационным полем и тесными контактами современных албанцев с внешним миром – практически в каждой семье кто-то из ближайших родственников живет и работает за границей, многие сами провели долгие годы за рубежом (Фото 3).

Не замедлило сказаться распространение разнообразия кофейных напитков в сфере общепита и на ежедневный быт, этикет и праздничную культуру. Если прежде пришедшим гостям предлагали кофе, спрашивая лишь, какой они предпочитают – с большим количеством сахара, средним или совсем малым, и *a priori* предполагалось, что кофе будет сварен по-турецки, то теперь любезные хозяева заботливо спрашивают, какой вид кофе желает гость – эспрессо, макиато либо другой (Новик 2018: 151-175; ПМА 2023: Албания).

Кофе остается безусловным лидером в деле установления межличностных контактов. Почти ни одна встреча друзей, родственников, коллег, партнеров по бизнесу либо просто знакомых не обходится без чашечки кофе. Напиток занял свою важную нишу и в куртуазных делах. До сих пор, несмотря на очевидную «вестернизацию» страны, приглашение парнем девушки на чашку кофе воспринимается как проявление симпатии и призыв к более близкому знакомству.

«Если парень приглашает девушку на кофе, значит, что он предлагает интим. Девушка обычно подумает, принимать такое предложение от молодого человека или нет. А вот чтобы девушка предложила парню сходить на кофе, это редко бывает. Я даже не знаю, как на это реагировать. Это что? Призыв к интиму? Или она просто хочет обсудить какие-то дела? Всегда теряюсь в таких случаях» (Информант – албанец мусульманин-суннит, 32 года, из Мальсии-и-Тиранес, агент по недвижимости в Тиране, запись беседы по-албански в WhatsApp в мае 2023 г.) (ПМА 2023: Албания).

Кофе остается важным маркером балканского образа жизни – долгое пребывание в кафе, бесконечные беседы, курение табака, обсуждение новостей, знакомых, событий, дел, вещей, рефлексии на всевозможные события, неспешность, расслабленность и ожидание чуда почти всегда проходят за чашкой ароматного напитка, сближающего родных и примиряющего врагов, сводящего далеких и цементирующего любимых (см. по данной теме также: Домосилецкая, Новик 2022: 9-31; Новик, Фаис-Леутская 2022: 5-8). Сам

кофе для албанцев – это чудо, чудо праздника и чудо жизни.

Именно поэтому в албанском языке фиксируется множество фразеологизмов, связывающих кофе и отдых, кофе и беззаботность, кофе и достаток. Одной из самых распространенных поговорок, которую часто употребляют в своей речи и представители старшего поколения и молодежь, является следующая: *Kafja pa duhan si turku pa iman* (алб. 'Кофе без табака, как турок без веры') (ПМА 2024: Албания).

Кофе как изыск: от чашки к ложке

Кофе всегда оставался исключительно знаковым напитком, поэтому его потребление обставлялось и продолжает обставляться по-особому: даже в том случае, если потребитель пьет его в кругу домочадцев или в одиночестве, для кофепития используют нарядную посуду. В османский период, как мы уже отмечали, данный напиток был излюблен представителями референтных групп, стремившихся следовать во всем, в том числе в сфере пищевых установок и культуры быта, принятому в метрополии – что было модно в Стамбуле, постепенно воспроизводилось на окраинах империи (Gjergji 2002). Вслед за состоятельными гражданами шагали остальные – крестьяне, наемные рабочие, служивый люд и пр. В богатых домах было принято подавать кофе в дорогой посуде: в фарфоровых или фаянсовых чашках, нередко обрамленных медными или серебряными подставками, с расписными блюдцами из стекла или фарфора, на большом подносе из меди или серебра, с дорогими ложками, сахарницами, вазами и розетками для варенья, сахарницами, тарелками для лукума, шербета, печенья и проч. сладостей³.

Для многих семей обладание парадной посудой являлось, с одной стороны, важным пунктом расходов, а с другой стороны – способом инвестирования, так как утварь из драгоценных металлов никогда не обесценивалась, а лишь прибавляла в цене в силу нестабильности валютно-денежной системы Османской империи, переживавшей кризис в два последних века ее существования. Поразить гостей обилием роскошных аксессуаров праздничного столового или кофейного стола – было одной из стратегий поведения балканцев до бурных потрясений середины XX в. При этом застольные пристрастия отличались не только по конфессиональной принадлежности потребителей кофе, но и по регионам страны. Так, особую щедрость на траты для кофейного стола проявляли мусульмане: точная роскошь была непременным атрибутом

ориентального образа жизни – окружая себя высокостатусными предметами сервировки стола, последователи исламского учения ориентировались на вкусы единоверцев. Христиане, католики и православные, перенимая традицию пить кофе, не заимствовали в свой быт многие ориентальные привычки, например, сопровождать напиток восточными сладостями (ограничиваясь вареньем или джемом), использовать посуду в восточном стиле (оставаясь приверженными европейским вкусам) и т. д. (см.: Новик 2024: 110–130). В ряде регионов, где исламизация пустила глубокие корни, большая часть населения стала пить кофе на восточный манер – с приготовлением напитка в джезве (турке), с использованием маленьких чашечек и т. п. А вот, к примеру, жители области Корчи, в которой проживали православные и мусульмане, к рубежу XIX–XX веков ориентировались на вкусы, принятые в европейских странах, прежде всего Франции, и Америке – в силу того, что к этому времени значительное число трудовых мигрантов из региона работало за границей. Оттуда мигранты присылали и привозили не только деньги, но и технику, предметы быта, культурные и пищевые привычки и установки. «У нас так повелось еще с османского времени. В Эльбасане, например, люди всегда копили золото. У них семейное богатство было в монетах. Это понятно – они мусульмане в основном. И они никуда не ездили. Жили так, как было привычно. А вот у нас в Корче и ее округе люди вкладывали деньги в дома, обстановку, привозили из-за границы даже пианино, рояли. Из этих мест стали очень рано ездить за рубеж на заработки. Там люди учились жить у французов, американцев. Ты здесь в деревне можешь найти плиту для приготовления пищи, изготовленную в США в начале XX века. И она до сих пор работает! Дома свои обставляли, как было принято у европейцев. И ели они даже, и кофе пили так, как привыкли, когда были на заработках. От них и учились окружающие корчары» (Информант – албанец православный, 70 лет, из с. Дарза, область Корчи, профессор, живет в Тиране, запись беседы по-албански в сентябре 2009 г.) (ПМА 2009: Албания).

В годы строительства социализма с 1944-го по начало 1990-х вопрос о роскоши перед большинством албанцев не стоял: страна с трудом противостояла трудностям плановой экономики, так и не сумев побороть тотальный дефицит продуктов, товаров и услуг (Смирнова 2003). Понятно, что запретить жить красиво своим гражданам власти, ставившие цель построения

нового общества, отказавшись от ценностей феодально-буржуазного строя, не смогли. Во время визитов гостей, на праздники и т. п. в семьях для угощения кофе доставали лучшую посуду – это в случае, если она сохранялась от экспроприаций, конфискации и прочих акций, решительно проводимых коммунистами. Собственная промышленность не баловала своих граждан изысканными предметами обихода, так как они считались не первоочередными в ряду товаров для народа. А импортных не завозили, так как государство рачительно тратило валютные резервы исключительно на ценное для индустрии и сельского хозяйства оборудование, сырье и проч. нужды. Похвастать дорогой посудой могли лишь те, у кого в семьях она передавалась по наследству – от родителей, бабушек и т. д., и понятно, лишь те, кто избежал классовых чисток, не прекращавшихся до смерти Энвера Ходжи в 1985 г. и полного свержения режима монизма в 1991 г. Большинство же жителей страны пользовалось однообразной посудой, почти идентичными предметами быта, мебелью и пр. Многие семьи, отправляясь в гости, обнаруживали у родных и знакомых похожие сервизы, приборы, обстановку, а вместе с ними и типичные кофейные принадлежности: стандартные ручные кофемолки из латуни, чашечки с незамысловатым орнаментом, угощение к кофе производства кондитерских комбинатов. И это в том случае, если эти угощения могли купить – равно, как и сам кофе, который был также дефицитом.

Все стремительно изменилось в начале 1990-х, когда вместе со сломом старой общественно-политической системы рухнула экономическая база государства, строившего социализм с опорой на собственные силы. Огромное число албанцев устремилось за рубеж, в страну хлынул поток импортной продукции, включая различную посуду и другие бытовые товары, в Албании стали массово открываться частные заведения общепита. Почти все 1990-е годы ознаменовались приходом на албанский рынок дешевой посуды из Китая, Турции и других стран. На какое-то время в албанских домах, кафе и ресторанах незамысловатые и довольно аляповатые кофейные чашки, блюдца, такого же уровня ложки и проч. стали почти обязательным сопровождением потребления любимого напитка (ПМА 1996: Албания).

Однако с ростом благосостояния населения в страну стали поставлять самую различную посуду на любой вкус и кошелек из разных государств, включая Италию, Францию, Германию

и др. Заведения общепита, заботящиеся о своем имидже, стали предлагать своим гостям стильную и «правильную» посуду зарекомендовавших себя производителей – отнюдь не хрупкие, а массивные чашечки для эспрессо, большие чашки для макиато и др. из фарфора и фаянса (Фото 5). «Мы очень придерживаемся итальянского стиля в потреблении кофе. Италия для нас – законодатель моды в этой сфере. Итальянцы считают, что кофе лучше пить из толстостенной чашки – она лучше держит тепло, а потому незаменима. Все рестораны, которые хотят привлечь клиента, закупают посуду из Италии. Мы и дома придерживаемся этих правил» (Информант – албанец православный, 80 лет, из с. Дарза, область Корчи, профессор, живет в Тиране, запись беседы по-албански в сентябре 2019 г.) (ПМА 2019: Албания).

Символом хорошего тона считается придерживаться единого стиля в посуде – если ресторан предлагает кофе в чашках от какого-то производителя (а кофе является наиболее часто заказываемым напитком), то и столовые тарелки для разных блюд будут от него же. Одинаково требовательны албанцы и к кофейным ложкам – у них не прижились пластмассовые и деревянные палочки, получившие распространение в разных странах Западных Балкан в 1990-е годы. Тогда, боясь распространения СПИД, о природе которого знали не очень много, большинство заведений в Черногории, Хорватии и других странах отказались от привычных ложек, заменив их на пластмассовые «предметы для размещения». Позже, когда выяснилось, что страшная болезнь через столовые приборы не передается, черногорцы, к примеру, не вернули в общепит металлические ложки (возможно, из-за лени их мыть?). А албанцы вернулись к привычной сервировке, так как среди них часто звучит мнение: «Мы очень требовательны к тому, как подаются напитки и еда, мы не любим всякие пластмассовые суррогаты. У нас ложка должна быть ложкой!» (ПМА 2004: Албания). Возможно, причину такого подхода здесь надо искать в воспоминаниях о десятилетиях тотального дефицита и ограничений в потреблении, от чего так стараются избавиться албанцы.

В домах у албанцев также в последние годы появилось много красивой и дорогой посуды – среди них есть любители и ценители мейсенских сервизов, изделий лиможских мануфактур и пр. Тем не менее, приверженности кофепития по-восточному никто не отменял – многие любят выпить кофе, как было заведено во времена их бабушек и дедушек.

«Мы с мужем каждое утро начинаем с кофе по-турецки. Я беру свою любимую чашку, она у меня из Турции. Я варю нам кофе по старинке. Всегда у меня есть лукум в красивой миске. Утро должно начинаться с хорошего кофе в нарядной посуде» (Информант – албанка мусульманка, около 50 лет, из Тираны, профессор Тиранского университета, много лет жила и работала в г. Эдирне, Турция, живет в Тиране, запись беседы по-албански в сентябре 2019 г.) (ПМА 2019: Албания).

Кофе как праздник, идеология и стиль жизни. Вместо заключения

Кофе в Албании благодаря своей популярности и включенности в обрядовую и праздничную сферы сохраняет свой высокий статус главного и излюбленного напитка (см., к примеру: Новик 2013: 311-331). Мы можем даже говорить о сакральных смыслах, которые приписывают кофе потребители, что продиктовано многовековой историей его бытования.

Черный и зеленый чай, к примеру, имели все шансы стать не менее любимым напитком у балканцев, однако они не выдержали конкуренции с кофе в силу ряда причин, главной из которых является, очевидно, сила традиции, диктующая свои правила и законы. Патриархальный уклад албанского общества, зарезервировав за кофе место главного пищевого маркера «правильной» трапезы, праздничной церемонии и всех без исключения обрядовых практик, не захотел снижать статус вознесенного на пьедестал напитка, дав отпор новичку – «европейскому чаю». В этом плане весьма показательной является и система общепита в Албании. В местных кафе и ресторанах, отличающихся исключительным выбором сортов кофе и видов качественно приготовленных из него напитков, практически невозможно заказать «правильный» чай (в лучшем случае это будет пакетированный экземпляр).

В последние десятилетия кофе стал играть идеологическую роль в нациестроительстве. На фоне того, что ассортимент кофе представлен всеми лучшими мировыми брендами, в Албании стало популярным продвигать собственные марки напитка: в стране заработали фабрики и минипроизводства, на которых обжаривают зерна, ввезенные из разных стран Латинской Америки, Африки и Азии. Их продукция – кофе молотый или в зернах – продается практически во всех магазинах и супермаркетах, на рынках и ярмарках местных продуктов. Многие албанцы выбирают марки кофе *Mulliri i vjetër* (алб. 'Старая мельница'), *Luna* и др. исходя как из патри-

отических соображений (покупать албанское!), так и в силу того, что продукция данных брендов по вкусовым качествам соответствует привычным представлениям о степени обжарки, аромате и «крепости» напитка. Благодаря этим тенденциям в стране заработала ставшая исключительно популярной сеть кофеен *Mulliri i vjetër*. А с недавних пор кофе, обжаренный и расфасованный в Албании, стал продаваться в магазинах беспошлинной торговли (*Duty Free*) в национальном аэропорту им. Матери Терезы (Ринас) наряду с другими экологически чистыми продуктами лучших (или позиционирующих себя как лучшие) производителей оливкового масла, маслин, брынзы, меда, грибов и пр.

Подводя итоги исследования распространности кофе у албанцев, можно указать следующие реперные точки.

Во-первых, на западе Балкан, как, впрочем, и в других частях полуострова, сложилась достаточно устойчивая культура потребления горячих напитков – прежде всего кофе (Фото 4). Произрастающий в природе «горный чай» удачно занял нишу в этой традиции потребления кофе – прежде всего благодаря своей доступности и дешевизне, но он не смог вытеснить привозной и вначале экзотический напиток.

Во-вторых, кофе органично влился в систему обрядовых практик (прежде всего их акционального и пищевого кода) и этикета, а также в целом весьма устойчивого института гостеприимства, характерного для различных этноконфессиональных и локальных групп албанцев на Балканах. Данный факт чрезвычайно способствовал закреплению позиций кофе в системе культурного кода населения большинства регионов.

В-третьих, в условиях ограниченных ресурсов оказания медицинской помощи кофе стал неотъемлемой составляющей целительских и врачебных практик – данный напиток воспринимается многими информантами как действенная и не подлежащая сомнению панацея чуть ли не от большинства недугов.

В-четвертых, новая тенденция потреблять экологически чистые продукты (в Албании их называют *bio*) активно стимулирует рост спроса на кофе, обжаренный и расфасованный в стране, воспринимаемый как традиционный и правильный.

В-пятых, рыночная экономика диктует свои правила – необходимость раскрытия всех имеющихся потенциалов, в числе которых есть то, что дает общество и природа (трудовые и энергетические ресурсы), и что не было использовано

должным образом в предыдущие годы.

В любом случае кофе прочно входит в рацион питания и повседневную культуру значительной части населения Албании. По многим параметрам (количеству и частоте употребления, значимости в культуре, оценочным характеристикам и проч., не говоря уже о медицинской составляющей), кофе превосходит все остальные напитки. Кофе остается неперменным атрибутом любого праздника. Люди, конечно, могут предпочитать тот напиток либо другой, но неизменным будет использование кофе как пищевого маркера при всякой церемонии, исполнении обряда или в преддверии или завершении трапезы. Жизнь – это праздник, а праздник – это жизнь. Чтобы это почувствовать, албанцам остается только выбрать свое самое любимое – «кофе по-турецки», эспрессо, макиато и проч., приготовленное по бабушкиному рецепту или исполненное модным бариста.

Примечания

¹ Об истории Албании в XX в. см.: Смирнова 2003.

² См.: Dizdari 2006; Bufli, Rocchi 2021.

³ Ср. описание быта и дорогой посуды в зажиточных турецких семьях в романе Орхана Памука «Стамбул: воспоминания и город» (Pamuk 2004).

Литература / References

АМАЭ – Архив МАЭ РАН. К-1. Оп. 2. 2012 № 2107; 2021 № 2279; 2022 № в.р. б/н.

ПМА 1990–2024 – Новик А. А. Полевые материалы автора. СФРЮ, Косово, Албания, Северная Македония. 1990–2024.

Бейлери Р. Метафоричното кафене в съвременната албанска поезия. In: Кафене Европа. София: Дамян Яков, 2007, 88–98. / Beilieri R. Metaforichното kafene v sŭvremennata albanska poeziya. In: Kafene Evropa. Sofiya: Damyan Yakov, 2007, 88–98.

Домосилецкая М. В., Новик А. А. Быть нестибаемым, как дерево: афродизиак у албанцев Западных Балкан. In: Этнографическое обозрение, № 3, 2022, 9–31. / Domosiletskaya M. V., Novik A. A. Byt' nesgibayemym, kak derevo: afrodiziaki u albantsev Zapadnykh Balkan. In: Etnograficheskoye obozreniye, № 3, 2022, 9–31. <https://doi.org/10.31857/S0869541522030022>

Дугушина А. С. «Женские» темы в этнографии Балкан: нужно ли быть «своим», чтобы говорить об интимном. In: Балканский тезаурус: взгляд на Балканы извне и изнутри. Балканские чтения 14. Тезисы и материалы. Ред.: Макарец М. М., Седакова И. А., Цивьян Т. В. (Москва, 18–20 апреля 2017 г.). Москва: Институт славяноведения РАН, 2017, 149–152. / Dugushina A. S. “Zhenskiye” temy v etnografii Balkan: nuzhno li byt' “svoim”, chtoby govorit' ob intimnom. In: Balkanskiy tezaurus: vzglyad na Balkany izvne i iznutri. Balkanskiye chteniya 14. Tezisy i materialy. Red.

Makartsev M. M., Sedakova I. A., Tsiv'yan T. V. (Moskva, 18-20 aprelia 2017 g.). Moskva: Institut slavyanovedeniya RAN, 2017, 149-152.

Зикмунд М., Ганзелка И. Перевернутый полумесяц. Пер. с чешского Л. П. Можанской и Е. В. Тарабрина. Прага: АРТИЯ, 1962. / Zikmund M., Ganzelka I. Perevernuty polumesyats. Per. s cheshskogo L. P. Mozhanskoy i Ye. V. Tarabrina. Praha: ARTIYA, 1962.

Новик А. А. «Горный чай», шалфей, чай, ромашка и кофе в традиции, народной медицине и этикете албанцев и греков Химары и Дропула. In: Acta Linguistica Petropolitana, XIII, 2, 2017, 116-131. / Novik A. A. "Gornyi chai", shalfei, chai, romashka i kofe v traditsii, narodnoi meditsine i etikete albantsev i grekov Khimari i Dropula. In: Acta Linguistica Petropolitana, XIII, 2, 2017, 116-131.

Новик А. А. Материалы этнографической экспедиции в Дукагин (Северная Албания). In: Малый диалектологический атлас балканских языков: Материалы второго рабочего совещания (Санкт-Петербург, 19 декабря 1997 г.). Санкт-Петербург: Изд. ИЛИ РАН, 1998, 78-94. / Novik A. A. Materialy etnograficheskoy ekspeditsii v Dukag'in (Severnaya Albaniya). In: Malyi dialektologicheskii atlas balkanskikh yazykov: Materialy второго rabochego soveshchaniya (Sankt-Peterburg, 19 dekabrya 1997 g.). Sankt-Peterburg: Izd. ILI RAN, 1998, 7894.

Новик А. А. Старое и новое в албанской кухне: джем, варенье, мармелад. In: Старое и новое в языках и культурах Балкан. Материалы круглого стола ЦЛИ Balcanica, 9. Москва: Институт славяноведения РАН, 2024, 110-130. / Novik A. A. Staroye i novoye v albanskoй kukhne: dzhem, varen'ye, marmelad. In: Staroye i novoye v yazykakh i kul'turakh Balkan. Materialy kruglogo stola TSLI Balcanica, 9. Moskva: Institut slavyanovedeniya RAN, 2024, 110-130. <https://doi.org/10.31168/7576-0509-8.06>

Новик А. А., Резван Е. А. Ислам на Балканах. Часть I. Обряды перехода и семейная обрядность: рождение, обрезание: учебное пособие. Санкт-Петербург: Издательство Санкт-Петербургского университета, 2019. / Novik A. A., Rezvan Ye. A. Islam na Balkanakh. Chast' I. Obryady perekhoda i semeynaya obryadnost': rozhdeniye, obrezaniye: uchebnoye posobiye. Sankt-Peterburg: Izdatel'stvo Sanct-Peterburgskogo universiteta, 2019.

Новик А. А., Фаис-Леутская О. Д. Афродизиаки: антропология любовной магии. In: Этнографическое обозрение, № 3, 2022, 5-8. / Novik A. A., Fais-Leutskaya O. D. Afrodiziaki: antropologiya lyubovnoy magii. In: Etnograficheskoye obozreniye, № 3, 2022, 5-8. <https://doi.org/10.31857/S0869541522030010>

Смирнова Н. Д. История Албании в XX веке. Институт всеобщей истории. Москва: Наука, 2003. / Smirnova N. D. Istoriya Albanii v XX veke / N. D. Smirnova; Institut vseobshchey istorii. Moskva: Nauka, 2003.

Bimët Mjekësore – Instituti i shkencave – 1980. Sulaj E. (red.). Tiranë: Shtëpia botuese: Akademia e Shkencave dhe e Arteve e Kosovës, 2013.

Biznesi i kafesë. In: Monitor. Biznes. Ekonomi. Treg. Monday, 11 January 2016. <http://www.monitor.al/biznesi-i-kafese-filxhanet-qe-kthehen-ne-miliarda-2/> (data обращения 12.01.2016).

Buflì G., Rocchi L. A Historical Etymological Dictionary of Turkisms in Albanian (1555–1954). Trieste: Edizioni Università di Trieste, 2021.

Dizdari T. N. Fjalor i orientalizme në gjuhën shqipe. Tiranë: Instituti Shqiptar i Mendimit dhe i Qytetërimit Islam (AIITC), 2006.

Dugushina A., Novik A. Christian Shrines as a Space of Ethnic and Religious Interrelations. Two Cases in Kosovo and Albania. In: Dragnea D., Varvounis E. Ger., Reuter E., Hristov P., Sorek S. (eds.). Pilgrimage in the Christian Balkan World: The Path to Touch the Sacred and Holy. Turnhout: Brepols, 2023, 49-67. <https://doi.org/10.1484/M.STR-EB.5.132399>

Gjergji A. Mënyra e jetesës në shekujt XIII–XX. Përmbledhje studimesh. Tiranë: KOTTI, 2002.

Hristova-Bejleri R. Magnetizmi i kafenesë dhe letërsia shqiptare. In: Seminari Ndërkombëtar për Gjuhën, Letërsinë dhe Kulturën Shqiptare, # 25, 1. Red.: F. Raka, L. Matoshi, I. Badallaj, O. Gashi, B. Rugova. Prishtinë: Fakulteti i Filologjisë, 2006, 139-145.

INSTAT. Institute of Statistics. 2024. <http://www.instat.gov.al/en/figures/> (data обращения: 30.12.2024).

Novik A. Meeting under the Plane Tree: Violation or Upholding of Tradition? The Ritual Year among the Hima-ra Greeks. In: Yearbook of Balkan and Baltic Studies, 2022, 5, no 1, 236-263. <https://doi.org/10.7592/YBBS5.10>

Pamuk O. İstanbul: Hatıralar ve Şehir. İstanbul: İletişim, 2004.

Sobolev A., Novik A. Gollobordë (Golo Bordo), Shqipëri. Nga materialet e ekspeditës ballkanike të AShR-së dhe UShSt-P-së në vitet 2008-2010. Red.: Andrea N. Sobolev dhe Aleksandër A. Novik (në bashkëpunim me Maria S. Morozovën); përkth. Ligor Cullufe; red. Tianda Kaçi, Besa Vila. Sankt-Peterburg: Nauka; Tiranë: Botimet Toena, 2017.

Stublla Sh. Mbijetesa (Aspekti muzeor). Prishtinë: XHAD, 2007.

Tirta M. Etnologjia e shqiptarëve. Tiranë: GEER, 2006.

Alexander Novik (Sankt Petersburg, Federația Rusă). Doctor în istorie, Muzeul de Antropologie și Etnografie "Petru cel Mare" (Kunstkamera), Academia Rusă de Științe.

Александр Новик (Санкт-Петербург, Российская Федерация). Кандидат исторических наук, Музей антропологии и этнографии им. Петра Великого (Кунсткамера), Российская академия наук.

Alexander Novik (St. Petersburg, Russian Federation). PhD in History, Peter the Great Museum of Anthropology and Ethnography (Kunstkamera), Russian Academy of Sciences.

E-mail: njual@mail.ru

ORCID: 0000-0002-1123-1109

Приложение



Фото 1. Ручная мельница для кофе албанского производства конца 1980-х – начала 1990-х гг., Санкт-Петербург, Россия. Апрель 2025 г. Фото А. А. Новика



Фото 2. Девушка бариста в кафе Mulliri, Приштина, Косово. Август 2024 г. Фото А. А. Новика



Фото 3. Информант экспедиции с чашкой макиато, Саранда, Албания. Сентябрь 2024 г. Фото А. А. Новика



Фото 4. Чашка кофе эспрессо, бутылка минеральной воды Selita и стакан с кружком лимона, Голем пляж, округ Каваи, Албания. Сентябрь 2024 г. Фото А. А. Новика



Фото 5. Чашка капучино и десерт зупа в кондитерской Lika, Тирана, Албания. Сентябрь 2024 г. Фото А. А. Новика