

# ВРЕМЯ ПИТЬ КОКТЕЙЛИ

ПЕРВЫЕ АЛКОГОЛЬНЫЕ КОКТЕЙЛИ ПОЯВИЛИСЬ БОЛЕЕ 300 ЛЕТ НАЗАД В США. ОДНАКО НАСТОЯЩИЙ РАСЦВЕТ ОНИ ПЕРЕЖИВАЛИ ВО ВРЕМЕНА «СУХОГО ЗАКОНА» — ИМЕННО В ЭТО ВРЕМЯ БЫЛО СОЗДАНО БОЛЬШИНСТВО ИЗВЕСТНЫХ СЕГОДНЯ КОКТЕЙЛЬНЫХ РЕЦЕПТОВ. ХОТЯ В РОССИИ ТРАДИЦИЯ ПОТРЕБЛЕНИЯ КОКТЕЙЛЕЙ ТОЛЬКО НАЧИНАЕТ ПРИВИВАТЬСЯ, В МОСКВЕ УЖЕ ОТКРЫЛИСЬ ЗАВЕДЕНИЯ, КОНКУРИРУЮЩИЕ ПО КАЧЕСТВУ И ОРИГИНАЛЬНОСТИ НАПИТКОВ С ЛУЧШИМИ БАРАМИ МИРА.

ОЛЬГА ХВОСТУНОВА

**ЛЕГЕНДА О ПЕТУХЕ** История коктейлей уходит корнями в далекое прошлое. Принято считать, что официально первый коктейль появился в Америке. По одной из версий, во времена войны за независимость эсквайр по фамилии Аллен, хозяин таверны «Виноградная ветвь», устраивал петушиные бои. Однажды потерялся его лучший боец, петух по имени Юпитер. На его поиски были брошены немалые силы, и когда беглеца нашли, Аллен на радостях смешал для гостей таверны необычный напиток — кентуккийский виски, немного горькой настойки на травах, домашнее вино и лед. Был поднят тост за «петушиный хвост» (cock tail), давший впоследствии название всем подобным напиткам. Этот рецепт позднее лег в основу одного из самых старых из существующих сегодня коктейлей — «Олд фешенд» (Old Fashioned).

Первое официальное упоминание о коктейле, относится к 1803 году. В газете *The Farmer's Cabinet* штата Нью-Гемпшир появилась статья, где говорилось, что «некто Бернхэм выпил стакан коктейля, напитка превосходного для головы, и при этом выглядел весьма мудро». Чуть позднее в 1806 году в газете *The Balance* городка Хадсон штата Нью-Йорк по просьбе одного любопытного читателя редакция опубликовала первое определение нового на тот момент термина «коктейль»: «Это стимулирующий напиток, состоящий из разных алкогольных компонентов, сахара, воды и биттеров. Он отлично бодрит, укрепляет сердце и расслабляет голову».

В период «сухого закона» в Америке (1920–1933) коктейльная культура пережила настоящий расцвет. Из-за тотального запрета качество алкоголя, нелегально реализуемого и потребляемого в заведениях типа спикизи (speak-easy), было значительно ниже обычного, поэтому бармены начали смешивать больше ингредиентов, чтобы заглушить излишнюю крепость и сивушность, и так появились рецепты большинства известных сегодня классических коктейлей.

Основные принципы приготовления коктейлей были описаны Дэвидом Эмбери в книге «Изысканное искусство смешивания напитков» 1948 года. Коктейли были разделены на два основных типа — сладкие и кислые. В каждом из них выделялись три вида компонентов: основа (водка, виски, ром, джин и пр.), модифицирующие агенты (вино, вермут, биттер, сок, а также «смягчающие ингредиенты», такие как сахар, яйца или сливки) и ароматизирующая или красящая добавка (ликер, сироп).

Согласно классификации Эмбери, существует шесть классических базовых коктейлей: мартини, «Манхэттен», «Олд фешенд», «Дайкири», «Сайдкар» и «Джэкс роуз». С каждым из этих коктейлей связано множество историй и легенд. Однако пальма первенства, несомненно, принадлежит мартини, который американский писатель Генри Мэнкен назвал одним из величайших изобретений США. В любви к мартини не раз признавались Уинстон Черчилль, Эрнест Хемингуэй, Трумэн Капоте, Кэри Грант, а также герой романов Яна Флеминга Джеймс Бонд. Принадлежащая ему крылатая фраза «водка-мартини, взболтать, но не смешивать» стабильно обеспечивает коктейлю массовую популярность.

## КОКТЕЙЛИ ОТ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ

Как только коктейльная культура начала активно развиваться, производители алкоголя сразу озаботились самостоятельной разработкой рецептов алкогольных напитков на основе своих брендов, прозорливо усмотрев в этом перспективный маркетинговый ход. Как рассказал Вадим Григорян, директор по маркетингу компании Pernod Ricard Eastern

Europe, которой принадлежит знаменитый водочный бренд Absolut, на основе именно этой водки (Absolut Citron) в 1970-е годы был разработан коктейль Cosmopolitan, ставший сегодня одним из популярнейших в мире. Кроме того, в Швеции существует программа обучения барменов под названием Absolut Academy, где профессионалов со всего мира знакомят с историей марки, особенностями производства



**ЛОНДОНСКИЙ МИКСТ** В конце 1960-х мода на коктейли надолго прошла, вернувшись только спустя 30 лет. Переворот произошел с появлением такого направления в приготовлении напитков, как миксология. Под миксологией обычно понимается высокое мастерство или даже искусство в приготовлении коктейлей более сложных, оригинальных и необычных по составу, нежели классические напитки.

В середине 1990-х именно в Лондоне открылись несколько баров, благодаря чему в истории коктейлей началась новая эпоха. Роль крестного отца лондонской миксологии досталась Дику Брадселлу, гениальный талант которого признают все ведущие бармены мира. В 1994 году он открыл в Сохо свой бар с незамысловатым названием Dick's Bar. Своим репутацию Дик заработал благодаря исчерпывающему знанию классических коктейлей, точности и скорости их приготовления и особенно за изобретательность в создании новых рецептов. За короткое время бар стал одним из самых горячих мест в городе и удерживает этот статус до сих пор.

Спустя три года Брадселл вместе с партнером Джонатаном Дауни открыл еще одно заведение — MatchBar. Кредо Брадселла заключалось в том, что люди всегда будут платить за хороший, пусть и дорогой, коктейль. Его внимание к качеству каждого ингредиента, входящего в коктейль, вернулось сторицей. Сегодня ему и Дауни принадлежит Match Bar Group, куда входят пять лучших баров Лондона.

Одно из этих пяти заведений — культовый Milk & Honey. Правда, это дублер, хотя и не менее знаменитый, оригинального Milk & Honey, расположенного на Манхэттене. Его открыл знаменитый нью-йоркский ресторатор Саша Петраске, заведения которого, в отличие от большинства американских баров, могут конкурировать с лондонскими в искусстве приготовления коктейлей.

## МОЛЕКУЛЯРНЫЙ ПРОРЫВ

Модной тенденцией последних нескольких лет, у истоков которой также стояли многие бармены лондонского Сохо, стала молекулярная миксология — аналог одноименного направления

водки Absolut и смешивания коктейлей на ее основе. Компания Nemiroff занялась продвижением своих брендов в барах и ресторанах несколько лет назад, разрабатывая собственные рецепты коктейлей на основе своей продукции. В 2005 году Nemiroff вошел в число ассоциированных ассоциаций барменов (IBA). А в 2008 году коктейль «Золотая осень» (Golden Autumn),

приготовленный на основе водки Nemiroff «Оригинальный» (черная этикетка), стал победителем ежегодного конкурса World Cocktail Competition, проводимого IBA. Российские производители пока не столь активно занимаются разработкой рецептов алкогольных коктейлей. Однако некоторые шаги в этом направлении они уже делают. Так, по словам Екатерины Затекиной, групп-брендменеджера ОАО

**МОДНОЙ ТЕНДЕНЦИЕЙ ПОСЛЕДНИХ ЛЕТ СТАЛА МОЛЕКУЛЯРНАЯ МИКСОЛОГИЯ**

гастрономии. Принципы приготовления напитков те же, что и у блюд — применение научной методологии и технологий для изменения свойств вещества и создания уникальных кулинарных комбинаций. В миксологии эти принципы означают работу с различными пенами, гелями, желе и карамелями для создания оригинальных текстур, запахов и вкусов у напитков. Например, один из первых молекулярных напитков назывался «Пьяное мороженое»: по внешнему виду напоминающий желе, по составу это на самом деле был джин с тоником, обработанный при помощи жидкого азота.

Пионерами в молекулярной миксологии опять же стали англичане. Один из них — Тони Конильяро (к слову, лучший бармен 2009 года по итогам престижнейшей международной конференции барменов Tales of the Cocktail, ежегодно проводимой в Новом Орлеане), искусство которого можно сегодня наблюдать в одном из лучших лондонских баров — *69 Colebrook Row*. Так, к его творениям относится коктейль Smoked Old Fashioned, в котором к классическому рецепту особым способом примешивается вкус и запах табака и кожи.

По сути, молекулярная миксология открыла новые горизонты для фантазии барменов в создании новых коктейлей. По мнению некоторых американских критиков по части алкоголя, это направление есть не что иное, как «пост-модернистская деконструкция напитка». Пока оно остается элитарным и малоизвестным широкой публике. Впрочем, возможно, таковым оно останется навсегда: столь высокое и сложное искусство вряд ли будет понятно и востребовано массами.

## РОССИЙСКАЯ СПЕЦИФИКА

Сегодня в Москве открыто немало демократичных питейных мест («Тема-бар», Help, «Тики-бар», Free-bar), которые пользуются спросом именно благодаря умеренной ценовой политике. Однако бары, по качеству и уровню напитков соответствующие лучшим заведениям Лондона и Нью-Йорка, можно перес-

читать по пальцам. В тройку лучших, по всеобщему признанию, входят City Space в «Swissotel Красные холмы», O<sub>2</sub> Lounge в отеле Ritz-Carlton и Denis Simachev Bar.

Управляющий City Space Бек Нарзи приехал в Москву два года назад из Лондона как раз из Milk & Honey. К слову, в этом году он получил так называемого жидкого «Оскара» — высшую награду, присуждаемую Международной ассоциацией барменов лучшим миксологам, — в категории Speed and Taste («Скорость и вкус»). Благодаря знаниям Бека сегодня в Москве можно попробовать уникальные молекулярные коктейли. Среди них, например, «Наша Маша» — интерпретация на тему классической Bloody Mary: к традиционному миксу из водки, томатного сока и специй добавляется пена из хрена и меда, приправленная сверху веточкой карамелизированного сельдерея. Однако оценить такое высокое искусство в Москве мало кто может. «Наши коктейли — это швейцарские часы ручной работы», — говорит Бек. — В Москве же обычно пьют то, что считается модным в тусовке, а это, как правило, поповские коктейли — «Мохито», «Маргарита», «Дайкири». Своим гостям мы пытаемся объяснить, что бывает по-другому — лучше, иногда это получается».

Верность классическим коктейлям не единственное отличие московской публики. Как рассказывает Михаил Калачев, бармен O<sub>2</sub> Lounge, в последнее время спросом стали пользоваться напитки, в которые добавляются национальные российские ингредиенты — березовый сок, лесные и садовые ягоды, такие как малина, клюква, брусника. Так, в коктейльной карте бара можно найти морс-мартини — вариацию на тему традиционного напитка (водка, клюквенный сок и пюре из свежей ежевики, малины и голубики). Или гордость бара — коктейль с явно выраженным национальным подтекстом «Москоу Сангари».

«Использование свежих ягод, фруктов, кореньев, таких как имбирь, неожиданных ингредиентов, таких как чили, лимонная трава, — все то, что актуально в лучших барах мира, можно сегодня найти и в Москве», — говорит Ладос Прангишвили, бар-шеф Denis Simachev Bar. — Пусть хорошие бары у нас мало, но они уж точно не уступают американским».

Именно за высокое качество тройку московских баров облюбовали экспаты, вследствие чего стало больше коктейлей на водке: как выяснилось, их основные потребители как раз иностранцы. «Москвичи стесняются заказывать коктейли на водке, им кажется, что это моветон», — отмечает Бек Нарзи. — А между тем водку очень любят, например, американцы».

Как утверждают бармены, для хорошего заведения бренд алкоголя, из которого смешивается коктейль, не имеет значения. «За множеством известных брендов не стоит ничего, кроме пиар-кампании и вложенных в нее огромных денег», — говорит Ладос. — Для меня самое главное — вкус напитка, и поэтому в нашем баре нет попсы. Но пока в головах наших людей будут править бренды и они будут заказывать мартини с водкой или бакарди с колой, никакого развития барной культуры у нас не будет».

«Синергия», компания предлагает свое видение современных и актуальных коктейлей на основе продукции под брендом Beluga, принадлежащим компании. Однако созданные на основе Beluga коктейли, как и бары, где их будут предлагать, должны соответствовать высоким требованиям — оригинальность, буржуазность, стиль. «Периодически в Москве и Санкт-Петербурге появляются качественные коктейль-

ные бары, они имеют определенный успех, но это только начало», — отмечает Екатерина Затекина.