

ЭВОЛЮЦИЯ И АКТУАЛИЗАЦИЯ ПОНЯТИЯ «ОБЩЕСТВЕННОЕ ГОРОДСКОЕ ПРОСТРАНСТВО»

Лалетина Анна Дмитриевна

магистр архитектуры.

Научный руководитель: кандидат архитектуры О.В. Морозова.

ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный университет архитектуры, дизайна и искусств имени А.Д. Крячкова».

Россия, Новосибирск, e-mail: amaj7.dmaj7@gmail.com

Морозова Ольга Владимировна

кандидат архитектуры,

старший научный сотрудник научно-исследовательского отдела,

и.о. директора Научно-образовательного центра дополнительного образования детей и молодёжи,

ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный университет архитектуры, дизайна и искусств им. А.Д. Крячкова»

<https://orcid.org/0000-0002-9757-9869>

Россия, Новосибирск, e-mail: o.morozova@ngaha.ru

УДК: 72.01

DOI: 10.47055/1990-4126-2021-3(75)-8

Аннотация

Исследование посвящено поиску наиболее актуального подхода к понятию «общественное городское пространство» и выявлению тенденций изменения как самого понятия, так и научного подхода к его изучению. Методология исследования представляет собой анализ исторического процесса понимания и определения общественного городского пространства, а также аналитическое сравнение типологических концепций, основанных на междисциплинарном подходе мирового опыта исследований общественных городских пространств. Результатом исследования является найденное и актуализированное определение общественного городского пространства и его типологическая схема, их научное обоснование и структурированное описание эволюционного процесса формирования и изменения как практики, так и теории общественного городского пространства.

Ключевые слова:

общественное городское пространство, третье место, функция, эволюция, адаптация

EVOLUTION AND ACTUALIZATION OF THE CONCEPT OF «PUBLIC URBAN SPACE»

Laletina Anna D.

Master of Architecture.

Research supervisor: O.V. Morozova, PhD. (Architecture).

Novosibirsk State University of Architecture, Design and Arts.

Russia, Novosibirsk, e-mail: amaj7.dmaj7@gmail.com

Morozova Olga V.

PhD. (Architecture), Junior Research Fellow, Research Unit,

Director of the Research and Education Center of Non-Degree Education for Children and Young People

Novosibirsk State University of Architecture, Design and Art

Russia, Novosibirsk, e-mail: o.morozova@ngaha.ru

УДК: 72.01

DOI: 10.47055/1990-4126-2021-3(75)-8

Abstract

In this study, we are looking for the most relevant approach to the concept of “public urban space” and examines tendencies in the evolution of both the definition itself and the research approach to its study. The research methodology presents an analysis of the historical process of understanding and defining the public urban space and an analytical comparison of typological concepts based on the interdisciplinary approach to the study of the public urban space. The study responds to the need to develop a theoretical basis for future practice based on an updated definition of public urban space that would most accurately reflect the modern context of public urban space creation and take into account further developments of this concept. The output of this research work an updated definition of public urban space and its typological scheme, their scientific substantiation and structured description of the evolutionary process of the notion of public urban space, both in theory and practice.

Keywords:

public urban space, third place, function, evolution, adaptation

Введение

Современный город постоянно находится в динамике – интенсивном росте и развитии, преобразовании функционально-планировочной структуры, с годами все более и более интенсивном. Быстро меняющийся образ жизни горожан порождает новые виды деятельности, качественно изменяющие представления о современных городских общественных пространствах. Увеличение разнообразия функций, усиление и расширение специализаций, укрупнение масштабов пространств – это современные тенденции, которые активно влияют на возникновение новых типов функциональных и планировочных структур в городской среде.

Данные тенденции актуализируют потребность в понимании того, что представляет собой городское общественное пространство, какими свойствами обладает и где локализуется. С одной стороны, ответы на эти вопросы очень просты: общественное пространство везде, поскольку это и есть городская территория, на которой происходит формирование и воспроизведение городской жизни. В крупном городе общественным пространством будет являться вся городская территория, поскольку именно она участвует в этих процессах. С другой стороны, если не будет социума, который «населяет» это пространство, активно и постоянно его использует, то исчезнет и само общественное пространство.

Несмотря на пристальное внимание социологов, урбанистов и других исследователей к теме общественных пространств и расширение теоретической базы, единое и устоявшееся понятие городского общественного пространства на сегодняшний день отсутствует. Часто его определяют как физическое или цифровое пространство, предоставляющее возможность горожанам свободно взаимодействовать, устанавливать и укреплять социальные связи и производить продукты культуры. Ввиду мультихарактерности данного явления актуальное определение наделяет его абстрактностью. Таким образом, практически любая форма физического или цифрового пространства может быть названа общественным, если она обладает определенными характеристиками.

Отсутствие единого представления о том, что такое городское общественное пространство и какими свойствами оно обладает, приводит к тому, что понятие «общественное пространство» используется для определения всего, что не связано с домом или работой. Троичную систему «дом – работа – общественное пространство» в архитектурный и социологический дискурс в 1989 г. ввел американский социолог Рэй Ольденбург, отметив значимость общественных про-

странств как центра оформления и воспроизводства общественной жизни города. Однако спустя 30 лет определение общественного пространства как третьего места, отличного от дома или работы, представляет его как стихийный, случайный элемент, возникший в городской среде.

Общественные городские пространства, или третье места, в наши дни – это быстро изменяющиеся во времени объекты, тесно связанные с участниками и динамическими социальными процессами, происходящими в их рамках. Чтобы сегодня перейти к четкому пониманию того, что является городским общественным пространством, необходимо проанализировать имеющееся множество определений, типологию и выделить наиболее актуальные из них. Этим обосновывается актуальность темы исследования.

Генеральной проблемой работы является отсутствие научного обоснования и актуализированного определения общественного городского пространства как третьего места, так как, несмотря на внимание урбанистов, социологов и архитекторов к вопросу общественных пространств, большая часть проведенных исследований опирается не на объективные показатели, а на субъективный временный контекст, который разворачивается вокруг предмета исследования.

Цель исследования – структурирование эволюции подхода к практике определения понятия «общественное городское пространство как третье место», а также формирование точной дефиниции для данного явления.

Для достижения этой цели определены следующие задачи:

- анализ определения и объема понятия «общественное городское пространство» как третьего места у разных авторов;
- анализ исторического развития и контекста использования и реализации общественных городских пространств как третьих мест;
- актуализация понятия «общественное городское пространство» как третьего места.

Пространственные границы исследования определены мировой научной и практической деятельностью Европы, Северной и Южной Америки и Азии. Временные границы – с момента появления понятия в 70-х гг. XX в. и по настоящее время.

Научная новизна работы заключается в актуализации определения «общественное городское пространство» как третьего места, которое выполняется впервые, с учетом мирового опыта исследования и практической реализации данного явления.

Анализ определения и объема понятия «общественное городское пространство» как третье место

Понятие «третье место» впервые было оформлено в 70-е гг. прошлого столетия в США как результат опасений социологов по поводу экстенсивного роста городской среды под влиянием глобализационных процессов и, как следствие, их негативного влияния на жизнь горожан. Касарда и Яновиц (Kasarda and Janowitz, 1974) выражали оптимистическую веру в то, что с появлением постиндустриального общества можно будет спроектировать смесь «нематериальных» и «конкретных» черт построенной среды для создания жизнеспособного чувства общности [1]. Понятие третьего места как формы общественного пространства постиндустриального общества, в котором формируются городские сообщества, было введено и популяризировано социологом Рэем Ольденбургом. Третье место в концепции Ольденбурга объединяет социологический дискурс с урбанистикой, поскольку имеет косвенные указания относительно того, как проектировать пространства, которые служат полем интеграции жителей городов в городскую среду и сообщества [2] и создают более благоприятную для жизни среду в условиях экстенсивного роста и развития городов, основываясь на европейском опыте.

Р. Ольденбург выделяет следующие ключевые функции третьих мест:

Во-первых, способность объединять район. Это такое место, где люди могут встречаться и общаться между собой, оно принадлежит практически всем жителям района, где каждый знаком со всеми (рис. 1).



Рис. 1. Третьи места не всегда могут находиться в зданиях – главным является наличие условий для объединения.
Источник: <https://www.asi.org.ru/wp-content/uploads/2016/12/komyuniti-tsentr-640x427.jpg>

Во-вторых, способность выступать в роли нейтральной территории, на которой горожанин не является ни гостем, ни хозяином и в связи с этим вступает в коммуникацию в непринужденной для себя атмосфере.

В-третьих, способность выступать в роли «уравнителей» – формировать сообщества по интересам, а не по другим социальным или материальным признакам.

В-четвертых, способность выступать в роли пункта для самоорганизации горожан в критических ситуациях.

В-пятых, способность обеспечивать сообщество неформальными лидерами, которые способны взять на себя ответственность за организацию людей, решение конфликтов и т. д.

В-шестых, способность организовывать совместное проведение досуга разных возрастных категорий, что снижает недопонимание между поколениями (рис. 2).

Поскольку понятие третьего места нельзя в полной мере отнести ни к социологической сфере, ни к урбанистической, ни к какой-либо еще в чистом виде, исследования на эту тему можно условно разделить на две категории: 1 – концепции, авторы которых описывают свое видение третьего места (или пространства) как феномена размывания экономических, политических и культурных границ, превращения их в «зоны контакта», «места встреч и коммуникаций» (назовем их «феноменологи»), и 2 – концепции, авторы которых описывают третье место посредством фиксации эволюционных изменений этих мест и актуализируют имеющийся опыт создания подобных пространств на конкретных примерах (назовем их «морфологи»).



Рис. 2. Организация досуга для разных возрастных групп: детей, взрослых и пожилых людей.
Источник: <https://www.asi.org.ru/wp-content/uploads/2016/12/komyuniti-tsentr2-640x478.jpg>

К первой группе относятся первые попытки описать или приблизиться к раскрытию концепции третьего места (Thirdplace), или третьего пространства (Thirdspace), которые, помимо Ольденбурга, предпринимались такими исследователями американской культуры и урбанистики, как Хоми Бхабха и Эдвард Сойя.

Х. Бхабха в своей книге [3] объединяет мысли современных социологов, урбанистов, географов, антропологов и других исследователей (таких как Ульрих Бек, Эдвард Сойя, Джулия Лоссау, Роберт Янг, Билл Эшкрофт), заинтересованных в изучении новых альтернативных интерпретаций различных третьих пространств. Третье пространство в теории Х. Бхабхи представляет собой абстрактное пространство, разрушающее и смещающее гегемонию культурных структур и практик [3, с. 55]. Эдвард Сойя в труде «Третье пространство. Путешествия в Лос-Анджелес и другие реальные и воображаемые места» [4] предлагает концепцию третьего пространства как альтернативу дуализму между домом и работой. В определении третьего пространства Э. Сойя учитывает место, местоположение, местность, ландшафт, окружающую среду, дом, город, регион, территорию и географию, чтобы сформировать беглый опыт пространства и культур. Британский философ и социолог Роберто Кальдерон, в свою очередь, раскладывает феномен третьего места на два ключевых: феномен места и феномен социального капитала, чтобы как можно более точно утвердиться в этом понятии. В своей работе «Третье место: Поддержка опыта третьего места с помощью интерактивных общественных дисплеев» [5] он предлагает альтернативную парадигму «триединства», связывая феномен третьего места с государством (политикой), социализацией и информацией.

Мария Левицка ставит вопрос о связи между социальным капиталом горожанина и привязанностью к месту [6]. Прочность этой связи не только подтверждает эмоциональную и психологическую привязанность к месту, но и оказывает положительное влияние на интеграцию жителя в городские процессы.

Ко второй группе относятся концепции, авторы которых принимают за основу позицию Ольденбурга и, опираясь на опыт социологов, пытаются зафиксировать морфологические изменения этого понятия во времени на конкретных примерах.

Эти теоретики третьего места призывают к созданию мест, обращенных к людям, имеющим проблемы физического [7] и психического здоровья, мест, где люди могут завести друзей [8], присоединиться к другим людям, в которых они чувствуют родственную душу [9]. Вместе они создают ощущение соседства [10] или яркое ощущение «локальности» и привязанности к месту [11] посреди все более космополитической и глобализированной застроенной среды.

Е.В. Лебедева трактует третье место как место социально-культурных практик периодического характера и рассматривает подобный вариант его организации как основу формирования локального городского сообщества на примере реализации в Минске популярной европейской социальной инициативы Free Market [12].

П. Хикман [13], выступая с критикой концепции Ольденбурга, делает акцент на том, что третьи места выполняют значимую социальную функцию в неблагополучных районах, играют важную функциональную роль источников ключевых услуг, удобств, возможностей для досуга, имеют символическое значение, поскольку являются символами здоровья и жизнерадостности района.

А. Мориссон [14] утверждает, что «места» развиваются, адаптируясь к современным тенденциям и сегодняшним потребностям общества. Он заявляет, что существует «четвертое место» – гибрид трех, ранее описанных мест (жилье, рабочее место, место для отдыха). В экономике знаний рост новых социальных сред стирает традиционное разделение между первым местом (дом), вторым местом (работа) и третьим местом. Новая социальная среда может сочетать элементы первого (дом) и второго места (работа) – коливинг; второго и третьего места (коворкинг); и первого и третьего места (смешивание). Кроме того, сочетание элементов первого, второго и третьего места в новой социальной среде подразумевает появление нового, четвертого места. На примерах вокзалов Station F и Stream Building А. Мориссон проводит аналитику четвертого места как пространства, которое совмещает в себе все три основные функции. Таким образом, за счет насыщения территории объекта мультифункциональными зонами с возможностью их беспрепятственного сообщения пространство становится местом самим по себе.

Переосмысление третьего места как коммерческого пространства и его классификацию представляют М. Векслер и Д. Оберландер [15]. Свободный рынок и капиталистическая экономика не дают в полной мере абстрагироваться от необходимости иметь экономический доход от пространства. Именно в рамках этой концепции М. Векслер и Д. Оберландер делят третьи места на три главные группы согласно их экономической модели: коммунитаристские, коммерческие и цифровые. Различия заключаются в модели финансирования, группах пользователей, пути реализации и способе получения дохода. Такой подход, основанный на мировых экономических тенденциях, выступает не просто критикой, но продолжением теорий Р. Ольденбурга и его современников, доказывая, что современному третьему месту не обязательно быть константой для успешного развития городского сообщества, его связей и функционирования как точки притяжения (рис. 3).

Таким образом, ключевая идея третьего места – это обеспечение неформального, неструктурированного и «необязательного» общения горожан, «ключевая точка неформальной публичной жизни» и формирования городских сообществ. Например, третье место, по мнению Ольденбурга, должно быть расположено в пределах пешей досягаемости всех потенциальных членов городского сообщества и иметь максимально удобный график работы. Важную роль играет и простой, «неприметный» вид третьего места – оно не должно требовать какой-либо специальной подготовки для посещения, наличия у посетителя особых символов, знания каких-либо ритуалов.



Рис. 3. Третье место может существовать без привязки к масштабным точкам притяжения.
Источник: <https://www.asi.org.ru/wp-content/uploads/2016/12/sosedskij-tsirk-640x427.jpg>

Для преодоления коммуникативных разрывов в городском социальном пространстве должны быть выполнены определенные условия, такие как удобство пространства города для осуществления коммуникативных практик, наличие поводов для активизации коммуникации внутри городского сообщества и т. д.

Эволюция понятия третьего места

История третьих мест берет свое начало задолго до появления самого понятия. Масштаб, схема и наполнение третьих мест существенно менялись тогда, когда происходили значимые сдвиги в жизни общества, например события, касающиеся религиозной жизни, последствия военных конфликтов, культурные и политические изменения. Появление общественных бань, ярмарочных площадей, театров моралите стало признаком активных политических процессов, которые происходили в древнеримском обществе, так как эти места явились пространственными инструментами принятия политических решений и развития гражданского общества.

Полноценными третьими местами в древнегреческом сообществе являлись агоры. В Древнем Риме такими местами называли все точки сосредоточения социально-культурной жизни общества: форумы, Колизей, театры, амфитеатры, термы (рис. 4). Все эти места служили центрами общения городских жителей (публичные собрания, дискуссии, полемики были значимыми для жизни горожанина). Там происходил социально-культурный обмен, реализация политических прав, а также принятие локальных решений [16].

Появившиеся позже крошечные пабы в Лондоне, венские кофейни, французские бистро, немецкие кнайпе (рис. 5) стали следствием революционных настроений эпохи Просвещения, когда и сформировались важнейшие представления о ценности человеческой личности и ее правах, сложились понятия общественной, государственной и национальной безопасности.



Рис. 4. Колизей в Риме.

Источник: https://ichef.bbci.co.uk/news/640/cpsprodpb/10D4C/production/_118304986_romecolosseum.jpg



Рис. 5. Венская кофейня Schottenring, 1898. Источник: <https://obzor.city/data/images/n/2012/10/376880.jpg>

Важно отметить, что, несмотря на отсутствие организации общественной жизни в подобных местах (культурной программы), пабы все же начали использоваться как один из важнейших инструментов в формировании политического запроса у населения.

Европейский послевоенный подход к организации третьих мест характеризуется идеей организации мест реализации демократических прав личности. Происходит системная организация пространств, основной задачей которых является катализация процесса появления гражданского общества и стимулирования участия горожанина в политических процессах [17].

В американском опыте традиция организации третьих мест также присутствует, однако традиция эта заметно моложе европейской. Процесс колонизации диктовал свои правила и методы организации жизни сначала сельских, а потом городских сообществ. В XX в., когда именно в американском градостроительстве происходили революции, подобные строительству первых в мире небоскребов, автострад колоссальных масштабов, оформляется новый подход к зонированию городов. В сочетании с жестким типовым видением градостроительства на свет появился американский характерный подход к организации мест общественной жизни, ставших объектом и предметом исследования и проектирования.

Многие авторы отмечают необходимость организации социального взаимодействия локального городского сообщества. В американском контексте (США, Канада) эта потребность берет начало после промышленной революции, когда жители небольших поселков, деревень и отдаленных районов начали массовый процесс миграции на урбанизированные территории. В связи с изменением базовых принципов организации повседневной жизни, там им пришлось столкнуться с нехваткой устойчивых социальных связей, равно как и мест, подходящих для их развития. Именно из-за появления такого четкого запроса в Торонто в 1960-е гг. появился первый организованный соседский центр. Позже и другие «соседства» начали перенимать этот опыт, формируя похожие центры [18]. Процесс этот при масштабировании оказался уже более отлаженным и приобрел четкую методологию, последовательность действий, что даже привело к созданию международного объединения соседских центров, в которые входят кейсы из многих западных стран.

Советский опыт является, пожалуй, самым системным из всех представленных выше, так как в данном случае третьи места создавались в масштабах целой страны. Основной формой общественных центров в СССР были клубы, дома культуры, дворцы молодежи и другие местные социально-культурные учреждения (рис. 6). Основными отличиями таких мест являлись искусственность мотивации их создания (отсутствие локального запроса сообщества), отсутствие сценариев, способствовавших развитию критического подхода, плановая культурная программа, не отражающая местных особенностей локальных сообществ. Тем не менее, несмотря на всю формальность в области решения проблем местных городских сообществ, клубы, дома культуры и прочие досуговые центры способствовали укреплению социальных связей между местными жителями [19].



Рис. 6. ДК железнодорожников. Санкт-Петербург.
Источник: <https://event-map.ru/sites/default/files/2017-10/3b129feefc9ba937160c60cd95fee6dd.jpg>

Таким образом, можно увидеть увеличение разнообразия третьих мест, которое происходит благодаря растущим темпам глобализации.

Современное третье место

Основной тенденцией сегодняшних проектов третьих мест является фокус на инклюзивности пространства и социокультурных сценариях, происходящих в нем. Также важной тенденцией стал рост включенности местных сообществ в глобальный процесс коммуникации – площадки объединяются в сети и группы, делятся опытом и взаимодействуют друг с другом на более постоянной и общинной основе.

Датский архитектор Ян Гейл, один из наиболее влиятельных исследователей социальных взаимодействий в урбанизированной среде, рассматривает городское пространство через призму его удобства, приспособленности и побуждения горожан к личному общению. Именно приспособленность города к созданию устойчивых личных связей, по мнению Я. Гейла, – один из ключевых факторов, влияющих на привлекательность территории для жизни [20]. Интересно отметить, что исследователь интерпретирует промежуточные городские территории – скверы, улицы, променады – как вариацию форм, подходящих для образования городских сообществ (рис. 7).



Рис. 7. Три основные составляющие городского пространства в концепции Яна Гейла:

Жизнь – Пространство – Здания (Gehl. MasterplanningFrameworks).

Источник: <https://gehlpeople.com/wp-content/uploads/2018/05/Life-Space-Buildings-landscape.jpg>

Более практический подход представляет исследовательская группа The European Community Development Network в исследовании и наборе рекомендаций, составленном в рамках программы Europe for Citizens. В своей публикации авторы утверждают, что комплексный подход в развитии общественных пространств является самым эффективным инструментом реализации прав горожан на город. В качестве площадок для создания третьих мест ими рассматриваются заброшенные здания, переоборудованные в соседские и досуговые центры, дворовые территории (их преобразование предлагается вести с вовлечением местных жителей), пространства местных НКО, парки, улицы и интернет [21].

В российской реальности третьи места переживают своего рода ренессанс. Повсеместные досуговые объекты советского периода оказались включенными в высоко урбанизированные территории городов, при этом сами эти объекты более не соответствуют запросу местных сообществ, не отвечают требованиям пользователей и вследствие этого оказываются невостребованными, пустеют и разрушаются, однако на этом фоне набирает популярность редевелопмент подобных территорий под более современные комьюнити-центры (рис. 9) [22].



Рис. 9. Районный центр на базе советского кинотеатра (ADGGroup).
Источник: <https://allbreakingnews.ru/wp-content/uploads/2020/10/adg-group.jpg>

Результаты и обсуждение

В результате анализа определения и объема понятия «третье место» у разных авторов выявлено, что морфологические классификации Векслера и Оберландера, а также Мориссона являются наиболее актуальными, так как учитывают динамические тенденции процессов глобализации социальной, экономической и информационной сфер в условиях экстенсивной урбанизации. Определение, которое наиболее объективно может быть использовано в качестве дефиниции третьего места в рамках двух описанных морфологических классификаций, принадлежит Х. Бхабхе, поскольку исследователь подходит к третьему месту не как к конкретному объекту, который сочетается с жизненным опытом исследователя и иллюстративными примерами, но как к объекту, сочетающему характеристики, актуальные в различных контекстах.

С учетом проведенного анализа исторического развития исследований и практик в рамках концепции третьего места были выявлены три подхода к исследованию и организации третьих мест: американский, европейский и советский, каждый из которых характеризуется своими специфическими особенностями. Наиболее молодым из всех представляется американский подход, который, в отличие от европейского, берет свое начало только в XX в., а самым системным из рассмотренных является советский. При этом во всех подходах можно наблюдать нарастающие – благодаря глобализации – темпы увеличения разнообразия третьих мест.

В рамках актуализации понятия «третье место» его можно определить следующим образом: третье место – теоретический способ описания пространства, позволяющий отказаться от гегемонии сложившихся культурных структур и практик, не привязанный ни к экономической, ни к социальной модели использования физического или цифрового объекта.

С одной стороны, благодаря своей гибкости такое описание позволяет работать с динамично меняющимися городскими пространствами в различных плоскостях знаний, обогащая и проблематизируя объект исследования. С другой стороны, третье место пока еще остается абстрактным конструктом, не имеющим функциональных и пространственных свойств. Это

затрудняет работу с понятием и сводит исследования в данной области к минимальной практической значимости. Третье место остается широким родовым понятием для большинства пространств крупного города – открытых и закрытых, изучение которых лежит за рамками градостроительного и архитектурного дискурса.

В рамках исследования можно отметить, что на сегодняшний день понятие «третье место» представляется более узким, чем широко распространенное «общественное пространство». Это связано с тем, что под «общественным пространством» сегодня понимается любое место в городе, общедоступное для всех его жителей и способствующее оформлению и воспроизведению городского образа жизни, в то время как третье место – более специализированное пространство, направленное на формирование и укрепление социальных связей между людьми. Так, например, оживленная городская улица подходит под определение общественного пространства, однако, не обладая условиями для реализации деятельности локальных сообществ, не является третьим местом.

На сегодняшний день самым большим пробелом в работе с концепцией третьего места в России является недостаток осознанной практики междисциплинарного подхода как в реализуемых проектах, так и при разработке теоретической базы. Нехватку настоящего междисциплинарного процесса можно увидеть, изучив современные третьи места городов России, при реализации которых либо пренебрегают качественным социологическим исследованием, либо руководствуются исключительно архитектурными нормами, забывая, что требования к общественным пространствам меняются под влиянием глобализационных и урбанизационных процессов, экономических, политических, культурных институтов, а также социальных конструктов. Российский подход к общественным пространствам сегодня находится еще на этапе становления, однако при наличии осознанной междисциплинарной практики возможно укрепить его теоретическую базу для дальнейшей успешной реализации.

Библиография

1. Касарда, Дж. Д., Яновиц, М. Привязанность к сообществу в массовом обществе // Американский социологический обзор. – 1974. – № 39. – С. 328–239.
2. Ольденбург, Р. Третье место. Кафе, кофейни, книжные магазины, бары, салоны красоты и другие места «тусовок» как фундамент сообщества. – М.: Новое литературное обозрение, 2014.
3. Bhabha, H.K. The Location of Culture. – Abingdon: Routledge, 2004. – 197 p.
4. Soja, E.W. Thirdspace: Journeys to Los Angeles and Other Real-and-Imagined Places. – Oxford: Basil Blackwell, 1996.
5. Calderon, R. Third-placeness: Supporting the Experience of Third Place with Interactive Public Displays.– University of British Columbia. – 2016.
6. Lewicka, M. Place attachment: How far have we come in the last 40 years? // Journal of Environmental Psychology. – 2011. – № 31. – P. 207–230.
7. Glover, T.D., Parry D.C. A third place in the everyday lives of people living with cancer: Functions of Gilda's Club of Greater Toronto // Health & Place. – 2009. – № 15 (1). – P. 97–106.
8. Jeffres, L.W., Bracken C.C., Jian G., Casey M.F. The impact of third places on community quality of life // Applied Research in Quality of Life. – 2009. – № 4 (4). – P. 333–345.
9. Yuen, F., Johnson, A.J. Leisure spaces, community, and third places // Leisure Sciences. – 2016–№ 39 (3). – P. 295–303.
10. Mehta, V., Bosson, J.K. Third places and the social life of streets // Environment and Behavior. – 2010. – № 24 (6). – P. 779–805.

11. Waxman, L. The coffee shop: Social and physical factors influencing place attachment // *Journal of Interior design*. – 2006. – URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1939-1668.2006.tb00530.x> (дата обращения: 11.01.2021).
12. Лебедева, Е.В. «Третье место» как основа формирования городских сообществ // *Электронная библиотека БГУ / Архив статей факультета журналистики*. – URL: <http://elib.bsu.by/handle/123456789/122532> (дата обращения: 10.01.2021).
13. Hickman, P. “Third places” and social interaction in deprived neighborhoods in Great Britain // *Journal of Housing and the Built Environment*. – 2013. – № 28 (2). – С. 221–236.
14. Morisson, A.A. Typology of Places in the Knowledge Economy: Towards the Fourth Place // *International Symposium “New Metropolitan Perspectives” 2018. Smart Innovation, Systems and Technologies*. – Vol. 100. – P. 444–451. – 2019.
15. Wexler, M.N., Oberlander J. The Shifting Discourse on Third Places: Ideological Implications // *Journal of Ideology*. – 2017. – Vol. 38. – № 1. – Art. 4. – URL: <https://scholarcommons.sc.edu/ji/vol38/iss1/4> (дата обращения: 19.12.2020).
16. Лагодина, Е.В. Настоящее и будущее российских общественных пространств — ISSN 1812-1853. — российский психологический журнал, 2013. – № 4, том 10.
17. Innovative Community Centres Association // *Smart city index*. – 2019. – URL: <http://www.association.bg> (дата обращения: 20.12.2020).
18. Воробьева, О. Соседский цирк, общественный сад, коллективная кухня: как работают соседские центры за рубежом. – 2016. – URL: <https://www.asi.org.ru/2016/12/27/sosedskij-tsirk-obshhestvennyj-sad-kollektivnaya-kuhnya-kak-rabotayut-sosedskie-tsentry-za-rubezhom/> (дата обращения: 20.12.2020).
19. Панарин, А. Развитие комьюнити-центров – шанс на новую жизнь для забытых памятников архитектуры. – 2020. – 29 апр. // *cre.ru*. – URL: <https://www.cre.ru/analytics/80193> (дата обращения: 19.12.2020).
20. Гейл, Я. Города для людей. – М.: Концерн «Крост», 2012.
21. Network the European Community Development Community Development in Europe towards a common Framework and understanding. Report of the project European Citizens, Active Communities. – 2014. – URL: <https://clck.ru/W4qkk> (дата обращения: 20.12.2020)
22. Охлопков, А. Как построить комфортную среду для жизни в городе // *Ведомости*. – 28.12.2020. – URL: <https://www.vedomosti.ru/partner/articles/2020/12/28/852205-postroit-komfortnuyu> (дата обращения: 10.01.2021).

References

1. Kasarda, J.D. and Janowitz, M. (1974), Community Attachment in Mass Society. *American Sociological Review*, No. 39, pp. 328–239.
2. Oldenbourg, R. (2014), *The Great Good Place: Cafes, Coffee Shops, Community Centers, Beauty Parlors, General Stores, Bars, Hangouts, and How They Get You Through the Day*. Moscow: Novoye Literaturnoye Obozrenie.
3. Bhabha, Homi K. (2004). *The Location of Culture*. Abingdon: Routledge, 197 p.
4. Soja, E.W. (1996), *Thirdspace: Journeys to Los Angeles and Other Real-and-Imagined Places*. Oxford: Basil Blackwell.
5. Calderon, R. (2016) *Third-placeness: Supporting the Experience of Third Place with Interactive Public Displays*. PhD dissertation. University of British Columbia.
6. Lewicka, M. (2011) Place attachment: How far have we come in the last 40 years? *Journal of Environmental Psychology*, No. 31, pp. 207–230.
7. Glover, T.D., Parry, D.C. (2009) A third place in the everyday lives of people living with cancer: Functions of Gilda's Club of Greater Toronto. *Health & Place*, No. 15 (1), pp. 97–106.

8. Jeffres, L.W., Bracken, C.C., Jian, G., Casey, M.F. (2009) The impact of third places on community quality of life. *Applied Research in Quality of Life*, No. 4 (4), pp. 333–345.
9. Yuen, F., Johnson, A.J. (2016) Leisure spaces, community, and third places. *Leisure Sciences*, No. 39 (3), pp. 295–303.
10. Mehta, V., Bosson, J.K. (2010) Third places and the social life of streets. *Environment and Behavior*, No. 24 (6), pp. 779–805.
11. Waxman, L. (2006), The coffee shop: Social and physical factors influencing place attachment. *Journal of Interior design*. Available at: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1939-1668.2006.tb00530.x> (Accessed 11.01.2021).
12. Lebedeva, E.V. “Third place” as a basis of urban community formation. [Online] Available at: <http://elib.bsu.by/handle/123456789/122532> (Accessed 10.01.2021).
13. Hickman, P. (2013) “Third places” and social interaction in deprived neighborhoods in Great Britain. *Journal of Housing and the Built Environment*, No. 28 (2), pp. 221–236.
14. Morisson, A.A (2019). Typology of Places in the Knowledge Economy: Towards the Fourth Place. International Symposium “New Metropolitan Perspectives” 2018. *Smart Innovation, Systems and Technologies*, vol. 100, pp. 444–451.
15. Wexler, M.N. and Oberlander, J. (2017). The Shifting Discourse on Third Places: Ideological Implications. *Journal of Ideology*, Vol. 38, No. 1, art. 4. Available at: <https://scholarcommons.sc.edu/ji/vol38/iss1/4> (Accessed 19.12.2020)
16. Lagodina, E.V. (2013) The Present and the Future of Russian Community Spaces — ISSN 1812-1853. *Russian Psychological Journal*, No. 4, vol. 10
17. Innovative Community Centres Association (2019). Smart city index. Available at: <http://www.association.bg> (Accessed 20.12.2020).
18. Vorobyova, O. (2016). Neighboring circus, public garden, communal kitchen: how community centers work abroad. Available at: <https://www.asi.org.ru/2016/12/27/sosedskij-tsirk-obshhestvennyj-sad-kollektivnaya-kuhnya-kak-rabotayut-sosedskie-tsentry-za-rubezhom/> (Accessed 20.12.2020).
19. Panarin, A. (2020). Development of community centers – a chance for a new life for the abandoned architectural monuments. Available at: <https://www.cre.ru/analytics/80193>. (Accessed 19.12.2020).
20. Gehl, J. (2012) *Cities for People*. Translated from English by A. Toktonov. Moscow: Alpina. (in Russian)
21. The European Community Development Network. (2014) *Community Development in Europe. Towards a Common Framework and Understanding*. Report of the project ‘European Citizens, Active Communities’. Available from: <https://clck.ru/W4qkk> (date accessed 20.12.2020).
22. Okhlopkov, A. (2020). How to build a comfortable space for city life. Available at: <https://www.vedomosti.ru/partner/articles/2020/12/28/852205-postroit-komfortnuyu> (Accessed 10.01.2021).



Лицензия Creative Commons

Это произведение доступно по лицензии Creative Commons «Attribution-ShareAlike» («Атрибуция - на тех же условиях»).

4.0 Всемирная

Дата поступления: 15.08.2021