

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**
(НИУ «БелГУ»)

СОЦИАЛЬНО-ТЕОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ
ИМЕНИ МИТРОПОЛИТА МОСКОВСКОГО И КОЛОМЕНСКОГО МАКАРИЯ
(БУЛГАКОВА)

Кафедра культурологии и политологии

**ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ СФЕР ПРИВАТНОГО И ПУБЛИЧНОГО В
ПРОСТРАНСТВЕ ГОРОДСКОЙ КУЛЬТУРЫ
(НА ПРИМЕРЕ Г. БЕЛГОРОДА)**

Бакалаврская работа
обучающегося по направлению подготовки 51.03.01 Культурология
очной формы обучения, группы 87001305
Белых Марины Александровны

Научный руководитель:
к. философ. н., доцент
И.В. Бардыкова

БЕЛГОРОД 2017

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
Глава 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ ПОНЯТИЙ «ПРИВАТНОЕ» И «ПУБЛИЧНОЕ».....	10
§1.1. Понятия «публичного» и «приватного» в пространстве городской культуры	10
§1.2. Трансформация публичного пространства на современном этапе. «Третьи места» как особая форма взаимодействия сфер приватности и публичности	18
Глава 2. ГОРОД КАК ОБЪЕКТ КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ	25
§2.1. Понятие городской культуры и городского пространства.....	25
§2.2. Становление городского пространства в истории культуры ...	32
Глава 3. АНАЛИЗ «ТРЕТЬИХ МЕСТ» ГОРОДА БЕЛГОРОДА.....	37
§3.1. «Третьи места» как форма досуга белгородцев: общий обзор.....	37
§3.2. Роль кофейен как «третьих мест» в культурном пространстве г. Белгорода.....	40
§3.3. Выставочный зал «Родина» и его роль в формировании творческого потенциала города.....	47
§3.4. Библиотека-музей им. Н.Н. Страхова – приватное или публичное?.....	50
§3.5. Студенчество как движущий фактор развития культурного пространства города. Идея культурно-просветительского проекта «Белгород в лицах».....	52

ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	56
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	59
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	68

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность исследования. Обращение к городу как к объекту культурологического исследования неслучайно. Оно определяется огромной ролью, которую город играет в жизни современного общества. Эта роль уже с конца XIX века осознавалась многими философами, писателями и поэтами, учеными самых разных направлений: географами, экономистами, социологами, историками.

Урбанистическая проблематика в настоящее время является весьма актуальной для междисциплинарных исследований и потому, что город выступает важным полигоном цивилизационных отношений, накапливая признаки цивилизации, выступая точками ее роста, и его роль в качестве субъекта политической, экономической и культурной жизни неуклонно растет.

Городская проблематика получила достаточно широкое распространение в Западной Европе и Америке. Но эти исследования больше направлены на решение прикладных задач, укладывающихся в рамки социологии и психологии. Для российских исследований характерен философский подход, выражающийся в осмыслении города как концепта, символа или текста.

В России уже ставился вопрос о комплексном подходе к изучению города – появлению обобщающей науки о городе – урбанистике, урбанологии, урбанистической культурологии, культурологии города и т.д. В связи с этим обосновано замечание А.Е. Левинтова, отмечающего отсутствие общей теории города и городской культуры: «У нас нет онтологии города, у нас нет представления о городе, поэтому у нас нет объекта управления. Мы каждый раз управляем морфологическим составом города, его транспортом, жильем, чем угодно, но у нас нет общетеоретического, методологического представления о городе» [16, с. 45]. Это высказывание справедливо в отношении не только управления, но и любой другой направленной на работу с городом

деятельности, в том числе и научно-исследовательской, в частности, культурологической.

Несмотря на важность исследования городов в нашей стране нет крупной научной организации, специально занимающейся проблемами изучения городов в современных условиях урбанизации, когда в городских условиях стала проживать большая часть населения страны. В настоящее время в России наблюдается определенный дефицит исследований, характеризующих исходный уровень и состояние культуры регионов в условиях современной модернизации. Особенно это касается малых городов, где компактно проживает большая часть населения России. Нет четких представлений о субъектах и феноменах, вызывающих процессы модернизации культуры региона и изменения культурных стереотипов.

Философско-культурологическое рассмотрение малого города также является актуальным и необходимым в современных условиях роста и развития городов-мегаполисов. На уровне историко-краеведческих исследований малый город и городское культурное пространство изучаются во множестве прикладных аспектов всесторонне и целостно, но обобщение и систематизация этих исследований, а также исследование особого типа взаимодействия сфер частного и публичного в городском пространстве г. Белгорода еще только начинает осознаваться важным и насущно необходимым. В связи с активно проходящими процессами трансформации городского пространства, его модернизации (город Белгород за последние два десятилетия превратился из провинциального города в город современного западноевропейского типа с моллами и бизнес-центрами) возникает необходимость осмысления происходящих перемен с использованием базовых теоретико-культурологических приемов анализа.

Степень научной разработанности. Среди многочисленных исследований города и городской культуры можно выделить следующие направления:

- исследования городской среды через призму семиотики представлены в работах Ю.С. Янковской, О.А. Ивановой, В.В. Саакова, Ю.М. Лотмана, В.Н. Топорова, В.В. Иванова и А.Г. Бурцева;

- работы, сосредотачивающие свое внимание на историческом развитии города как целостной системы в конкретных географических условиях – исследования Школы Анналов (Ф. Бродель, Ж. Ле Гофф), Л.Б. Когана, Э.А. Орловой, Л.М. Семеновы и многих других ученых;

- комплекс работ, предметом исследования которых становится социальное пространство города (так называемая урбан-социология): концепции Ф. Тенниса, М. Вебера, Э. Дюркгейма, В.В. Вагина, Л.Г. Ионина, Б.С. Ерасова;

- работы, направленные на изучение архитектурно-эстетического облика города (исследования Л.Б. Когана, В.Л. Глазычева, Д.С. Лихачева, А.Д. Иконникова, К. Линча, П. Клаваля);

- философско-культурологический подход в исследовании пространства города разрабатывают Ю. Хабермас, Х. Арндт, Р. Сеннет, К. Линч, М. Вебер, З. Бауман, Дж. Вентерауб, Ш. Зукин, А. Эскобар, С. Бенхабиб, М. Маклюэн;

- работы, разрабатывающие культурологию города как самостоятельную дисциплину, принадлежат Л.Е. Трушиной, Г.И. Ревзину¹, Л.Н. Набилкиной, О. Кирилловой, Е.Д. Князевой.

Цель исследования – определить роль «третьих мест» во взаимодействии публичного и частного в белгородском городском пространстве.

Цель бакалаврской работы предусматривает решение следующих **задач**:

1. Описать понятия «публичного» и «частного» в пространстве городской культуры.

2. Раскрыть трансформацию публичного пространства на современном этапе.

¹ Читает курс в НИУ «ВШЭ» - «Культурология города». Режим доступа. URL: [https://www.hse.ru/data/2016/01/27/1082469672/История%20урбанистики%20и%20культурология%20города_2015.pdf].

3. Изучить понятие городской культуры и городского пространства.
4. Рассмотреть становление городского пространства в истории культуры
5. Дать анализ «третьим местам» как особому типу взаимодействия сфер приватности и публичности.
6. Охарактеризовать «третьи места» в белгородском городском пространстве.

Объектом исследования выступает городская культура как форма взаимодействия сфер частного и публичного. **Предметом** же являются публично-частные отношения в городском пространстве «третьих мест» г. Белгорода.

Методология и методы исследования:

В работе используется *общенаучная* методология:

- философско-культурологическая методология; позволяет дать четкие дефиниции таким понятиям, как «частное», «публичное», «городское пространство» а также сформулировать основные подходы к рассмотрению городской культуры в целом.
- историко-культурологический и описательный методы, позволяющие раскрыть генезис и трансформацию городской культуры в истории;
- семиотический метод, который рассматривает городскую среду как напластования текстов с выявлением их кодов и значащих единиц;
- проектировочный метод, позволяющий реконструировать и спроектировать культурное пространство городской среды;
- анализ и систематизация собранной информации; позволяет сориентироваться в массиве научной информации разного уровня и разного масштаба, выявить неразработанные и слабо разработанные проблемы в данной теме.

Среди *частнонаучных* методов следует выделить следующие:

- вслед за исследователем Е.Д. Князевой, мы изучаем культурное пространство города через погружение субъекта (ученого) в объект (город), через прогулки и экскурсии, посещение музеев, театров и выставок, непосредственное общение с горожанами и специалистами из различных сфер городской жизни;

- в рамках предложенной Л.Е. Трушиной культурологии города, рассматриваем городскую среду как напластования текстов с выявлением их кодов и значащих единиц. Результаты культурологического исследования города оформляются в проектировочной деятельности по выстраиванию культурного пространства городской среды в диалоге приватно-публичных отношений в рамках деятельности кофеен.

- фрейм-анализ Э. Гоффмана в осмыслении пространства;
- вторичные данные социологического исследования [30].

Эмпирической базой исследования послужили следующие объекты:

1. Кофейни: «Пастила», «Комод», «Калипсо» как «третьи» места;
2. Выставочный зал «Родина» как площадка креативных арт-проектов и открытого интенсивного художественного поиска;
3. Библиотека-музей им. Н.Н. Стрехова (Белгородский национальный исследовательский университет), ставшая беспрецедентным проектом в создании и осмыслении «пространства постмодерна».

Апробация. Результаты исследования представлялись на конференциях «Интеграция как базовый фактор создания и развития социокультурной среды города» в 2015 и в 2016 гг., в рамках симпозиума молодых ученых «Культура. Политика. Понимание», в рамках Недели науки – 2017 НИУ «БелГУ», (май, 2017) и в ряде статей:

1. «Кофейни как третьи места» / М.А. Белых, Е.Р. Усиченко // Интеграция как базовый фактор создания и развития социокультурного пространства города: сборник материалов Международной научно-практической конференции, 2015 г. / сост. Н.М. Гончаренко – Белгород: ООО «Эпицентр», 2016. – С. 212-214.

2. Сербская кафана как социокультурный институт // Культура. Политика. Понимание (философско-политические проблемы идентичности: России и современный мир): материалы IV международной научной конференции (г. Белгород, 13-14 мая 2016 г.) / отв. ред.: А.П. Кривец, М.В. Коваленко, В.Е. Пеньков. – Белгород: ИД «Белгород» НИУ «БелГУ». – С.168-175.

3. «Кафана как центр общественной жизни» // Интеграция как базовый фактор создания и развития социокультурного пространства города: сборник материалов Международной научно-практической конференции, 24-25 ноября 2016 г. / сост. Н.М. Гончаренко. – Белгород: ООО «Эпицентр», 2017. – С. 64-68.

4. «Идентичность с местом на примере г. Белгорода» в сборнике студенческих научных работ в рамках Недели науки 2017 НИУ «БелГУ» (находится в печати).

Практическая значимость выпускной квалификационной работы заключается в том, что полученные результаты исследования и проектные рекомендации могут быть использованы в научно-методической, исследовательской, педагогической практике, а также при разработке мероприятий и брендинга. Изучение и решение этих проблем силами культурологов будет способствовать не только дальнейшему развитию науки, но и интеграции сил ученых и практических работников в сфере культуры и местного самоуправления в современных условиях усиления коммуникации и трансформации сфер публичности и приватности.

Ключевые слова: город, городская культура, городское пространство, публичное пространство, приватное пространство, «третьи места», «места-трансформеры», «места-гибриды», публично-приватные взаимоотношения.

Структура выпускной квалификационной работы определена логикой исследования, а также его целями и задачами и состоит из введения, трех глав, заключения, списка литературы в количестве 71 источника, из которых 15 – на английском языке, и приложений.

1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ ПОНЯТИЙ «ПРИВАТНОЕ» И «ПУБЛИЧНОЕ»

1.1. Понятия «публичного» и «приватного» в пространстве городской культуры

Начнем с подробного разбора понятий «публичное» и «приватное», и в частности, терминологий публичного и приватного городского пространства.

Наиболее общий смысл понятий «публика», «публичность» отсылает нас к сфере общественного, пространству открытости, в котором в противоположность сфере приватного предполагается «выход из потаенности (М. Хайдеггер), «взгляд другого» (М. Бахтин), или, пользуясь языком герменевтики, «публикация». В культурологии публикой называют ту часть общества, которая участвует в особых ритуалах восприятия произведений искусства – становится читателем, зрителем, слушателем. Но роль публики – не только восприятие, но и критика – своеобразный суд, признание или отвержение, в результате которого произведение получает как бы новую жизнь, мистериальное крещение.

В научном сообществе считается, что понятие «публичность» впервые появилось в словаре «Fischer Lexikon» в 1964 году. Однако в англоязычной и отечественной литературе существует авторитетное мнение, что это понятие было определено Ю. Хабермасом, который является автором большого количества работ, посвященных этой теме (например, его труд «Структурная трансформация публичной сферы», 1962 г.).

В англоязычной научной традиции, начиная с XIX века и по сей день, одним из самых важных остается социологический подход. Для обозначения общественных пространств используется термин «public spaces», связывающий публичную жизнь с социальностью и возможностью взаимодействия для

незнакомых людей. Речь идет, прежде всего, о собрании («gathering») людей в каком-то пространстве или месте.

Несмотря на разнообразие трактовок «приватного», в конце XX и начале XXI вв. в социальных науках сложился относительный консенсус относительно понимания «публичной сферы», условно разделяемый на два подхода, делающие акценты на разных сторонах публичной жизни.

1. Так, согласно Ю. Хабермасу или Х. Арендт, публичность – это пространство встреч свободных граждан и выработки ими на основе свободной и определенным образом организованной коммуникации точки/ точек зрения на некоторые общие вопросы жизни общества, не касающиеся их частных интересов. Тут пространство признается публичным по факту возможности быть использованным как всеобщая площадка/платформа для обмена мнениями по вопросам, волнующим некое сообщество граждан, желающих о себе заявить и услышать других [2; 61].

2. С точки зрения Р. Сеннета, ссылающегося на И. Гофмана, – публичность это некая «социабельность» – способность к осуществлению социального взаимодействия, социальной жизни. Публичная сфера есть пространство, где имеют место «множественные незапланированные взаимодействия», где незнакомые люди могут встречаться и наслаждаться компанией друг друга. Пространство мыслится как место встреч равнозначимых незнакомцев [Цит. по: 44, с. 32-33].

О. Паченков говорит о том, что публичное пространство нужно не только для того, чтобы удовлетворять существующий спрос публики, но и для того, чтобы эту публику формировать [43].

Анализируя различные подходы в понимании публичного пространства, Ш. Зукин попыталась сформулировать его основные критерии: общественное управление, свободный доступ для всех, и то, что в его рамках множество людей устремлено к общественным (не частным) целям [71, с. 32 – 38].

Возникновение понятия «публичное» в современной культурологии связано с переосмыслением пространства городской жизни в связи с

трансформацией ценностей и интересов у современных людей, а также с появлением новых средств коммуникаций и интернет-технологий.

Некоторые исследователи пессимистично оценивают современные публичные места и эту самую публику. Т.В. Черепанова, к примеру, в своем исследовании задается вопросом, исчезает ли сегодня рефлексивный зритель, гражданин, медийный субъект [56, с. 180]. З. Бауман отмечает, что существующая сегодня критика оказывается «беззубой», неспособной влиять на «жизненно-политический» выбор» [3, с. 125].

З. Бауман сравнивает современное общество с кемпингом: приезжих не интересует, кем и как содержится кемпинг, пока работает водопровод и есть электричество. Подобный человек до определенного момента не обнаруживает стремления к отстаиванию идей, подобных демократических идеалов. Желание выступить с продуктивной критикой возникает у приезжих при нарушении привычного механизма удовлетворения витальных потребностей, а иначе «им и в голову не придет оспаривать или заново формулировать философию управления кемпингом» [3, с. 126].

Такая модель общества по примеру кемпинга противопоставляется модели общества как домохозяйства, предлагаемой Т. Адорно и М. Хоркхаймером. Домохозяйство предполагает понимание общности интересов, необходимости кооперации для решения осознаваемых всеми проблем, распределения социальных ролей. Модель общества, описанная философами Франкфуртской школы, строится на понимании индивидом себя как производителя общественно значимых идей, и в современном обществе она оказывается неприменима [56, с. 181].

Публичные пространства затрагивают все сферы жизни общества и выполняют следующие функции:

1. Получение социального опыта, когда публичное пространство предстает как каналы связи, передача большого количества информации, норм и правил поведения, а также особенностей различных культур.

2. Безопасность. Потребность в безопасности и защищенности вырабатывается на подсознательном уровне. Поэтому крайне важно, находясь среди большого количества незнакомых людей, чувствовать себя уверенно и спокойно.

3. Интегрирующая функция. Публичное пространство может объединять людей различных рас, культур, конфессий, возрастов и интересов. Тем самым оно помогает людям развивать чувство толерантности, дает возможность узнавать много нового.

4. Коммуникационная функция. В публичных пространствах люди находятся в постоянном общении с помощью вербальных и невербальных знаков, вступают в различные интеракции. Находят общие интересы и формируют общественное мнение.

5. Возможность проявления различных видов деятельности. Публичное пространство может служить местом для проведения различных праздников, мероприятий, ярмарок, для отдыха, прогулок, игр, активной жизни и для встреч.

6. Эстетическая функция. Публичное пространство формирует эмоциональное мнение о городе. Хорошо обустроенное, с ландшафтным дизайном и всеми социальными благами публичное пространство дает возможность наслаждаться красотой и создает хорошее настроение [67, с. 40].

Важной проблемой понимания термина «публичное» является поиск его адекватного перевода и эквивалента в русском языке. Например, «public spaces» в различных источниках переводят как «общественные пространства», «публичные пространства», «общественные места», «публичная арена», «общественный форум», «места общественного пользования», «общественные помещения» и даже «политическое пространство». Неудивительно, что возникают неприятные курьезы и вопросы разграничения вкладываемых смыслов. Как правило, понятие «public» переводится и понимается как «общественное», что в русском языке слишком близко по смыслу, грамматике и фонетике к слову «общий» («common»). Но это далеко не одно и то же.

Можно говорить о том, что всякое *публичное*, в первую очередь, направлено на презентацию публике для получения определённого отклика или ради обычного экспонирования (показа). *Общественное* же, в нашем понимании, подразумевает существующее без претензий на место, равнозначность каждого претендующего на это место. Когда мы говорим об общественных пространствах, мы говорим обо всех зонах, в которых происходит взаимодействие более чем двух человек, без претензии на взгляд другого, экспонирования себя, «спектакля».

Таким образом, публичная жизнь определяется некой социальностью и возможностью взаимодействия для незнакомых людей, а также реализуемостью собраний людей в каком-то пространстве или месте. Публичное это то место, где люди собираются и находятся вместе какое-то время. Стоит добавить, что в такие места люди могут попасть двумя путями: (1) целенаправленно, стремясь на организованное собрание, и (2) невольно, оказавшись в окружении множественного количества людей, имеющих полное и равное право находиться в некоем общем пространстве.

Обратимся к рассмотрению понятия «приватное». Понятие «приватное» имеет историческое происхождение, и может быть найдено в дискуссиях античных мыслителей. Аристотель, к примеру, разделял публичную сферу политической деятельности и личную сферу, связанную с семейной и повседневной жизнью.

Концепт «неприкосновенность частной жизни» («приватность») часто используется в повседневной жизни, а также в философских, политических и юридических дискуссиях.

Но для того, чтобы точнее описать содержание понятия «приватного», необходимо различать «приватное» и «личное». Личное как проявление уникальности человека не обязательно находит выражение в сфере приватного. Приватное же может говорить о социальном статусе, и не обязательно обнаруживает черты индивидуальности человека.

Традиционно средоточием всех жизненных ценностей человека являлся дом. Он служил оплотом безопасности и защиты с момента образования первых оседлых поселений людей. Благодаря домашней атмосфере человек приобщался к родной культуре, проходил процессы социализации и инкультурации. Дом выступал невольным свидетелем жизни многих поколений, хранил культурные традиции и семейные ценности.

Е.Л. Разова называет дом «территорией привычного, то есть *habitat*, единством внутреннего чувства временности и внешнего его обрамления – пространством, получающим спецификацию в архитектурном сооружении – доме» [47, с. 212]. Как территория привычного, домашнее пространство обеспечивает возвращающемуся человеку надежность, уют и покой. Стены дома разграничивают пространство между двумя мирами: миром частной жизни и миром публичным. Чтобы перейти из одного мира в другой, достаточно только пройти сквозь двери.

Однако приватность домашнего пространства в традиционной культуре весьма условна. Жизнь проходила на глазах у «большой семьи», работа, досуг, повседневность находились в синкретичном единстве и в крестьянской среде, и в доме горожанина-ремесленника, и в королевском замке.

Действительно приватным, интимным пространство дома становится в культуре Нового времени, когда набирает силу разделение профессиональной деятельности (работа) и повседневной жизни (дом). Р. Сеннет пишет, что развитие промышленности и торговли «сделали сферу публичного устрашающей для людей того времени, и они стали искать защиту от социально-экономических потрясений внутри собственных семей» [48, с. 258]. Развитие транспорта, появление огромных супермаркетов и офисных небоскребов, унификация одежды, свойственные XX столетию, трансформировали сферу приватного в особую, тщательно оберегаемую ценность.

В индустриальных мегаполисах дом превратился в коробку с крышей и четырьмя стенами. Основным помещением в доме стала спальня,

компенсирующая физиологическую потребность человека во сне. Города обросли «спальными районами – дом превратился в своеобразный «зал ожидания», он стал обеспечивать только минимальный комфорт, необходимый любому туристу. Тогда как пространство досуга сосредоточилось вне дома – кафе, развлекательные центры, спортивные клубы и т. д.

Человек как существо социальное идентифицирует себя как с публичной жизнью, так и с приватной. Положительным является тот факт, что современный дом, выступая медиатором между внутренним миром и внешним, по желанию человека помогает ему переместиться в публичное пространство, либо же укрыться в своей уютной домашности. Подтверждая это, можно привести слова М. Хайдеггера: «Приватное существование со своей стороны, еще не обязательно есть подлинное, то есть, свободное человеческое бытие. Оно коснеет, замыкаясь в бесплодном отрицании публичности. Оно остается зависимым от нее филиалом и питается пустым уклонением от всего публичного. Так оно свидетельствует против собственной воли, о своем рабстве у публичности» [54, с. 116].

Можно рассматривать приватное через оппозицию к публичному. Так, Х. Арендт пишет, что «простое различие между приватным и публичным соответствует сфере домохозяйства с одной стороны, пространству политического с другой, а эти области существовали как различные, строго отделяемые друг от друга единицы с начала античного города-государства» [2, с. 39].

Далее она развивает свою мысль и выделяет основное отличие приватной и публичной сфер: «в противоположность этому (приватному пространству) пространство полиса было областью свободы, и, поскольку между этими двумя областями существовала вообще какая-то связь, она естественным образом предполагала, что удовлетворение жизненных нужд внутри домашнего хозяйства создает условия для свободы в полисе. Ни в каком случае под политикой не могло пониматься что-то необходимое для благополучия общества – шла ли речь о сообществе верующих, как в средневековье, <....>

или о каком-либо другом обществе в политическом режиме. Во всех этих случаях именно свобода общества требует и оправдывает ограничение полноты политической власти. Свобода располагается в сфере публичного, тогда как принуждение и насилие локализуются в политическом, и становятся, таким образом, монополией государства» [2, с. 42]. Для нас, пишет Х. Арндт, «от истоков Нового времени всякий национальный организм и всякое политическое общественное образование понимается в образе семьи, представляя ведение и упорядочение всех их дел и каждодневных занятий по типу гигантски разросшегося аппарата домашнего хозяйства. Научная мысль, отвечающая этому ходу событий, называется уже не наукой политики, а «национальной экономией» [2, с. 39].

Р. Сеннет пытается очертить содержание понятия приватного в контексте противоречия «природного» и «культурного» именно в том ключе, в котором эти понятия интерпретировались в эпоху Просвещения. Приватное соотносится с природным, или естественным, а публичное – с культурным, светским. Автор говорит о том, что сфера приватного определилась естественным основанием человеческой природы, а именно, стремлением к счастью и свободе. Он подчеркивает, что «чувство собственного достоинства – естественное свойство человеческой души; эта цельность душевных устремлений также родилась из противопоставления природы и культуры» [48, с. 102].

Но не всегда «публичное» противопоставляется «приватному». Американский психолог Ирвин Альтман, например, определял приватность как «избирательный контроль доступа к «Я» или группе» [67, с. 38], то есть допускаемая им возможность выбора уже говорит в пользу того, что «приватность» – такой же динамический процесс в социальном взаимодействии, как и «публичность». Таким образом, у понятия «приватное» можно обнаружить две коннотации: негативную («непроницаемость», «ограничение») и позитивную («допуск», «приглашение»), что в свою очередь подразумевает многообразие реакций «Я» на попытку получить к нему доступ со стороны других.

Другой путь избежать противопоставления «публичного» и «приватного» пространств – выразить одно из них как функцию другого. С этого ракурса приватное, будучи функцией публичного, определяется не только через пространственный аспект, но и как «феноменологическое социальное пространство» [57, с. 41].

Таким образом, приватное и публичное пространства могут пересекаться и сосуществовать друг с другом, но сохранять при этом свои черты. Приватное пространство сохраняет, может быть частично, свою закрытость, тогда как публичное пространство остается открытым, в том числе для осуществления временной приватизации какой-то его части.

В публичном пространстве на субъекта налагается обязательство *экспонировать самого себя* – обязательство стать открытым, аутентичным и даже прозрачным для взгляда других. Медиа и туризм создают не построенное, а виртуальное публичное *пространство прозрачности*, в котором все и вся подлежит экспонированию – и подчиняется требованию аутентичности, несокрытия и разоблачения самого себя, требованию честности и истинности.

1.2. Трансформация публичного пространства на современном этапе. «Третьи места» как особая форма взаимодействия сфер приватности и публичности

Как уже было сказано, традиционный взгляд, основанный на жесткой конфронтации публичной и приватной сфер, некоторые современные исследователи считают неприемлемым для изучения процессов в современном городе.

Значение места для современного человека переживает небывалую трансформацию, связанную с процессами информатизации, компьютеризации и глобализации. В XX веке общественная жизнь пришла в упадок из-за

небывалой авторизации индивида и всеобщего отчуждения, люди не могут найти смыслы во все более враждебном, чужом «публичном» пространстве.

Так город превратился в спектакль – не в смысле представления или перформанса, каким он был в эпоху Средневековья, а в смысле «мертвого спектакля», о котором писал Ги Дебор [17], в значении спектакля, «суть которого исключительно в том, что есть зритель, который намерен смотреть спектакль, – и в этом и заключается спектакль»; по мнению М. Оже, именно такой мертвый спектакль создает «не-место» [57, с. 85-86], которое будет более подробно рассмотрено немного позже.

Люди все реже собираются в тех или иных публичных местах и пространствах: вместо этого они движутся через них или находятся там короткое время. Часто именно статичное и продолжительное присутствие в каком-то месте связано с одиночеством или вынужденным временным характером происходящего: люди находятся там, в ожидании встречи с теми, с кем/чем они затем двинутся дальше. Продолжительное нахождение людей в конкретной точке пространства оказывается не самоцелью, но вынужденной остановкой, средством, позволяющим продолжить путь. Движение становится нормой; статичность, длительное нахождение в пространстве или месте – исключением [43].

О. Паченков говорит о том, что «изначально восприятие пространства человеком связано с восприятием им самого себя, своего тела, из-за чего само «место» – более статично, а пространство – может быть виртуальным, открытым, динамичным и др. [Цит. по: 43].

А.А. Петренко-Лысак пишет, что сосуществование людей в публичных местах города сформировало феномен «мобильного урбанизма» – обстоятельств близости, которые создаются между незнакомцами в городских общественных пространствах. Минуя непосредственные беседы, жители города получают информацию друг о друге и о разнообразных событиях через разговоры по мобильному телефону на людях. «Беседы на людях» стали обыденностью, к которой, с одной стороны, все приспособились, с другой

стороны, вызвали к обсуждению тему вопросов этики, результатом которого стало формирование правил мобильного этикета [44, с. 33]. Здесь наблюдается этика равнодушия («ethics of indifference»), дающая человеку право сохранять анонимность и автономность в публичном пространстве, когда люди идентифицируют друг друга, но при этом остаются посторонними, сохраняя близость на отдалении [69, с. 300].

Как следствие – исчезает потребность в том самом «общественном интересе», который, согласно классической точке зрения, и является основой происходящего в публичной сфере. Все реже в повседневной жизни кому-либо хочется подниматься над своими индивидуальными интересами, думать об общем благе, «общественном интересе», гражданских добродетелях и тому подобным абстракциях. Поэтому мы все чаще наблюдаем *псевдопубличные пространства*, в которых реализуются частно-индивидуалистические интересы индивидов, на какое-то время совпадающие с интересами других индивидов и групп (шопинг-центры, кинотеатры).

М. Шеллер призывает развивать более динамичное направление исследований, которые должны объяснить неизбежное скрещивание публичного и приватного, предполагая, что изменяющиеся формы физической и информационной подвижности, сдвигающие людей с места, являются ключевыми. Движение, информация и коммуникации являются гибридами частно-публичной жизни современности [66, с. 215], которые способствуют появлению новых публичных пространств. К таким пространствам, по мнению Н. Больц, можно отнести и «блогинг, который превращает Интернет в новую форму публичности, где все оказываются публикой друг для друга» [9, с. 23]. Это дает возможность появлению множества разговоров на различные темы, общей чертой для которых, однако, является то, что они возникают и воспроизводятся не ради получения информации или поиск смысла, а ради возможности совместного «говорения».

Вследствие возрастающей мобильности и гибридизации пространств появляются новые пространства. Они могут быть названы в терминах Марка

Оже как «не-места» (*non-places*) – нигде не укорененные места, связанные с мобильностью и путешествиями, не имеющими аутентичности и собственного смысла и истории, отношений и идентичности [57, с. 75-76]. Появление таких «не-мест» связано с тем, что сегодня человек все время перемещается, становится «туристическим человеком», а в терминологии русской литературной критики «лишним человеком», для которого характерен образ жизни Чацкого «там лучше, где нас нет». Это «свободный радикал», не желающий «прирастать» ни к какому месту, «транзитный человек», «турист». Именно эти люди становятся «криминогенным фактором культуры». Символами такого типа человека становится пространство вокзала – перекладное место, где долго не задерживаются. Это также пространства метро, переходов, аэропорты, а также улицы и площади городов, утерьявшие традиционную функцию «собора» и ставшие целью туристического ажиотажа.

Следует также выделить и «третьи места». Само понятие некоего «места» появляется, когда на смену классическому пониманию пространственной модели приходит неклассическая, исходящая из пространственной привязанности. На смену классической гомогенности и однородности пространства опять приходит идея о наличии энергетически заряженных зон. Мартин Хайдеггер говорит о «событии простора» как о противостоящем «физически-техническому пространству» [54, с. 314]. По Хайдеггеру, «простор есть высвобождение мест. В просторе и дает о себе знать, и вместе таится событие» [54, с. 314]. Место хранит память об объективном геометрическом пространстве Ренессанса, одновременно открывая возможности движения к событийно значимым сегментам универсума, нагруженным персональным опытом.

Р. Ольденбург считает, что у великих цивилизаций, как и у городов, есть общая черта – в них формируются жизненно важные для процветания и развития особые неформальные публичные места для встреч. Эти места становятся частью городского ландшафта и повседневной жизни, накладывая отпечаток и на образ города [64, с. 34]. По его мнению, «многочисленные кафе

на тротуарах и есть Париж, так же как форум – доминанта образа классического Рима. Душа Лондона живет в его многочисленных пабах, душа Флоренции – на ее многолюдных площадях, и др. – все это воплощения фундаментальных институций, опосредующих связь между индивидом и обществом»[64, с. 34].

Третьи места это часть городского пространства, не связанная с домом («первое место») или работой («второе место»).

Будучи важным элементом городской среды, «третьи места» выступают пространствами, предоставляющими разнообразные по стоимости и типу досуговые форматы и формы общения для горожан в конкретный временной отрезок в период между работой и домом. Зачастую это разного рода кафе и кофейни, где люди назначают встречи и деловые обеды, обсуждают проекты, общаются по скайпу и просто работают [6, с. 212].

Ключевые признаки третьего места по Р. Ольденбургу: демократичность; доступность (желательно – шаговая); простая и непринужденная обстановка; скромное меню; наличие завсегдатаев; комфортность, неформальность.

Они меняют и структуру города: до «третьего места» человек обязательно должен дойти пешком – это стыкуется с идеей пешеходного масштаба города [49, с. 22]. Второй важной составляющей «третьего места» является противодействие имущественной сегрегации. Скверы, кафе, торгово-развлекательные центры, спортивные комплексы становятся демпферами между кварталами элитной и социальной застройки. В таких местах коммуницируют горожане самых разных социальных слоев. Третьей задачей общественных пространств становится насыщенность – избыточность вариантов их использования для человеческого и социального развития. В специально создаваемых общественных помещениях группы горожан могут инициативно устраивать различные мероприятия, центры развития, игровые пространства и т.п. Такая избыточность возможностей расширяет горизонты сотворчества и мотивирует горожан вовлекаться в события, развивающие город [12].

Без подобных мест городская зона не может подпитывать те отношения и разнообразие человеческого общения, которые являются сущностью города. Лишенные этой среды жители остаются одинокими, каждый – в своей толпе незнакомцев, все сильнее стремящейся и жаждущей одиночества и изоляции.

Можно выделить новые черты общественных пространств: мобильность, «утрата места» как нивелирования функций, закрепленных за конкретными городскими локусами под влиянием информационных технологий, формирование псевдопубличных мест (торговых центров и сити-моллов). Все эти процессы приводят к возникновению пространств, которые могут быть определены, как «гетеротопия» [63]. Данный термин восходит к трудам М. Фуко, где он описывает специфические места, которые «разрывают» повседневность, организуя комбинированные типы локусов, сочетающих в себе признаки различных пространств [52, с. 194].

О.В. Попова пишет, что понятие «гетеротопия» все чаще используется исследователями-урбанистами для обозначения «полупубличного пространства», которое наделяется следующими чертами: обычное и одновременно необычное, приватное и одновременно публичное, пространственно определенное и одновременно неопределенное [46, с. 36].

По мнению А.Г. Квят, еще одним примером городских гетеротопий являются неофициальные публичные мероприятия – «городские пикники» [25]. В качестве гетеротопий городского пространства могут быть рассмотрены и «третьи места» – неформальные публичные локации, популярные в рамках одного района, где горожане чувствуют себя, как дома [63]. С одной стороны, такие места лишены классических принципов публичности, но с другой стороны, они наделены целым рядом признаков общественных пространств: свободный доступ, равенство участников, возможность множественных взаимодействий, в том числе с незнакомыми людьми.

Новые пространства можно определять и как «пространства тактик». М. де Серто называет такими местами практики, где обнаруживаются активные, творческие действия, которые выходят за рамки определенных

способов подчинения, предписываемых системами символического производства [50, с. 207].

Изменяются и традиционные культурные институты (библиотеки, музеи, выставочные залы). На базе подобных площадок происходят информационные трансформации, появляется свободный доступ к сети Интернет, Wi-fi, становится доступным организация каких-либо мероприятий на их базе.

Публичная жизнь не исчезла, скорее, следует говорить о ее «реконфигурации – при помощи новых возможностей, в том числе технологических. Пропадают знакомые нам из XIX и XX веков паттерны публичной жизни, но возникают другие, чья природа может быть несколько иной» [43]. В этой связи становятся актуальными «третьи места», предлагающие неформальный дискурс, свободный выбор фреймов, варьирующихся в рамках «приватное/публичное», а также способность быть мобильным – доступ к сети интернет из-за наличия Wi-fi.

2. ГОРОД КАК ОБЪЕКТ КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

2.1. Понятие городской культуры и городского пространства

Сложность изучения города, городской культуры и пространства заключается в размытом понимании самого города. Тем не менее, в любую эпоху город являлся символическим выражением доминирующей культуры, постулируемых идеалов и ценностей, зеркалом социально-политических ориентиров. Е.Н. Мастеница постулирует тезис о том, что город и культура неотделимы друг от друга и то, что «изучение города – путь постижения культуры» [35, с. 226]. Ярким примером может служить Москва XVI века: религиозно-политическая идея, транслируемая во множестве политических, религиозных и художественных трактатах – «Москва – третий Рим». Именно ее пытались пространственно зафиксировать в архитектурных формах на протяжении XIX и XX вв.

Городская культура исторически связывалась с понятием «цивилизации», иногда между ними ставили знак равенства [23, с. 24]. С точки зрения культурологии, город и цивилизация в переводе с латинского и английского выступают однокоренными словами («civis-civil-city-civilization»). По сути, город – это цивилизационная модель, вот почему его изучение может помочь в исследовании нашей цивилизации и всего культурного пространства нашей планеты [13, с. 12].

По мнению В.В. Вагина, российская наука достигла серьезных успехов в изучении города и городского пространства: сумела накопить значительный фактологический материал, выработать перспективные теоретико-методологические подходы. Однако преобладание географического, социально-экономического и историко-юридического подходов не позволило выделить культуру города в качестве самостоятельного объекта исследования. Более

того, сформировался «отраслевой» подход к изучению городской культуры, что вполне объяснимо недостаточной изученностью отдельных элементов городской инфраструктуры [10].

Изучение культуры города требует понимания ее целостности, то есть того, как она устроена, какие компоненты имеет, как они связаны друг другом и как функционируют. Без такого системного подхода описание сводится к простому суммированию разных ее проявлений в общетеоретическом масштабе.

По мнению А.И. Кравченко, синонимами для городской культуры выступают понятия «культура города», «индустриальная культура», «урбанизированная культура». Все эти термины могут трактоваться как культура крупных и средних несельскохозяйственных поселений, обычно крупных индустриальных и административных центров [27].

Общими чертами городской культуры, отличающими ее от сельской, выступают такие признаки, как высокая плотность застройки городской территории; наличие большого числа транспортных магистралей социокультурного (дворы, улицы, проспекты, площади, парки) и инженерного (шоссе и транспортные развязки, железнодорожные узлы и вокзалы, водопроводные и телекоммуникационные сети) назначения [24, с. 97].

Процесс формирования облика города развивается в двух плоскостях – пространстве и времени. Из этого следует, что город неотрывно связан с пространственной закрепленностью.

Е.Н. Мастеница определяет город как особую организацию пространства и как особый социум, объединяющий различные сообщества и субкультуры, это также центр административной, политической и экономической жизни [35, с. 223].

В подтверждение данного тезиса можно также привести рассуждения А.Э. Сайко о том, что одной из главных характеристик города на этапе его раннего формирования была пространственная. Автор пишет, что «с самого начала город – центр, затем еще больший центр, и еще больший, в

формирующихся и постепенно все усложняющихся урбанизированных структурах. Центр новых связей, в том числе ускользящих в их оценке и понимании самих современников, центр общения с главным общим (а не своим покровителем дома и рода) богом через храм города и в городе» [15, с. 58].

В городе формируется новый тип пространства, в свою очередь, предлагающий новые виды деятельности. Это связано со многими факторами: выходом за пределы привычных традиций общинного мира, развитием частной собственности, торговых отношений, светской культуры. В городе формируются силы, выходящие из-под контроля общины и отдельного человека, ранее составляющего целое с землей, местом. Эффект престижного потребления породили новые формы хозяйства, которые складывались, прежде всего, в городах как центрах ремесла и торговли, месте обитания богатых и знатных [23, с. 143].

В культурологических исследованиях пространство можно рассматривать с точки зрения различных подходов:

1) информационно-семиотический подход Ю.М. Лотмана, Б.А Успенского, в котором пространство понимается как знаково-символическая реальность, имеющая определенные границы и по-разному декодируемая;

2) аксиологический подход В.П. Большакова, с точки зрения которого пространство культуры рассматривается как мир ценностных смыслов, как форма человечности;

3) синтетический подход А.С. Кармина, который под культурным пространством понимает пространство, образованное множеством феноменов культуры, переплетающихся и взаимодействующих друг с другом [24, с. 130]. В пространстве культуры можно выделить три измерения: 1) знания, 2) ценности, 3) регулятивы, соответствующие трем взаимопересекающимся «координатным осям»: когнитивной, ценностной, регулятивной.

4) пространство как культурно-интегрирующее начало существования и развития народов и как ценность у С.Н. Иконниковой [22, с. 63];

5) географическое пространство как фактор бытия культуры у Д.Н.Замятина;

6) через введение понятий «культурный ландшафт» у В.А. Подороги. Исследователь уподобляет ландшафт тексту, и в составе литературных текстов вычленяет локусы смысла, смысловые поля, территории и их границы и взаимоотношение между ними;

7) пространство как ментальная, «психологическая карта» – С. Милграм (не только расспрашивал горожан о городском пространстве, но и предлагал изображать пространство, рисовать «карты») [34, с. 134].

Согласно концепции М.С. Кагана, представленной в фундаментальном исследовании «Град Петров в истории русской культуры», формирование городского пространства связано с взаимодействием четырех базовых факторов: исходный фактор – *географический*, природный, поскольку ландшафт и природные, климатические условия оказывают влияние и на практическую деятельность, и на духовное бытие горожан. Следующий фактор – *социальный* статус и характер основной деятельности горожан: различия в повседневной жизни и деятельности городов азиатских и европейских, столичных и провинциальных очевидны. Третий фактор, особенно важный в культуре города, – его *архитектурный* облик: «Одно упоминание имени Парижа или Лондона, Венеции или Рима, Афин или Стамбула, Киева ли Новгорода, вызывает в нашем воображении, прежде всего, представление о его пространственно-пластической структуре, архитектурном образе». И, наконец, особую роль в общей культурной атмосфере города играет его *художественная жизнь* – интенсивность и направленность творчества художественной интеллигенции. От широты влияния этого фактора зависит и характер эстетических потребностей горожан, и их нравственный облик, и критерии их повседневного поведения.

По мнению М.М. Бахтина, «в эстетический объект входят все ценности мира»: «Художественное задание устроит конкретный мир: пространственный с его ценностным центром – живым телом, временной с его центром – душой

и, наконец, смысловой – в их конкретном взаимопроникающем единстве» [4]. М.М. Бахтин говорит об особом пространственно-временном единстве – хронотопе, который соединяет «все пространственные и временные отношения» и «участно поступающее сознание» в единый центр – «архитектоническое целое». Исследователь также показывает, что «мое», «активное», «единственное» место в мире не является отвлеченно-геометрическим центром, а предстает как ответственное, эмоционально-волевое, конкретное – это «действительное единственное место и действительный неповторимый исторический день и час свершения», это «архитектоника ответственности».

Изучение городской культуры, проблемы существования человека в городе, взаимное влияние человека и городского пространства началось еще в Античности. Платон, Аристотель считали, что возможность благой жизни имеется только в полисе, прослеживали связь между реальным устройством полиса и его соответствием душе человека, разрабатывали проекты идеального полиса, в котором улучшение городского устройства влекло за собой совершенствование гражданских добродетелей горожан. Были и противники развития городской культуры (Антифонт, Гиппий, Теофраст, Диоген Синопский и др.), так как считали, что город препятствовал достижению личностной автаркии и эвдемонизма.

В эпоху Средневековья идеалы мирового и городского устройства воплощались в идеальном образе Града Небесного, Нового Иерусалима, а град земной рассматривался в противопоставлении.

Эпоха Возрождения ознаменовывается творческими поисками идеальных моделей городов, построенных на основе достижений техники и человеческого разума. В это время появляются утопические проекты Т. Кампанеллы, Т. Мора и Ф. Бэкона.

Урбанистические тенденции начинают концептуально оформляться в эпоху Нового времени в творчестве Ш. Монтескье, И.Г. Гердера. Ж.-Ж. Руссо в критике культуры и цивилизации развивает антиурбанистические тенденции.

Новый виток в изучении города и городской культуры выпадает на конец XIX – начало XX вв. М. Вебер и В. Зомбарт задаются вопросами изучения особенностей нового «капиталистического человека», существующего в индустриальном городе, буржуа, имеющего дух предпринимательства и придерживающегося эталонам протестантской этики.

Дальнейшее изучение города в контексте социокультурных теорий связано с трудами известных и влиятельных ученых О. Шпенглер и А. Тойнби. Последний связывал переход от культуры к цивилизации с урбанизацией, и представлял ее как процесс, при котором небольшие города подчиняют себе деревни, а затем мировые города подавляют все остальные города, превращая весь культурный ландшафт в провинцию. В свою очередь, О. Шпенглер, продолжая антиурбанистические тенденции, указывал на существование антиномических отношений между сельским и городским человеком.

Философия экзистенциализма продолжила критику влияния урбанизации, включая в характеристики города и его пространства ряд основных экзистенциалов: тревогу, повседневность, заточенность в ситуацию, неподлинное бытие, одиночество, смерть. Теоретики неомарксизма А. Лефевр, Д. Харви, а также И. Щеглов, Г.Э. Дебор выдвинули ряд теоретических положений, которые легли впоследствии в концепцию нового урбанизма, чьей основной идеей является борьба с человеческим отчуждением, преодолеть которое можно путем последовательного присвоения человеком пространства города [55, с. 86].

Символическое описание консьюмеристских практик и их влияние на горожанина и сам город, а также изучение процессов глобализации рассматриваются в постмодернистском дискурсе Ж. Бодрийяра, Ж. Деррида, З. Баумана.

Одним из современных подходов к изучению городской культуры и пространство является рассмотрение его через взаимодействие двух сфер – двух видов пространства – частного и публичного. Среди исследователей

можно выделить Ю. Хабермаса, Х. Арндт, Р. Сеннета, М. Бахтина, З. Баумана, Дж. Вайнтрауба, Ш. Зукин, Н.М. Гончаренко, О.В. Попову и др. Для этого подхода характерно описание города через наличие в нем произведений монументальной архитектуры и организованной общественной жизни. Иными словами, пишет Н.М. Гончаренко, город характеризуется наличием развитых публичных пространств, в которых осуществляется материальный и символический обмен [14, с. 15].

Городское пространство состоит из множества смысловых точек. Смыслы становятся точками жизненного пространства, а применительно к городу – точкой отсчета городского пространства, функцией которых является создание условий для реализации некоторых траекторий поведения и жизненного пути. В смысловых точках пространства, локализуемых на территориях, проходит духовная жизнь городских сообществ, здесь разворачиваются драмы, трагедии и комедии [45, с. 102].

Как мы видим, понимание города и городской культуры значительно видоизменялось на протяжении столетий. Трансформировалось и само понятие города: от небольших городов-полисов, идеалистических представлений о граде Небесном, к авторским проектам и моделям по изменению и совершенствованию пространственной и духовной среды города.

Развивались, как позитивно ориентированные урбанистические подходы, так и критически развиваемые антиурбанистические теории, видящие в городе и городской культуре препятствия для благоприятного развития человека и культурной среды.

Современное представление о городе опирается, в большей степени, на комплексный и междисциплинарный подходы. В данном исследовании мы будем апеллировать к рассмотрению городской культуры через взаимодействие частного и публичного.

2.2. Становление городского пространства в истории культуры

К первому публичному пространству, возникшему при первобытно-общинном строе, относят *костер*. Это было местом сбора племени, где впервые для совместных действий по реализации естественных потребностей территориально закрепились объединение людей.

Античная пространственная модель еще сохраняет следы сакрального опыта прошлого. Представление о внутреннем мире как о микрокосме, наследующем структуру макрокосма, повторяет идею изоморфности внешнего опыта внутреннему (духовному). В период Античности предпринимались попытки подчинить эти пространства математическому счислению, то есть в возникало стремление к абстрактной цифровой модели космоса, что становится прототипом геометрической пространственности Ренессанса [53, с. 427].

Поворотным моментом в развитии городов становится целенаправленная разработка концепция регулярного города по имени архитектора – «Гипподамов город». Суть проекта заключается в создании города по предварительному плану, основанному на принципах рационального благоустройства. Город разделялся на кварталы пересекающимися под прямым углом улицами, выделялся городской центр с общественными зданиями, предусматривались театр, стадион и гимназии, строились водопровод и канализация [11]. Эти принципы реализовывались, в основном, в новых городах. Шедеврами архитектуры этого периода являются Акрополь в Афинах, храмовый ансамбль в Дельфах [23, с. 164]. Мы видим, что в этот период пространство начинает осваиваться более рационально, целенаправленно, не спонтанно.

К пространствам коммуникаций граждан в полисе относились: «агора, или общественная площадь, святилища, театр, гимнасий» [28, с. 48]. Были в полисах и места политической коммуникации: собрания, советы, суды, органы, носящие иногда разные названия в зависимости от государства.

По факту агора возникла, как продолжение традиции греческих воинов периодически встречаться в кругу для обсуждения общих интересов. Круг стал местом для свободного волеизъявления (агора – гр. «собрание») [62].

Она же и была символом города – площадь, которая соединяла в себе религиозную, политическую и торговую функции. «Сначала агора была просто почти не застроенным общественным местом внутри города, вокруг святилища или на перекрестке важных путей сообщения» [28, с. 49].

Исследователь Древней Греции Коринна Куле отмечает, что агора, прежде чем стать рынком, являлась «истинным ядром общины». На территории агоры не возводились частные дома, пространство ограничивалось межевыми столбами и «полностью принадлежало обществу». Уникальность агоры заключалась в соединении практически всех видов общинной деятельности: площадь являлась местом сбора граждан, обмена информацией, центром политических споров, местом отдыха, «местом отправления культа, национальным музеем».

Но самое важное – это было единственное место в городе, где греческим рабам, женщинам и мужчинам разрешалось обращаться к свободным гражданам, и те обязаны были отвечать. В этом и заключается главный аспект публичного пространства – осознания себя частью сообщества отличающихся друг от друга людей, выход за привычные рамки круга родных и друзей в сферу социальных отношений. Сейчас термин «агора» стал применяться к любым многофункциональным пространствам как клише, хотя основная ценность агоры именно в ее демократической составляющей.

В Древней Греции оппозицией агоре (торгово-общественному центру) был центр духовно-сакральный (*Акрополь* в Афинах). Каждый из этих центров имел свое предназначение и выполнял только свойственные ему функции. Комплекс Акрополя до сих пор воспринимается как сакральное место и шедевр античного искусства. Его условно можно отнести к приватным пространствам, где за высокими стенами и без какой-либо огласки древний грек мог сохранить свой секрет и побыть в одиночестве.

Древнеримский *форум* разрушил античную традицию публичного центра. На раннем этапе своего формирования административный, храмовый и торговые центры являлись его нераздельными составными частями. Римская площадь соединила в себе сакральное и профанское.

В развитии средневековой культуры возникновение городов как центров ремесла и торговли означало новый этап. Предпосылками роста городов были интенсивное развитие товарного производства и денежного обращения на базе частной собственности. Возникла потребность в грамотных людях; производство породило интерес к опытному знанию и его накоплению; для горожан характерно активное восприятие жизни, трезвый расчет, деловитость, что способствовало выработке рационалистического типа мышления; росли умственные запросы и интересы и, соответственно, тяга к светскому образованию. Городское население, или «третье сословие», становилось духовным лидером и преимущественным носителем культуры [23, с. 176].

В Средние века европейские города представляли собой огороженное пространство вокруг *городской площади* с ратушей. Внутри этих городов с их узкими многолюдными улочками площадь была пространством усиления функций общественной жизни: сбор воды, сбор церковных налогов, продажа и покупка товаров, обмен информацией, развлечения. В одних случаях площади были рыночными и образовывались около ворот городских стен, в других они формировались напротив соборов или ратуш и использовались для празднований (турниры, процессии) или для гражданских нужд (юридические процедуры, казни). В общественной жизни превалировало чувство сообщества и коллективной судьбы [62].

Официальная средневековая христианская культура окончательно противопоставила пространства храма и рынка как два несовместимых культурных элемента. Остров Сите в Париже с великолепным готическим Собором Парижской Богоматери, комплексом церквей и исторических зданий и сегодня воспринимается как духовный центр католического мира. В сознании средневекового человека четко дифференцировались зоны духовной

(приватное) и светской (публичной) культуры. Все дороги вели к храму, в котором ничего низменного, житейского не могло и быть. Эта традиция сохранялась и в древнерусских городах.

С приходом Возрождения и потом Нового времени организация жизни и пространства городов была подчинена идеалам, заимствованным из практических подходов Античности [58, с. 43]. Отныне все городские пространства были функционально определены и территориально разграничены, публичные пространства городов должны были отвечать эстетическому чувству, а жизнь городов – эффективно регулироваться и контролироваться.

Эпоха Возрождения, особенно в Италии, сформировала эстетический идеал городской площади. Майкл Уебб предположил, что осознанный формальный дизайн этого периода обозначил начало градостроительства, выраженного через соединение архитектуры и власти. Площади превратились в экспонат королевской семьи, превосходство королевской власти было выражено через прекрасную монументальную архитектуру [Цит. по: 33].

Эти три принципа определили жизнь города на несколько столетий. Классическое смешанное городское публичное пространство исчезло; разные функции были разнесены по разным местам: для суда предназначалась одна площадь, для молитвы – другая, для рынка – третья. Появились и жестко соблюдались представления о подходящем и не подходящем конкретному месту, и деятельность, которая ему не соответствовала, должна была быть из него изгнана (так почти исчезла с «лица» городов уличная торговля, а рынки подверглись жесткому регулированию). Как пишет историк Ричард Деннис, городские управленцы эпохи модерна не делали различий между разнообразием и хаосом [59].

Постепенный закат городской общественной жизни можно разделить на две стадии. Первая – конец XVIII века – эгоцентричные публичные пространства использовались для прославления королей и царских семей или для предоставления частных площадей богатым. Общественная жизнь

переместилась во внутренний мир театров, кафе, магазинов или двинулась в изоляцию новых парков. Вторая стадия – XIX век – люди начали обращаться внутрь себя и стали заняты более собой и собственной жизнью, нежели общественной, которая стала гораздо пассивнее. Городские жители предпочли стать зрителями, например, сидя в кафе и глядя на город.

Следствием модернистского подхода к городскому планированию стало то, что Ричард Сеннет назвал доминированием «пассивного наблюдения» – в ущерб ценности и функции взаимодействия человека и города. В современных же городах интеракция, живая жизнь города «была принесена в жертву эстетике» [65].

Таким образом, переход от доиндустриальной к индустриальной эпохе породил кризис публичного пространства. В средневековых городах городское пространство было средством стимулирования человеческих контактов. Оно собирало незнакомцев вместе, где они идентифицировали друг друга, основываясь на визуальном выражении и восприятии (одежда, прическа). В индустриальном же городе территория стала обуславливаться социумом. Социальная принадлежность незнакомцев служила индикатором той зоны, где они могли находиться. Такой тип поведения сделал публичные пространства в наше время местами напряжения, где незнакомцам становится все более сложно взаимодействовать друг с другом.

На протяжении многих веков городская жизнь характеризовалась напряженной борьбой между частным и публичным – полем битвы было городское пространство, его улицы и площади, приватизированные горожанами и отбивавшиеся обратно другими группами горожан или представителями городской власти. Результат этой борьбы может оцениваться по-разному: некоторые исследователи говорят о «кризисе» или упадке публичных пространств, другие же позитивно оценивают изменения и отмечают появление симбиоза частно-публичных отношений – пространств-гибридов, «пространств-трансформеров», «третьих мест», мобильно реагирующих на изменяющиеся потребности современного общества.

3. АНАЛИЗ «ТРЕТЬИХ МЕСТ» ГОРОДА БЕЛГОРОДА

3.1. «Третьи места» как форма досуга белгородцев: общий обзор

В данном параграфе речь идет об участках города, предназначенных для беспрепятственного посещения публикой, к которым в первую очередь относятся парки, площади, пешеходные зоны. Обычно это работает так: формируется общественное пространство (площадь, сквер, прогулочная зона). Вокруг него образуют так называемое «третье место», описанное в предыдущем параграфе. «Третье место» является одновременно и территорией общения, и зоной отдыха, и местом работы для людей творческих профессий.

Первоначально целесообразно рассмотреть город Белгород в рамках типологии городов, чтобы выявить характерные черты и ориентированность:

1. По формационному основанию: античный, сословный, плебейский, буржуазный (М. Вебер) – Белгород формировался служивыми людьми, до XX века, как и во многих городах Российской империи, существовало сословное разделение.

2. По функциональному основанию: производящий, потребляющий, административно-управленческий, город-коммуникатор и др. (В. Зомбарт, М. Вебер) – больше подходят характеристики «производящий» (многочисленные заводы, фабрики, предприятия), «город-коммуникатор» (давно и плодотворно взаимодействует с городами ЦФО, городами-побратимами, развивает внешнеэкономические связи, презентует свой образ для туристов извне).

3. По этнокультурному основанию: европейский, азиатский, американский и т.п. – Белгород – форпост между Россией и Украиной, переплетение традиций этих двух стран сформировало неповторимую специфику города [45, с. 7].

Развитые публичные пространства создают высокое качество жизни в городе. Известно противопоставление традиционных (библиотеки, музеи, дома культуры и творчества) и современных культурных институтов (лофты, коворкинги, креативные пространства и пр.). В данном исследовании это противопоставление не является актуальным. В связи с трансформацией восприятия пространства горожанами, появлением феноменов «гибридности» и «мобильности», мы будем описывать полную социокультурную ситуацию г. Белгорода с точки зрения взаимодействия сфер частного и публичного.

Публичные пространства Белгорода можно разделить на два больших вида – это открытые пространства и круглогодичные (закрытые) пространства.

Открытые публичные пространства города Белгорода представлены следующими видами: городские площади; набережные; улицы; городские парки и скверы; дворы и детские площадки.

Примером является главная площадь города – Соборная. Специально оборудованных набережных в городе нет, но есть официальный план строительства городской набережной возле р.Везелка.

Центральные улицы – самые оживленные: проспект Богдана Хмельницкого, Народный бульвар, проспект Славы, улицы Сумская и Щорса. К публичным пространствам можно отнести три парка и три сквера, пешеходную зону «Белгородский Арбат», деятельность некоммерческих общественных организаций и других общественных пространств – бизнес-пространство «Контакт», лофт-проект «Family tree»², студия «К34». Иногда Пушкинскую библиотеку-музей причисляют к «третьим местам», из-за проведенного ребрендинга и перепланировки [8, с. 44].

Закрытые публичные пространства города Белгорода представлены следующими видами: торговые центры; культурно-досуговые центры; пространства потребления; общественный транспорт.

² В настоящий момент закрыт, но имел важное значение для развития городской культуры, имеется даже исследование, результаты которого представлены в сборнике конференции ВЗ «Родина» «Интеграция как базовый фактор создания и развития социокультурного пространства города» за 2014 год.

Среди крупных торговых центров можно выделить: ТЦ «Рио», ТЦ «Мега Гринн», ТЦ «Сити молл Белгородский», торгово-развлекательный комплекс «Модный Бульвар». К пространствам потребления относятся универмаги «Маяк» и «Белгород».

Среди публичных пространств немаловажную роль играют учреждения образования и культуры. Сеть учреждений культуры города Белгорода представлена разнообразием форм и специфики их деятельности. Сеть муниципальных учреждений культуры и образования в сфере культуры и искусства представлена следующими учреждениями: 11 музеев, более 10 театров и театральных студий (некоторые из них любительские и независимые), Белгородская государственная филармония, Выставочный зал «Родина», более 8 библиотек, 1 библиотека-музей, более 15 филиалов библиотек.

Многие мероприятия социокультурной направленности проводятся при поддержке ЦМИ, Выставочного зала «Родина» [40], на базе которого функционируют Школа искусств «О2» и Молодежная лаборатория урбанистики, Белгородского городского союза студентов (БГСС), Белгородской государственной научной библиотеки (БГУНБ) и др. Социокультурная деятельность библиотек и музеев также направлены на привлечение молодежи. Позитивной практикой стало проведение «Ночи музеев», «Ночи библиотек», «Ночи искусств» и всевозможных открытых фестивалей, одной из главных целей которых является (кроме просветительской и популяризаторской функций), публичная презентация результатов деятельности того или иного учреждения. Например, БГУНБ в рамках «Библионочи 2016» предоставляла открытый доступ в книгохранилища – «святая святых» любой библиотеки.

Современный Белгород активно развивается, занимая свою нишу в культурно-историческом, экономическом, духовном плане. Важно отметить и другие специфические черты города – благоустройство, высокий уровень работы жилищно-коммунального и строительного секторов. В городе работает 1 из 29 национально-исследовательских университетов в России. Всего в

Белгороде на 2016 год ведут учебную деятельность 8 высших учебных заведений.

Согласно результатам дискуссий в фокус-группах, «основными центральными местами» Белгорода и его окрестностей для горожан являются: музей-диорама «Курская битва» (44%), Прохоровское поле (35,6%), памятник князю Владимиру и смотровая площадка возле него (31%), Соборная площадь (24%), городские парки (23,4%). Студенты отдали предпочтение площади напротив новой площадки НИУ «БелГУ» (39,2%) [30, с. 15-16]. Упоминались и многочисленные торговые центры, набирающие популярность в городе. Для исследования приняты во внимание результаты исследования локальных городских идентичностей, проводимого лабораторией социологии религии и культуры Центра социологических исследований НИУ «БелГУ» в 2015-2016 году [30].

Таким образом, согласно результатам исследований, многие респонденты предпочитают проводить свой досуг в общественных пространствах – в парках, на площадях, смотровых площадках.

3.2. Роль кофейен как «третьих мест» в культурном пространстве г. Белгорода

Согласно статистике, в настоящее время больше половины населения крупных городов России посещает кофейни не реже одного раза в неделю [1, с. 287]. Обычно это работает так: вокруг общественного пространства (площадь, сквер, прогулочная зона) образуют так называемое «третье место». «Третье место» является одновременно и территорией общения, и зоной отдыха, и местом работы для людей творческих профессий.

В Белгороде наблюдается рост популярности так называемых «третьих мест» – лофтов, кофейен, некафе, антикафе, тайм-кафе, тайм-кофейен. В наши дни

кофейня служит неперенным атрибутом современного города. Здесь мы назначаем встречи с коллегами и друзьями, именно сюда забегаем выпить чашку кофе и перекусить на скорую руку или, прихватив ноутбук, занимаем удобную позицию за столиком у окна и устраиваемся на часок-другой поработать, сбежав от домашних забот и суеты.

Кофейня в своём роде уникальное заведение. Сравнивая современные кофейни, основанные на лучших традициях и первые кофейни 1600-х годов, можно провести много параллелей. Первые кофейни являлись информационными центрами, где всегда можно было узнать последние новости и ознакомиться со свежей прессой. Там зарождались клубы и политические партии, демонстрировались первые фильмы, ставились любительские постановки, исполнялись оперные арии, разворачивались жаркие дискуссии и дебаты.

Кофейни универсальны. В отличие от музеев, библиотек, галерей, кофейни предлагают неофициальный дискурс и стиль, что способствует привлечению большого количества публики. Не случайно большинство лондонских кофеен избрали своим лозунгом фразу «Здесь можно увидеть всех людей», пишет Л.А. Алябьева [1, с. 287]. За чашкой кофе все равны, независимо от происхождения и уровня годового дохода.

Кофейня – узкоспециализированное предприятие общественного питания, ориентирующееся на широкий ассортимент кофейной и чайной продукции, кондитерских изделий, десертов (мороженое, сорбет), свежавыжатых соков, домашних лимонадов, иных напитков (какао, горячий шоколад, смузи и пр.), алкогольных и безалкогольных коктейлей, легких закусок, сэндвичей, салатов. Средний чек в предприятиях такого типа составляет около 300-500 рублей с учётом напитков. Интерьерным решением может быть любая тематика, так как определённого стандарта дизайна не существует. Кофейни могут иметь как восточный стиль (актуален для кофейни с наличием кальяна), «hi-tech», набирающий популярность «Прованс» и так называемый «Лофт» [Цит. по: 7], хотя, следует отметить, что последнего стиля

в дизайне интерьеров нет, собирательным понятием «лофт» называют составные элементы появившихся в 2000-е годы одноименных пространств.

Впервые кофейни появились в императорской России и просуществовали вплоть до становления Советского Союза. При советской власти кофейни были закрыты и вернулись в Россию только в начале 90-х годов. На сегодняшний день кофейни считаются одним из самых распространённых типов предприятий питания, основным контингентом которых является молодёжь, студенты, проводящие досуг, встречи, перекусы, переговоры, а зачастую кофейни являются рабочим местом «фрилансеров», удаленно ведущих свой бизнес.

Нами была предпринята попытка определения роли «третьих мест» в современном публичном пространстве Белгорода, исследования их влияния на социальную организацию городского пространства.

При анализе городского кофейного пространства важно учитывать пространственную составляющую города. Всё большей популярностью среди горожан в последнее время пользуются большие торговые центры. Вместе с тем появление кофеен в торговых центрах свидетельствует о спаде «классических» публичных пространств и появлению разнообразных новых мест – «не-мест», «третьих мест», псевдопубличных пространств, полупубличных пространств, мест-трансформеров, мест-гибридов [7, с. 128].

На территории Белгорода насчитывается более 20 кофеен, включая сетевые учреждения типа «Шоколадницы», «Калипсо», «Комода» и пр. Многие из них принимают активное участие в социокультурной жизни города: участвуют в фестивалях, вечерах искусств, концертах и тематических вечерах (поэтических, литературных, игровых и др.). В последнее время кофейни становятся местами проведения интеллектуальных игр – турниры «Мафии», игры «Кастрюля», «Что? Где? Когда?». «Имаджинариум». На их базе функционируют языковые и поэтические клубы («Комод», «New York», «Пастила»). Важно отметить, что в белгородском городском пространстве большинство популярных кофеен («Калипсо», «Coffee bean», «Комод») расположено в центральной части города. Это во многом обусловлено высоким

имиджем данного пространства города, в котором сосредоточено наибольшее количество исторических памятников культуры. Именно в этих районах перед горожанином предстаёт наибольшее (по сравнению с другими районами города) количество сценариев для своего времяпрепровождения.

Кофейня «Пастила» открылась не так давно и функционирует чуть более года. Стилистика интерьера выдержана в духе «Красной комнаты» из сериала «Твин Пикс» Д. Линча. Присутствует кофейная атрибутика и стилистика во внутреннем интерьере.

На информационном портале «2do2go» г. Белгорода можно найти следующее описание: «Маленькая уютная кофейня находится в самом центре города. Это отличное место для романтических и семейных встреч, где можно выпить чашечку любимого капучино и угоститься лакомствами и десертами на любой вкус. Здесь всегда доброй улыбкой поднимут вам настроение» [36].

На основе анализа группы в социальных сетях, были выявлены следующие направления деятельности кофейни:

1) Участие в городских мероприятиях: Благотворительный фестиваль «Живи!» (май 2017); совместный проект Белгородской филармонии и Ботанического сада НИУ «БелГУ» «НеслуЧАЙные встречи» (июнь-август 2017); Второй городской чемпионат по каптестингу в рамках III Международного фестиваля «БелМелФест» 2017; в рамках «Ночи музеев» Выставочного зала «Родина» (Май 2017) и вообще сотрудничество с выставочным залом; совместные проекты со студенческими объединениями города (финал конкурса «Мистер и Мисс ИИТиЕН», проведение дебатов студенческого совета БУКЭП 2017); фотокросс «Победный май».

2) Реализация авторских проектов: празднование дня рождения кофейни (1 год); проведение встреч и игр клуба «Триада» в стиле интеллектуального детектива «Мафия»; цикл концертов групп джаз дуо «FREEDOM» и «Duet Quintet»; проведение тематического вечера «Шерлоковечер» в стилистике современного британского сериала «Шерлок»; проведение концерта группы «ЛихоЛесье» [38].

Сеть кофеен «Комод» получила следующее описание на информационном портале «2do2go» г. Белгорода: «В отличие от многих «Комод» имеет собственную летнюю площадку, дизайнерский интерьер и рациональное разграничение на рабочую и зоны отдыха, каждая из которых выполнена в индивидуальном стиле. Гармоничная обстановка дарит ощущение домашнего уюта и располагает к общению. Ещё в кофейне можно поиграть в настольные игры и кикер, ознакомиться с бизнес-библиотекой. Кроме отличнейшего кофе, ароматного чая, разнообразных коктейлей и соков (более 30 видов напитков) в «Комоде» вам предложат изысканные десерты и вкусные сэндвичи [36].

Из-за смены PR-менеджера и арт-директора кофейня «Комод» на полгода буквально «выпала» из социокультурной жизни города. На основе анализа группы во Вконтакте не было найдено ни одного уникального авторского проекта на базе кофейни, кроме участия во Втором городском чемпионате по каптестингу в рамках III Международного фестиваля «БелМелФест», 2017 и открытия городского кафе «Орион» франшизы «Комода» в новом здании Белгородского государственного народного музея.

Тем не менее, если брать немного больший временной этап, то до декабря 2016 года было проведено множество музыкальных, поэтических вечеров, авторских уникальных проектов: Veganday, художественная выставка Н. Перышко, StandUp в «Комоде», Разговоры в «Комоде» и пр.

Городское кафе презентует себя, как «музейно–гастрономическую революцию или отличный музей, к которому прилагается крутое кафе. Городское кафе «ОРИОН» – концептуальное пространство, расположенное в стенах уникального архитектурного памятника 19 века. Уютное кафе с разнообразной едой, комфортной атмосферой и качественным сервисом в стенах музея» [40].

Любопытно, что в кафе, открывшемся всего в конце марта, уже активно проводятся мероприятия литературного и интеллектуально-развлекательного характера: лекция-дискуссия о Сэлинджере; детские мастер-классы по

литературному мастерству; игра в «Соображарий»; игра-викторина «Сказки» [40].

На информационном портале «2do2go» г. Белгорода дается следующее описание кофейни «Калипсо»: «Уютный интерьер двух небольших залов, оригинальное меню, представленное в виде деревянной доски прямо за барной стойкой, книжные полки, а также разнообразные декоративные элементы в стиле handmade создают в кофейне «Калипсо» простую и стильную атмосферу. Она прекрасно дополняется впечатлением от мастерски приготовленного кофе, который, кстати, обжаривается здесь же, и домашним меню: свежая выпечка, сэндвичи, молочные коктейли. «Калипсо» началось с экспресс-прилавка, а продолжилось уютной кофейней» [36]. В официальной группе кофейни во Вконтакте встречаем дерзкое самописание в разделе «Немного о нас»: «Первые обжарщики кофе в Белгороде, давшие толчок развитию кофеен в городе; Ставшие культовыми концептуальные кофейни с правильным кофе; Как нас называют в СМИ – пионеры третьей кофейной волны» [37].

Создатель и идейный вдохновитель «Калипсо» Никита Редкокашин стал приглашенным спикером в городском форуме «Люби, что делаешь», презентуемый, как «вдохновляющий Форум про искренний сервис. Только не в формате обычных выступлений спикеров. Это Форум историй. Именно через личные истории вы сможете прочувствовать клиентоориентированность изнутри, и этот опыт даст вам гораздо больше, чем книги и тренинги».

«Калипсо» считается одной из самых первых и лучших кофеен города. Кофейня уже заработала себе, выражаясь в терминах молодежи, «хипстерскую» репутацию: там собираются именно те, кто хочет продемонстрировать свою «статусность» и принадлежность к интеллектуальной и культурной элите города.

Степень урбанизации различных районов Белгорода неодинакова. Неслучайно предприниматели стремятся открывать новые кофейни именно в центре города, где они пользуются большой популярностью. Вместе с тем проявляется тенденция к открытию заведений подобного типа в других частях

города. Образование кофеен в различных частях городского пространства устраняет проблему так называемых «негативных участков» городских улиц. Стоит отметить особую роль витрин, внешнего вида кофеен, которые приглашают человека посетить это заведение. Огромные витрины с находящимися вблизи столиками позволяют посетителю не чувствовать границ, а ощущать кофейню, как продолжение города. Многие посетители сознательно занимают столики именно вблизи витрин, чтобы наблюдать в кофейне за продолжением городской жизни. В таком состоянии посетитель ощущает себя частью городской среды. В Белгороде наличие больших витрин особенно характерно для кофейни «Комод», находящейся на Театральной площади.

Во многом наличие витрин огромного размера характерно для кофеен, расположенных на центральных улицах города, что во многом обусловлено стремлением создать пространство публичности. Однако наличие витрин характерно не для всех кофеен города, что обусловлено архитектурными особенностями центральных улиц, где с новой застройкой сочетаются здания «старого» Белгорода. Возможной причиной визуальной закрытости многих кофеен можно назвать и менталитет белгородцев, которым традиционно приписывают некоторую замкнутость и неразговорчивость. Это и требует создания пространств большей «приватности». Анализ пространств внутри белгородских кофеен позволил нам утверждать, что данный тип заведений является во многом комфортной площадкой именно для «человека смотрящего».

Важное место в кофейной культуре Белгорода имеет фланерство, когда поход в кофейню является демонстрацией городского типа поведения. Одной из важных причин, оказывающих влияние на трансформацию социальной жизни городов, является возрастающая мобильность и «злоупотребление публичностью». Данные процессы имеют серьёзные последствия для понимания и функционирования именно кофеен как публичных пространств.

В рамках данного исследования использование пространства осмысляется через фрейм-анализ Эрвинга Гоффмана. Результаты предварительного этапа исследования показали, что в кофейнях допускаются различия в понимании «что это за место» (а фрейм, как известно, это «перспектива ситуации, создающая её формальное определение») [60, с. 10], поэтому допустимо предположить, что социальная реальность в кофейне может быть представлена как матрица фреймов (условно определённых как «Дом», «В гостях», «Кафе», «Офис»), которые различаются по степени «приватности». Структура фрейма устойчива, в отличие от «ситуации», поэтому в ситуации «пребывания в кофейне» предложенные фреймы «переключаются» (keyings) и/или «закрепляются» (anchoring) внутри пространства. Более того, различные фреймы взаимодействуют друг с другом, побуждая людей в конечном счёте «перейфреймировать» реальность. Это может приводить к ситуациям, когда в едином пространстве сосуществуют малосовместимые фреймы (например, «в гостях» и «в офисе»), и, теоретически, возможен конфликт фреймов. Но этого, как правило, не происходит, поскольку посетители регулируют степень «приватного» и «публичного» и, тем самым, конструируют или, наоборот, разрушают дополнительные барьеры, направленные на поддержку порядка взаимодействия.

3.3. Выставочный зал «Родина» и его роль в формировании творческого потенциала города

Выставочный зал «Родина» является ярким примером креативного пространства, площадки открытых возможностей и экспериментов. Основная задача выставочного зала – пропаганда творчества профессиональных белгородских художников, удовлетворение эстетических потребностей населения города и области. Оптимальная планировка помещений позволяет

экспонировать сразу несколько различных выставок. Проводятся экскурсии, встречи с художниками, мастер классы, «вечера искусств», арт-фестивали. Кроме выставочной и просветительской деятельности, в рамках арт-пространства организовано два направления: проект «Школа искусств «О2» и «Молодежная лаборатория урбанистики», ориентированные, по большей части на молодежную среду.

Здесь горожанам предлагаются новые формы досуга и активности – к примеру, одноименный арт-квест с открытыми моделями поведения на основе книги «Вавилонская башня», прошедший в декабре 2016 года; Открытый городской арт-фестиваль, целями которого были и являются предоставление возможности всем гостям праздника познакомиться с творческими людьми и коллективами родного города; предоставление площадки начинающим и молодым художникам, а также именитым, узнаваемым белгородским представителям художественной элиты; получение возможности для знакомств, открытого диалога и приятного времяпровождения [20, с. 209]. Показательно, что в 2015 году Арт-фестиваль собрал уже более 70 заявок от участников (вдвое больше, чем в 2014 году, когда фестиваль только начинал активно продвигаться).

Разговор о выставочном зале как об арт-пространстве очень актуален, в первую очередь, потому что посетители и организации обращаются с просьбами сделать «Родину» местом встреч и творческого общения. Данная просьба реализуется открытой возможностью практически любого белгородца и гостя города организовать на базе Выставочного зала «Родина» личную или чью-либо презентацию книги, поэтического сборника, концерта, бенефиса, выставку графики, живописи, фотографий, скульптур малой формы, предметов ДПИ.

В выставочном зале проводятся открытые встречи по поводу бренда города, всевозможные воркшопы и мозговые штурмы.

Так, к примеру, на базе «Выставочного зала «Родина» уже больше года функционирует Школа искусств «О2». А. Зарубина – создатель проекта – так

комментирует причину ее возникновения: «Наряду с проектами, которые уже реализуются в городе (в том числе при участии выставочного зала «Родина», давно назрела необходимость создания социального проекта с экспериментальным подходом к обучению в сфере визуальных искусств и дизайна. Такой площадкой и стала организованная на базе Выставочного зала «Родина» Школа искусств «Кислород». Одной из главных целей нашего проекта было оживление культурной жизни города, расширение границ обучающей системы малых городов в области визуальных искусств и дизайна, привлечение внимания и творческих сил к другим проектам Выставочного зала «Родина» [21, с. 135].

Проект существует с 3 апреля 2016 года. Первый выпуск школы состоялся по направлениям «Арт-кураторство» и «Графический дизайн», затем факультет «После лета» для старших школьников. В проекте участвуют 23 преподавателя из 6 городов, обучаются около 50 учащихся. Интересный факт в том, что многие неформальные встречи слушателей курса с куратором проходили в кофейне «Traveler`s Coffee».

В настоящее время совместно с выставочным залом реализуются мастер-классы по «fashion иллюстрации» Арт-студии «Белый квадрат»; мастер-классы под общим названием «Раскрываем секреты в букетной Secret Garden»; цикл лекций «Говорим об искусстве по-английски!», проводимые научным сотрудником Выставочного зала «Родина», ассистентом кафедры иностранных языков НИУ «БелГУ» Ильей Даниленко вместе с Рэйчел Уилсон, юристом, блогером, участником программы обмена международного фонда Фулбрайт(Тусон, США).

3.4. Библиотека-музей им. Н.Н. Стрхова – приватное или публичное?

Претерпевают изменения и традиционные институты культуры. Так, библиотека-музей им. Н.Н. Стрхова (НИУ «БелГУ») стала беспрецедентным проектом в создании и осмыслении «пространства постмодерна», соединяя сферы приватного и публичного по принципу коллажа.

Обновленная и прошедшая ребрендинг библиотека-музей выполняет сегодня довольно большой ряд функций. Выступает, как

- 1) Диссертационный совет университета НИУ «БелГУ».
- 2) Храм-часовня во имя святой преподобномученицы Евгении Римской, где проходят молебны и службы.
- 3) Библиотека с небольшим книжным фондом, наличием современных компьютером с доступом в сеть Интернет.
- 4) Мемориальный музей им. Н.Н. Стрхова.

Информация о библиотеке-музее подробно представлена на официальном сайте социально-теологического факультета им. митрополита Московского и Коломенского Макария (Булгакова) в разделе «Ресурсы» → Библиотека-музей им. Н.Н. Стрхова [41]. На базе библиотеки-музея осуществляется ряд совместных проектов: реконструкция полной библиотечной коллекции Н.Н. Стрхова, ведутся подготовительные работы по изданию первого собрания сочинений мыслителя; разрабатываются интерактивные формы музейной репрезентации наследия Н.Н. Стрхова и его ближайших собеседников – Л.Н. Толстого, Ф.М. Достоевского, А.А. Фета, В.В. Розанова и др.

Библиотека-музей является центром подготовки и проведения международных научных конференций – периодических «Стрховских чтений», симпозиумов, круглых столов и иных мероприятий в области философских наук, теории и истории культуры, теологии, социологии

культуры. С 2012 года на базе библиотеки-музея работает литературно-философский клуб «По средам у Страхова».

В связи с 120-летием со дня смерти Н.Н. Страхова, 130-летием со дня открытия храма св. прмц. Евгении и 140-летием НИУ «БелГУ» в 2016 году ведется общая реконструкция историко-культурного пространства социально-теологического факультета, в том числе, и библиотеки-музея Н.Н. Страхова с попыткой реконструкции фрагмента его последней квартиры.

На базе этой многофункциональной площадке работает литературно-философский клуб НИУ «БелГУ», представляющий открытое для диалога и обсуждения пространство.

В библиотеке-музее проводятся многочисленные мероприятия социально-теологического факультета им. митрополита Московского и Коломенского Макария (Булгакова):

1) Встреча с начальником управления по связям с общественностью и СМИ НИУ «БелГУ» Вероникой Смирновой; встреча с ректором НИУ «БелГУ» Олегом Полухиным в рамках очередного заседания Клуба молодых политологов НИУ «БелГУ», где были рассмотрены тренды развития масс-медиа и задачи политического консалтинга в современном информационном пространстве.

2) Заседания литературно-философского клуба НИУ «БелГУ» – «Н.Н. Страхов и Ф.М. Достоевский: петербургские истории» (к 195-летию со дня рождения Ф.М. Достоевского); вечер, посвящённый памяти А.С. Пушкина; конкурс «Венок Пушкину».

3) Книжная выставка «Н.Н. Страхов в диалогах с писателями. «Н. Страхов и Л. Толстой», организованная совместно с Белгородским государственным литературным музеем.

Судя по объему финансирования проекта, можно утверждать, что библиотека-музей – одно из наиважнейших мест, сохраняющих и формирующих историческое, духовное и интеллектуальное наследие г. Белгорода. Именно так, думается, создатели проекта видят и пространство

современной культуры в целом: это пространство-коллаж, симулирующее фрагменты принципиально разных культурных миров, пространство, в котором «нарезаны» «кадры» сурдореальности, воссоздающие фантомный – немой – мир, который не может заговорить из-за жуткой какофонии.

На основе проведенного анализа деятельности кофеен «Пастила», «Калипсо», «Комод», Выставочного зала «Родина» и библиотеки-музея им. Н.Н. Страхова можно сделать вывод, что эти пространства являются яркими примерами «пространств-трансформеров», «третьих мест», «гибридов», предлагающих разнообразные виды деятельности в рамках приватно-публичных отношений. Их все можно охарактеризовать как открытые для диалога площадки, реализующие разнообразные по тематике и направленности проекты.

3.5. Студенчество как движущий фактор развития культурного пространства города. Идея культурно-просветительского проекта «Белгород в лицах»

С нашей точки зрения, социокультурную ситуацию города Белгорода можно охарактеризовать как формирование интеллектуальной и творческой среды посредством *реализации проектов студенческого самоуправления* ведущих вузов области – НИУ «БелГУ», БГТУ, БГИИК, БУПК, деятельности городского и областного управления, Центра молодежных инициатив и функционирующих на его базе организаций (АСО Белгородской области, Белгородская региональная общественная организация волонтеров «ВМЕСТЕ» и др.);

Студенческое самоуправление в вузах города (НИУ «БелГУ», БГТУ, БГИИК, БУПК) активно и плодотворно развивается, проводя в год более 1000 мероприятий. С нарастающими темпами внеучебная деятельность охватывает

все стороны жизни студента и разнообразие его интересов. При вузах функционируют клубы, общества по интересам, лаборатории, студии и другие объединения, проводятся встречи с экспертами и мастер-классы. Работают тренажерные залы и бассейны.

Формы организации студенчества как культууроформирующей силы также можно разделить на публичные и приватные. Студенческие советы и всевозможные организации можно рассматриваться как особые «приватные» места для «своих». Несмотря на то, что членом студенческого объединения может любой студент ВУЗа, неизбежно формируются компании по интересам, иногда даже с жесткой закрытостью и конфронтацией. Это ярко прослеживается при распределении вознаграждений, поездок на конкурсы/экскурсии и всевозможных бонусов.

При этом все отчеты о деятельности имеют публичный характер и представляются широкой общественности в социальных сетях, сайтах факультета/института и университета, а также на отчетах малых и больших Ученых Советов. Так возникает дихотомия приватно-публичных отношений в сфере студенчества, а именно студенческих объединений.

В Белгороде, несмотря на разнообразие культурных мероприятий, все еще существует их недостаточная востребованность. Подобный результат можно объяснить строгими нормами поведения в учреждениях культуры. Можно отметить, что не хватает мероприятий без жесткого регламентированного дресс-кода и поведенческих рамок, в которых можно почувствовать себя комфортно, а еще сложнее пытаться создавать что-то новое и реализовывать свой потенциал.

Нами была предпринята попытка объединить работу всех этих площадок, консолидировать силы и предложить совместный проект.

В своем проекте мы предлагаем через уютную и психологически комфортную среду кофеен *популяризировать историко-культурное наследие г. Белгорода* – деятельность знаменитых белгородцев – художников, писателей, поэтов, ученых, музыкантов, общественных деятелей. Найдется место каждому

белгородцу и гостю города – каждый сможет оставить свой след в истории и культуре Белгорода.

Название проекта «Белгород в лицах».

Цель социокультурного проекта: популяризация культурного наследия Белгорода. *Задачи социокультурного проекта:* создание позитивного имиджа кофеен; развитие созидательного творческого начала; расширение досуговой деятельности молодежи; создание постоянных клубов по интересам.

Срок реализации социокультурного проекта – 1 год.

Целевая аудитория проекта – молодежь (возраст от 12 до 35 лет).

Продукт проекта: популяризация культурного наследия Белгорода.

Методы и используемые материалы: арт-раскраска «Я люблю Белгород», картины художников, поэтические чтения и перфомансы, исторические чтения, музыкальные вечера учеников музыкальных школ и студентов БГИИК, международные вечера «Белгород глазами иностранцев», постоянно обновляемая фотосушка с видами Белгорода.

Мероприятия социокультурного проекта: форма проведения – тематические вечера. Тематический вечер представляет собой массовое мероприятие, посвящённое той или иной теме, которое строится по определённой программе в рамках одного вечера. Это коллективное действие людей, способствующее удовлетворению и развитию потребности личности в социальном общении, в информации об окружающей действительности, в овладении способами социальной деятельности и разностороннем участии в ней, в социальном признании, в творчестве.

Тематический вечер – вид театрализованного представления (зрелища), отличающийся общественной значимостью затрагиваемых тем, органическим слиянием художественно-образного с документальным материалом и их драматургической разработкой.

Каждый вечер посвящен отдельному знаменитому земляку или сфере жизнедеятельности (спорт, наука, литература и др.). Итоговый вечер – в день кофе – 24 августа.

Разработка мероприятий с описанием представлена в Приложении 1.

Для обнаружения и анализа рисков проекта проведен SWOT-анализ, данные которого представлены в Приложении 2.

Результаты социокультурного проекта: развитие «третьих мест», создание позитивного имиджа кофеен; развитие созидательного творческого начала молодежи; расширение досуговой деятельности; создание постоянных клубов по интересам.

Реализуя данный проект, мы решаем проблемы незнания и нежелания узнать о историко-культурном наследии Белгорода. Использование необычного формата по популяризации деятельности выдающихся персоналий Белгорода сможет позволить пересмотреть стереотип о кофейнях города (то, что в них собираются лишь «избранные») и создать их положительный образ.

Регулярные тематические вечера смогут помочь представителям молодежной среды найти единомышленников и расширить список своих контактов, создать клубы по интересам, стать более информированными о проведении городских мероприятий. Выбранный формат позволит привлечь людей, далеких от посещения институтов культуры и каких-либо культурных мероприятий, что в дальнейшем сможет позволить более плотно включить их в социокультурную среду города.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В отечественной гуманитарной науке проблема городского пространства, которая во многом продиктована изменением качества городской среды российских городов, оказалась как никогда актуальна. Город стал не только крупным поселением, но и постепенно сформировал свой образ жизни, быт, уклад и субкультуру. Современный город насыщен различными пространствами, дающими человеку всевозможные вариации своего поведения.

Однако нет и не может быть единой городской культуры. Уникальность и неповторимость городов порождают калейдоскоп и причудливые конфигурации форм городской жизни. Для жителей среднего города социокультурная идентичность позволяет преодолеть отчуждение человека от глобального экономического и политического пространства. Благодаря регионально-культурной идентификации, средний город становится соразмерным человеку, обретает осмысленность и воспринимается как потенциально неопасный. Момент восстановления суверенитета человека, его идентичности в пространстве культурных смыслов является важнейшим в понимании регионализации как развивающейся и перспективной государственной культурной политики.

Социокультурное пространство города должна быть настроено на людей с разными уровнями дохода, каждый может и должен найти в нем свое, не вступая в конфликт с другими. Когда это условие выполняется, в городе начинает вызревать культура, что дает городу шанс относиться к прошлому и настоящему, включая свое собственное, как к предмету деятельности, а не просто как к омертвелой ценности, которой положено поклоняться. Город как утверждение принципа многообразия жизнедеятельности действительно может и должен стать «увеличительной линзой» социокультурных инноваций.

Город, городская культура и городские пространства на протяжении веков претерпевают существенные изменения. Нарастающая урбанизация

совместно с технологическими изменениями формируют новые, до сих пор неизвестные, пространства. Их осмысление все еще происходит, особенно в городах небольших, отличных от столичных мегаполисов.

В первой главе подробно рассматриваются понятия «приватное» и «публичное», выясняются вопросы их взаимодействия и пересечения. Делается вывод о возможности их пересечения и сосуществования друг с другом при сохранении собственных характерных черты. В результате такого симбиоза появляются «гетеротопии», обозначающие «полупубличные пространства», которое наделяется одновременно сочетанием, казалось бы, несочетаемого.

В качестве гетеротопий городского пространства могут быть рассмотрены и «третьи места» – неформальные публичные локации, популярные в рамках одного района, где горожане чувствуют себя, как дома.

Публичная жизнь претерпевает при помощи новых возможностей, в том числе технологических, своего рода «реконфигурации». Пропадают знакомые классические паттерны публичной жизни, предложенные и изученные авторитетными исследователями. В этой связи становятся актуальными «третьи места», предлагающие неформальный дискурс, свободный выбор фреймов, варьирующихся в рамках «приватное/публичное», а также способность быть мобильным – доступ к сети интернет из-за наличия Wi-fi.

Трансформируются и традиционные культурные институты (библиотеки, музеи, выставочные залы). На базе подобных площадок происходят информационные трансформации, появляется свободный доступ к сети Интернет, Wi-fi, становится доступным организация каких-либо мероприятий и открытых встреч с незнакомыми людьми.

Во второй главе уделяется внимание исторической ретроспективе развития города, городской культуры и городского пространства. Понимание города и городской культуры значительно видоизменялось на протяжении столетий. Современное представление о городе опирается, в большей степени, на комплексный и междисциплинарный подходы.

На протяжении многих веков городская жизнь характеризовалась напряженной борьбой между частным и публичным – полем битвы было городское пространство, его улицы и площади, приватизированные горожанами и отбивавшиеся обратно другими группами горожан или представителями городской власти. Результат этой борьбы может оцениваться по-разному: некоторые исследователи говорят о «кризисе» или упадке публичных пространств, другие же позитивно оценивают изменения и отмечают появление симбиоза частного-публичных отношений – «пространств-гибридов», «пространств-трансформеров», «третьих мест», мобильно реагирующих на изменяющиеся потребности современного общества

В третьей главе представлен анализ социокультурной жизни г. Белгорода, описываются его публичные и частные пространства. Изучается деятельность «третьих мест» – постоянных атрибутов городской культуры.

В данном исследовании предлагается объединить усилия пользующихся популярностью пространств (кофейни, выставочный зал, библиотека-музей) для расширения их целевой аудитории, развития сотрудничества и консолидации в популяризации историко-культурного наследия г. Белгорода.

Реализуя данный проект, мы решаем проблемы незнания и нежелания узнать о историко-культурном наследии Белгорода. Использование необычного формата по популяризации деятельности выдающихся личностей Белгорода сможет позволить пересмотреть стереотип о перечисленных местах города в плане их закрытого частного статуса и создать их положительный образ.

Регулярные тематические вечера смогут помочь представителям молодежной среды найти единомышленников и расширить список своих контактов, создать клубы по интересам, стать более информированными о проведении городских мероприятий. Выбранный формат позволит привлечь людей, далеких от посещения институтов культуры и каких-либо культурных мероприятий, что в дальнейшем сможет позволить более плотно включить их в социокультурную среду города.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Алябьева, Л.А. Кофе и город, или «какую радость ежедневно дарит нам кофейня!» Из истории английского кофейного вопроса [Текст] / Л.А. Алябьева // Теория моды: одежда, тело, культура. – 2006. – Вып. 1. – С. 223–252.
2. Арндт, Х. *Vita activa*, или О деятельной жизни [Текст] / Пер. с нем. и англ. В.В. Бибикина; Под ред. Д. М. Носова / Х. Арндт.– СПб.: Алетейя, 2000. – 437 с.
3. Бауман, З. Как мы думаем [Текст] / З. Бауман // Индивидуализированное общество. – М.: Логос, 2002. – 390 с.
4. Бахтин, М.М. Автор и герой в эстетической деятельности [Текст] / М.М. Бахтин // Эстетика словесного творчества. Издание 2-е. М.: Искусство, 1986. – С. 9-191, 404-412.
5. Белых, М.А. Кафана как центр общественной жизни [Текст] / М.А. Белых // Интеграция как базовый фактор создания и развития социокультурного пространства города: сборник материалов Международной научно-практической конференции, 24-25 ноября 2016 г. / сост. Н.М. Гончаренко. – Белгород: ООО «Эпицентр», 2017. – С. 64-68.
6. Белых, М.А. Кофейни как третьи места [Текст] / М.А. Белых, Е.Р. Усиченко // Интеграция как базовый фактор создания и развития социокультурного пространства города: сборник материалов Международной научно-практической конференции, 26-27 ноября 2015 г. / сост. Н.М. Гончаренко. – Белгород: ООО «Эпицентр», 2016. – С. 212-214.
7. Братолобова, М.В. Роль кофейни в публичном пространстве Ростова-на-Дону [Текст] / М.В. Братолобова, И.С. Пимонов // Социосфера. – 2014 – № 4 – С. 126-130.
8. Богатырева, Е.В. Библиотеки как фактор формирования социокультурного пространства современного города (на примере Пушкинской

библиотеки-музея [Текст] / Е.В. Богатырева // Интеграция как базовый фактор создания и развития социокультурного пространства города: сборник материалов Международной научно-практической конференции, 26-27 ноября 2015 г. / сост. Н.М. Гончаренко. – Белгород: ООО «Эпицентр», 2016. – С. 44-46.

9. Больц, Н. Азбука медиа [Текст] / Пер. с нем. Л. Ионин, А. Черных – М.: Европа, 2011. – 136 с.

10. Вагин, В.В. Социология города [Электронный ресурс] / В.В. Вагин. – М., Московский научный общественный фонд, Школа муниципального управления, 2001. Режим доступа: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Sociolog/Vagin/index.php (дата обращения 12.10.2016).

11. Всеобщая история архитектуры в 12 томах. Том 2. Архитектура античного мира. Греция и Рим [Текст] / Под редакцией В.Ф. Маркузона (ответственный редактор по Греции), Б.П. Михайлова (ответственный редактор по Риму), И.С. Николаева, О.Х. Халпахчьяна, Ю.С. Яралова. – Второе издание, исправленное и дополненное. – М.: 1973. – 712 с.

12. Гармоничный город и качество жизни [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.urban-practice.com/> (дата обращения 12.10.2016).

13. Глазычев, В.Л. Городская среда. Технология развития: Настольная книга [Текст] / В.Л. Глазычев, М.М. Егоров, Т.В. Ильина. – М.: «Издательство Ладья», 1995. – 237 с.

14. Гончаренко, Н.М. Урбанистика как система научных знаний [Текст] / Н.М. Гончаренко // Интеграция как базовый фактор создания и развития социокультурного пространства города: сборник материалов Международной научно-практической конференции, 24-25 ноября 2016 г. / сост. Н.М. Гончаренко. – Белгород: ООО «Эпицентр», 2017 – С.15-21.

15. Город как социокультурное явление исторического процесса [Текст] / Российская академия наук, Научный совет по комплексной проблеме «История мировой культуры»; Отв. ред. доктор ист. наук Э.В. Сайко. – М.: Наука, 1995. – 351 с.

16. Городская цивилизация: методология, теория, практика [Текст]: Тр. Конф.[2-11 окт. 1989 г.] / Отв. ред. В.И. Тищенко. – М.: ВНИСИ, 1991. – 90 с.
17. Дебор, Г. Общество спектакля [Текст] / Перевод с фр. С. Офертаса и М. Якубович. – М.: Логос, 1999. – 224 с.
18. Дружинин, А.Г. Пространственное развитие города-миллионера: тенденции постсоветского периода: монография [Текст] / А.Г. Дружинина. – Ростов-на-Дону: Изд-во ЮФУ, 2008. – 192 с.
19. Желнина, А. «Здесь как музей»: торговый центр как общественное пространство [Электронный ресурс] / А. Желнина // Laboratorium. Журнал социальных исследований. Режим доступа: <http://www.soclabo.org/index.php/laboratorium/article/view/252/596> (дата обращения: 17.09.2016).
20. Зарубина, А.Б. Арт-пространство в муниципальных учреждениях культуры Белгорода [Текст] / А.Б. Зарубина // Интеграция как базовый фактор создания и развития социокультурного пространства города: сборник материалов Международной научно-практической конференции, 26-27 ноября 2015 г. / сост. Н.М. Гончаренко. – Белгород: ООО «Эпицентр», 2016. – С. 208-211.
21. Зарубина, А.Б. Школа искусств «Кислород» как новый формат образовательной деятельности Выставочного зала «Родина» [Текст] / А.Б. Зарубина // Интеграция как базовый фактор создания и развития социокультурного пространства города: сборник материалов Международной научно-практической конференции, 24-25 ноября 2016 г. / сост. Н.М. Гончаренко. – Белгород: ООО «Эпицентр», 2017. – С. 133-138.
22. Иконникова, С.Н. История культурологических учений [Текст] / С.Н. Иконникова. – СПб, ИД «Питер», 2005. – 474 с.
23. Кадыров, А.М. Культурология. Мировая и отечественная культура: учебное пособие [Текст] / А.М. Кадыров. – Уфа: УГАТУ, 2011. – 532 с.
24. Кармин, А.С. Культурология [Текст] / А.С. Кармин, Е.С. Новикова – СПб.: Питер, 2005. – 464 с.

25. Квят, А.Г. Гетеротопия городского пикника с точки зрения теории публичной сферы: кросс-дисциплинарное кейс-стади [Электронный ресурс] / А.Г. Квят // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2014. – Том XVII. – № 4 (75). Режим доступа: http://www.jourssa.ru/?q=ru/2014_4 (дата обращения: 18.03.2017).
26. Князева, Е.Д. Потенциал культурологического исследования современных городов [Текст] / Е.Д. Князева // European Journal of Arts. – 2015. – №1. – С.41-45.
27. Кравченко, А.И. Культурология: Учебное пособие для вузов [Текст] / А.И. Кравченко. – 8-е изд. – М.: Академический Проект; Трикста, 2008, – 496 с.
28. Куле, К. СМИ в Древней Греции: сочинения, речи, разыскания, путешествия [Текст] / Пер. с франц. С.В. Кулланды. – М.: Новое литературное обозрение, 2004. – 256 с.
29. Латыпова, М.С. Методы исследования открытых общественных пространств на примере митрополии Барселоны [Текст] / М.С. Латыпова // Известия КГАСУ. – 2015. – №1 (31). – С. 66-74.
30. Лебедев, С.Д. Культурные символы городского пространства: на материалах Белгорода, Владимира, Смоленска и Ярославля [Текст] / С.Д. Лебедев, А.Г. Истомина // Интеграция как базовый фактор создания и развития социокультурного пространства города: сборник материалов Международной научно-практической конференции, 26-27 ноября 2015 г. / сост. Н.М. Гончаренко. – Белгород: ООО «Эпицентр», 2016. – С. 15-22.
31. Левитская, И.В. Публичное и приватное в современном городском культурном пространстве [Текст] / И.В. Левитская // Городская культура и город в культуре. Материалы Всероссийской научно-практической конференции в 3 частях. / Под редакцией С.В. Соловьевой. – 2012. – С. 113-116.
32. Лотман, Ю.М. Семиотика Петербурга и проблемы семиотики города [Текст] / Ю.М. Лотман // Труды по знаковым системам. Ученые записки Тартуского государственного университета, вып. 664. – Тарту, 1984. – С. 7-21.

33. Масталерж, Н.А. Формирование концепции общественного пространства как структурного элемента городской среды [Электронный ресурс] / Н.А. Масталерж // Архитектон: известия вузов. – Издательство: Уральский государственный архитектурно-художественный университет (Екатеринбург). – 2013. – № 43. Режим доступа: http://archvuz.ru/2013_3/6 (дата обращения 14.03.2017).

34. Мастеница, Е.Н. Культурное пространство города как предмет исследования и объект познания: междисциплинарный подход [Текст] / Е.Н. Мастеница // Петербургские исследования: Сборник научных статей. – 2011. – Вып. 3. – С. 128-147.

35. Мастеница, Е.Н. Культурное пространство города: пути постижения и интерпретации [Текст] / Е.Н. Мастеница // Труды СПбГУКИ. – 2015. – т.212. – С. 223-237.

36. Кофейни Белгорода // Официальный электронный портал 2do2go г. Белгорода. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.2do2go.ru/articles/1720/kofeini-belgoroda> (дата обращения 12.10.2016).

37. Официальная группа кофейни «Калипсо» [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://vk.com/calipso_coffee (дата обращения 12.10.2016).

38. Официальная группа кофейни «Пастила» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://vk.com/pastila31> (дата обращения 12.10.2016).

39. Официальная группа городского кафе «ОРИОН» [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://vk.com/cafe_orion_belgorod (дата обращения 12.10.2016).

40. Официальный сайт МБУК «Выставочный зал «Родина» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.vystavochnyi-zal-rodina.ru/> (дата обращения 12.10.2016).

41. Официальный сайт социально-теологического факультета им. митрополита Московского и Коломенского Макария (Булгакова).

[Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://stf.bsu.edu.ru/stf/index.php> (дата обращения 12.10.2016).

42. Паченков, О. Об аллергии горожан на коллективное [Электронный ресурс] / О. Паченков // The Village, 2 апреля 2013. Режим доступа: <http://www.the-village.ru/village/city/public-space/124341-pachenkov> (дата обращения 14.03.2017).

43. Паченков, О. Публичное пространство города перед лицом вызовов современности: мобильность и «злоупотребление публичностью» [Электронный ресурс] / О. Паченков // Новое литературное обозрение. – № 117 (5/2012). Режим доступа. <http://www.nlobooks.ru/node/2638> (дата обращения 14.03.2017).

44. Петренко-Лысак, А.А. Личное в общих пространствах: мобильные коммуникации в публичных местах [Текст] / А.А. Петренко-Лысак // Лабиринт. Журнал социально-гуманитарных исследований. – 2015. – № 2. – С. 32-40.

45. Пирогов, С.В. Социология города. Конспект лекций. [Текст] / С.В. Пирогов. – Томск: Издательство «Новый учебник», 2004. – 208 с.

46. Попова, О.В. Трансформация публичного пространства в современном городе: к постановке вопроса [Текст] / О.В. Попова // Интеграция как базовый фактор создания и развития социокультурного пространства города: сборник материалов Международной научно-практической конференции, 24-25 ноября 2016 г. / сост. Н.М. Гончаренко. – Белгород: ООО «Эпицентр», 2017 – С. 35-37.

47. Разова, Е.Л. Дом. Экзистенциальное пространство человека [Текст] / Е.Л. Разова // Vita Cogitans: Альманах молодых философов. – Выпуск 1. – СПб.: Изд-во СПбГУ, 2002. – С. 206-220.

48. Сеннет, Р. Падение публичного человека [Текст] / Р. Сеннет. – М.: «Логос», 2002. – 424 с.

49. Сергеенко, А.М. Преобразование общественных пространств как инновационный подход к проблеме качественного развития города [Текст] /

А.М. Сергиенко // Региональные архитектурно-художественные школы. – 2012. – № 1. – С. 22-24.

50. Серто де, М. Изобретение повседневности. 1. Искусство делать. [Текст] / М. де Серто. – СПб.: Издательство Европейского университета в Санкт-Петербурге, 2013. – 332 с.

51. Трушина, Л.Е. Культурология города как самостоятельная дисциплина [Текст] / Л.Е. Трушина // Серия «Symposium», Формирование дисциплинарного пространства культурологии, Выпуск 11 / Материалы научно-методической конференции. 16 января 2001 г. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургское философское общество, 2001. – С. 209-210.

52. Фуко, М. Другие пространства [Текст] / М. Фуко // Интеллектуалы и власть: избранные политические статьи, выступления и интервью. – М.: Праксис, 2006. – Ч.3. – С. 191-204.

53. Фундаментальные проблемы культурологии: В 4 т. Том III: Культурная динамика [Текст] / отв. ред. Д. Л. Спивак. – СПб.: Алетейя, 2008. – 518 с.

54. Хайдеггер, М. Бытие и время [Текст] / пер. В. Бибихина. М.: Изд-во «Ad Marginem», 1997. – 451 с.

55. Харви, Д. Право на город [Текст] / Д. Харви // Логос. – 2008. – № 3. – С. 80-94.

56. Черепанова, Т.В. На границе частного и публичного: социальная рефлексия в медийном пространстве [Текст] / Т.В. Черепанова // Научный ежегодник Института философии и права Уральского отделения Российской академии наук. – 2012. – №12. – С. 178-187.

ИСТОЧНИКИ НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ:

57. Auge, M. Non-places: Introduction to an anthropology of super-modernity / M. Auge. – London: Verso, 1995. – 122 p.

58. Calabi, D. The market and the city: Square, street and architecture in early modern Europe / D. Calabi. – Burlington: Ashgate Publishing, 2004. – 246 p.
59. Dennis, R. Cities in modernity. Representations and productions of metropolitan space, 1840-1930 / R. Dennis. – Cambridge: Cambridge University Press, 2008. – 438 p.
60. Goffman, E. Frame Analysis: an Essay on the Organization of Experience / E. Goffman. – New York: Harper & Row, 1986. – 600 p.
61. Habermas, J. The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society / J. Habermas– Cambridge: The MIT Press, 1991.–302 p.
62. Herzog, L.A. Return to the center / L.A. Herzog. – Austin: University of Texas Press, 2006. – 273 p.
63. Heterotopia and The City: Public Space in a Postcivil Society / edited by Michiel Dehaene and Lieven De Caeter. London: Routledge, 2008. – 346 p.
64. Oldenburg, R. The Great Good Place: Cafés, Coffee Shops, Bookstores, Bars, Hair Salons, and Other Hangouts at the Heart of a Community / R. Oldenburg.– N.Y.: Marlowe & Company, 2003.–384 p.
65. Sennett, R. The public realm. The blackwell city reader / R. Sennet. – G. Bridge, S. Watson (Eds.). London: Blackwell Publishers, 2010. [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.richardsennett.com/site/senn/templates/general2.aspx?pageid=16&cc=gb> (дата обращения 12.12. 2016).
66. Sheller, M. The New Nobilities Paradigm/ M. Sheller // Environment and Planning. – 2006. – № 2. – P. 207–226.
67. Simionovici, A.-M. Private Spaces: Experience of Privacy, Space, and Its Boundaries after the Digital Revolution / A.-M. Simionovici // Spaces and Flows: An International Journal on Urban and Extra Urban Studies. – 2013. – Vol.3. – P.37-43.
68. Stanford Encyclopedia of Philosophy. First published Thu Jan 4, 2007; substantive revision Tue Feb 8, 2011. [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://plato.stanford.edu/entries/social-institutions/> (дата обращения 18.12.2016).

69. Tonkiss, F. Ethics of Indifference: Community and Solitude in the City / F. Tonkiss // International Journal of Cultural Studies. – 2003. – Vol. 6. – № 3. – P. 298-303.

70. Weintraub, J. The theory and politics of the public/private distinction. Public and private in thought and practice / J. Weintraub, K. Kumar (Eds.). – Chicago: The University of Chicago Press, 1997. – 399 p.

71. Zukin, S. The cultures of cities / S. Zukin. –Oxford: Blackwell, 1995. – 338 p.

Приложения

ПРИЛОЖЕНИЕ 1.

Таблица 1

Мероприятия проекта «Белгород в лицах»

<i>Мероприятие</i>	<i>Место проведения</i>	<i>Описание</i>
Тематический вечер, посвященный В.Г. Шухову	Кофейня «Комод»	Использование творчества архитектора и конструктора в интерьере кофейни, создание особого тематического меню (кофе «гиперболоид Шухова», «Шуховская башня»), выставка работ студентов БГИИК, БГТУ и НИУ «БелГУ» (макеты, проекты), конкурс на самую креативную фотографию в социальных сетях.
Тематический литературный вечер, посвященный Н.Н. Страхову	библиотека-музей им. Н.Н. Страхова	Использование тематического меню (Страховские пироги, чай по рецепту Н.Н. Страхова), презентация докладов и обсуждение творчества мыслителя с привлечением Городского клуба поэтов, конкурс на самую креативную фотографию в социальных сетях.
Тематический вечер, посвященный белгородским художникам	Выставочный зал «Родина»	Использование некоторых картин художников в интерьере, встреча с представителями Союза художников, конкурс креативных фотографий в социальных сетях, викторина об известных художниках Белгорода.

Тематический вечер, посвященный белгородским поэтам	Кофейня «Пастила»	Презентация книг современных молодых писателей и поэтов, чтение стихов, «Открытый микрофон», где все желающие смогут представить свое творчество, конкурс креативных фотографий в социальных сетях, викторина о писателях и поэтах Белгорода.
Тематический вечер, посвященный знаменитым спортсменам Белгорода	Кофейня «Калипсо»	Специальное меню, встреча с болельщиками спортивных клубов, конкурс креативных фотографий в социальных сетях, викторина о знаменитых спортсменах Белгорода.
Тематический вечер, посвященный М.С. Щепкину и Белгородскому театру	Кофейня «Комод» на Театральной площади	Тематическое меню, использование театральных афиш и газетных вырезок в интерьере, встреча с любительскими театральными труппами.
Тематический вечер, посвященный дню кофеев	Все кофейни	Применение всех ранее использованных форм на базе каждой кофейни, квест, фотосушка с лучшими фотографиями в социальных сетях, с работами белгородских фотографов и любых желающих показать свое фототворчество.

Таблица 2

SWOT- анализ проекта «Белгород в лицах»

<p><i>сильные стороны (strengths) — преимущества организации;</i></p> <p>уникальный концепт, приятная атмосфера места проведения, ненавязчивое узнавание истории и культуры города</p>	<p><i>слабости (weaknesses) — недостатки организации;</i></p> <p>не востребованность, несерьезное отношение к историко-культурному наследию, неформальный формат проведения, затратность.</p>
<p><i>возможности (opportunities) — факторы внешней среды, использование которых создаст преимущества организации на рынке</i></p> <p>привлечение клиентов в кофейни, создание позитивного образа города и городских мероприятий, охват большой категории лиц.</p>	<p><i>угрозы (threats) — факторы, которые могут потенциально ухудшить положение организации на рынке.</i></p> <p>отказ кофейен принять участие в проекте, накладка мероприятий.</p>