

**Е. С. Порядина**

*Уральский федеральный университет,  
Екатеринбург*

## **Кафе в городском культурном пространстве**

В статье рассматривается проблема городской комфортной среды и ее составляющих на примере г. Екатеринбурга. Автор определяет современную комфортную городскую среду как синтез внутреннего обустройства городов и их культурной составляющей, что позволяет развиваться элементам комфортного жизнеобеспечения города. Кафе анализируются как один из элементов комфортной среды города и его культурного пространства. В контексте теории «третьего места» городские кафе рассматриваются как площадки для создания комфортной городской среды и активной коммуникации жителей.

*Ключевые слова:* культурное пространство, комфортная городская среда, кафе, «третье место»

**E. S. Poryadina**

*Ural federal university,  
Yekaterinburg*

## **Cafes in the urban cultural space**

The author of the article examines the problem of comfortable urban environment and its elements on the example of Yekaterinburg city. Modern comfortable environment is defined as a synthesis of internal structure of cities and their cultural component. This allows the elements of a convenient life-support system to develop. Cafes are analyzed as one of the elements of cultural space of urban areas. In the context of the “Third place” theory city cafes are considered as platforms for creating this comfortable urban environment and active communication of city residents.

*Keywords:* cultural space, comfortable urban environment, cafe, “third place”

Актуальность выбранной темы обуславливается тем, что формирование городского культурного пространства приобретает все большее значение в социально-экономическом развитии Свердловской области. Проект «Культурное пространство» вошел в план мероприятий по реализации Стратегии социально-экономического развития Свердловской области на 2016–2030 годы. Толчком для создания таких проектов стала утвержденная правительством Российской Федерации Стратегия государственной культурной политики на период до 2030 года. Она повлекла за собой кардинальные изменения в социальной и культурной среде, которые, конечно же, порождают преобразования городов и их внутреннего обустройства.

На формирование городской среды влияет множество различных факторов: экономический, экологический, уровень урбанизации, социально-политическая структура и др. Комфортная городская среда в современном мегаполисе должна соответствовать многим критериям, чтобы отвечать притязаниям горожан. Она должна обеспечивать доступ человека к широкому кругу услуг и товаров, а также быть максимально комфортной для людей с любыми возможностями. Чем больше в повседневной жизни город отвечает потребностям горожан, тем выше уровень их комфорта. Из всего вышесказанного можно определить городскую среду как комплекс условий для жизни людей, которые в повседневности ее «потребляют» и удовлетворяют свои нужды, но помимо этого городская среда создает условия для развития творческой деятельности, формирующей новые направления в науке, культуре и искусстве. Поэтому для реализации социальных потребностей горожан так важно формировать комфортную городскую среду, которая включает в себя все городское пространство, наполненное зданиями, предметами и знаками, позволяющее удовлетворить индивидуальные и социальные потребности населения для повышения качества жизни горожан.

В рамках семиотического подхода (Н. П. Анциферов, Ю. М. Лотман) город рассматривается как носитель и транслятор культурной информации. Также в рамках данного подхода город можно определить как текст. Можно выделить его основные элементы: отдельные постройки, такие как дворцы, храмы, особняки, какие-то заведения (кафе, рестораны и др.); комбинации построек; методы организа-

ции городского пространства и др. Городское пространство имеет свой символический характер, который зависит от источников информации, текстов. Пространственная среда города, меняется в зависимости от того, о каком городе идет речь, т. е. происходит смена источников информации, переход в новую культурную среду. Поэтому каждый город имеет свой язык и свою форму общественного места («третье место»).

Р. Ольденбург в книге «Третье место: кафе, кофейни, книжные магазины, бары, салоны красоты и другие места “тусовок” как фундамент сообщества» выдвинул теорию в отношении общественных пространств крупных городов, а именно о наличии в каждом городе своей характерной формы «третьих мест», которые выступают в качестве площадки для творческой деятельности индивида и формирования культурного пространства города. Согласно этой теории, культурное пространство каждого города уникально. Например, в таких старых и крупных городах, как Париж, Лондон и Рим, та самая культурная среда формировалась веками. Образ Парижа часто транслируется в литературе и кинокартинах через архитектуру города и множественное количество уютных кафе, раскинувшимся на тротуарах улиц. Сердцем Лондона можно назвать его многочисленные пабы, а очарование Флоренции — в ее многолюдных площадях. Все эти места воплощают связь между индивидом и обществом [1].

Так, венские кофейни всегда были местом отдыха после долгого рабочего дня. У постоянных посетителей этих заведений есть свой столик, который за ними постоянно зарезервирован. За ним ежедневно собирается группа друзей, причем каждая группа составляет свой собственный микромир. После второго-третьего посещения персонал делает все для того, чтобы посетитель почувствовал себя особенным. В дело вступает персонализированное обслуживание: учитываются все предпочтения относительно приготовления кофе, запоминают имя, «титул» и многое другое. Можно сказать, что жители Вены посещают кофейни в различное время и по абсолютно разным причинам, но эти заведения принимают гостей такими, какие они есть. Кофейня действительно стала частью повседневности, местом, где люди нашли приют и отдых от своих ежедневных забот, комфортным местом общения с друзьями.

Проблема «третьих мест» является актуальной в нашей стране. Нехватка качественных неформальных центров общения или неформальных публичных мест препятствует развитию культурной среды города, которая и призвана придавать городскому пространству уникальность, а также формировать комфортную городскую среду для своих жителей. В качестве положительного примера таких городских пространств можно привести независимый культурный центр, который открылся в 2020 году в Верхней Пышме. Магазин «Книги, кофе и другие измерения» объединил в себе независимый книжный с кофейней и площадкой для лекций и мастер-классов. Его особенность заключается в том, что, во-первых, книжный магазин был на том месте с 1970-х годов, здание сохранило свое назначение и спустя 50 лет. Во-вторых, данный проект является классическим воплощением подхода Р. Ольденбурга к организации комфортной для человека городской среды. В этом заведении люди чувствуют себя максимально уютно, есть место для общения, отдыха и чтения. Также этот книжный магазин совсем не классическая история для Екатеринбурга, обычно мы встречаемся с сетевыми магазинами, которые не позволяют посетителям чувствовать себя комфортно в своем пространстве.

В итоге можно сказать, что развитие в городском пространстве «третьих мест» по-прежнему остается проблемой, в том числе и для Екатеринбурга. У людей очень мало возможностей для общения и социального сплочения за пределами работы и дома. Отсутствие у российских городов своей особенной формы организации общественных пространств не позволяет их жителям чувствовать себя комфортно и уютно в городском пространстве. Остается проблемой, требующей своего осмысления, и определение типологии общественных (третьих) мест в зависимости от организации пространства самого города, его архитектуры.

### **Библиографические ссылки**

1. *Ольденбург Р.* Третье место: кафе, кофейни, книжные магазины, бары, салоны красоты и другие места «тусовок» как фундамент сообщества. М. : Новое лит. обозрение, 2014. 456 с.