

Социально-экономическая география

УДК 911.375.5

DOI: <https://doi.org/10.26456/2226-7719-2026-3-5-19>

Третьи места в городе: пространственно-временная динамика и приспособление к современным реалиям

Ю.В. Преображенский, О.А. Цоберг

ФГБОУ ВО «Саратовский национальный исследовательский
государственный университет имени Н.Г. Чернышевского», г. Саратов

Концепция третьего места позволяет взглянуть на городскую среду как на сложное полифункциональное пространство. Третьи места, с одной стороны, во многом определяют характер социальной активности горожан, с другой стороны, сами формируются под влиянием социальных практик. Для актуализации данной темы во многом на основе зарубежных источников уточняется представление о третьем месте в городе. Целью работы является выявление сущности третьего места как динамичной локации, интегрированной в городскую среду и имеющей полифункциональный характер. В основу статьи легли исследования городского пространства на разных таксономических уровнях (от локального до агломерационного), а также эмпирический анализ некоторых практик по формированию городского пространства крупнейших российских городов. Основными подходами в работе стали функциональный и пространственный. Это позволило описать третье место как подвижную локацию, часто совмещённую с другими местами – первым, вторым. Предлагается авторское видение четвёртого места, «закрывающего» потребность в рекреации человека на природе. Исследование позволило выявить подвижную сущность третьего места в условном треугольнике трёх доминант (развлекательной, сервисной, «зелёной»). Также показан сезонный «дрейф» третьего места, характерный для российской действительности. Обсуждается адекватность мер городских властей по упорядочиванию городской среды с позиции третьего места. Предпринята попытка описать виртуальные третьи места, то есть перенос социального взаимодействия онлайн и возможные последствия этого тренда для города. Таким образом, третье место рассматривается как динамичная категория в городском пространстве, определяемая им и трансформирующая его. Подвижность третьего места в ряде случаев приводит к совмещению с первым, вторым и четвёртым местами, а также обуславливается сезонными различиями в жизни человека и сопутствующих социальных практиках.

© Преображенский Ю.В.,
Цоберг О.А., 2026

***Ключевые слова:** третье место, четвёртое место, социальные практики, доминанты социальной активности.*

Введение. Трансформация городской среды, повышение степени её разнообразия как реакция на потребности граждан – непреходящая тема исследований социальной урбанистики. Многоаспектность данного вопроса заставляет в формате статьи рассмотреть его через фиксированную оптику определённой концепции, возможно, под новым углом. В этом отношении концепция третьего места в повседневной жизни горожанина даёт, с одной стороны, существенную свободу, с другой же, позволяет учитывать накопленную исследовательскую базу, по большей части зарубежную. Третье место (после первого – дома и второго – работы) рассматривается как локация социального взаимодействия в более широкой трактовке, в более узкой – со знакомыми и друзьями индивида.

Нами предлагается пространственно-функциональный подход в определении локализации третьего места в городской среде. Он оставляет должную степень территориальной конкретности в выделении исследуемых мест, позволяя при этом учитывать сложную ткань городского пространства и его полифункциональную стратиграфию.

Задачи исследования:

- раскрыть основные составляющие концепции третьего места как локации осуществления социальной активности;
- выявить основные доминанты, определяющие форму третьего места в пространстве города;
- показать подвижную (суточную, недельную, сезонную) сущность третьего места;
- определить значение формирования среды для третьего места для города.

Обзор литературы. Сама по себе декларация неких «мест» предполагает применение пространственного подхода, в то числе уточнения их нахождения в городе (геопривязка), взаимного положения и пространственно-временной динамики. Подобные задачи имеют два возможных пути решений. Первый из них можно назвать местоориентированным: наблюдения ведутся в одной или нескольких точках, где собирается информация об интенсивности людского потока, о характере социальных практик людей. Данный статичный путь больше описывает место и сравнительно несложен. Второй путь предполагает анализ перемещений человека (tracing) в локациях разной размерности и между ними. Приведём некоторые примеры подобных исследований в городских локациях разного таксономического уровня (см. табл. 1).

Таблица 1

Уровни исследования социальной активности в городском пространстве
с примерами

Уровень исследования	Характер собираемой информации	Примеры исследований
Микроуровень	Поведенческие особенности социализации	Изучение личного пространства, социальной дистанции, в том числе для совершенствования дизайна [31]
Мезоуровень	Влияние среды и социального окружения на средовое поведение	Классическая работа Дж. Джейкобс [6], исследования комфортности пешеходных пространств [8]
Макроуровень	Аттрактивность, комфортность городской среды в целом	Интегральные показатели качества городской среды ¹
Межрайонный	Оценка доминант внутригородской активности, направления перемещения, оптимизация маршрутов городского транспорта	Исследования Я. Гейла [4], концепция третьего места [16]
Агломерационный	Маятниковые миграции большого количества людей	Перемещение людей в пределах агломерации по данным операторов сотовой связи [14]

Перемещение между «местами» можно отнести к внутригородскому уровню исследования, локализацию же самого третьего места сложным образом обуславливает комплекс социальных и экологических аспектов на микро-, мезо- и макроуровне.

В ходе анализа социального взаимодействия, происходящего в городе, встаёт вопрос о физической («антропной») возможности непосредственной коммуникации. Определим «контактный радиус» взаимодействия, рассчитанный из учёта того, что черты лица человека различимы на расстоянии примерно в 100 метров, что приводит к площади в 3 га. Это ячейка потенциальной коммуникации. Для общения за пределами этого радиуса без вспомогательных средств уже требуется перемещение индивида. Сказанное позволяет определить примерный размер ячейки (фрагмента) городского пространства, за пределами которого не имеет смысла говорить о непосредственном социальном взаимодействии [17].

Данные рассуждения дополняют основные положения типологии А.В. Крашенинникова, выделившего «пространства» разного уровня: микро, мезо и макро. В рамках разрабатываемого им направления

¹ См., например, Индекс качества городской среды. URL: <https://xn----dtbcccddtsypabxk.xn--p1ai>.

когнитивной урбанистики упомянутый автор предлагает определять микропространство как ячейку, соответствующую «пузырю» персонального общения; мезопространство как видимую и интерактивную часть городской территории и макропространство как «...городскую территорию, ограниченную условиями пешеходной доступности и узнаваемой социальной практики» [10, с. 3]. Горожане, таким образом, могут приспосабливать свою социальную активность к существующим городским условиям как набору таких «пространств» разной размерности. Вместе с тем три указанных масштаба взаимодействия в том или ином их сочетании можно рассматривать как ячейки социальной коммуникации, который нужно проектировать в населённых пунктах. Собственно, весь современный город можно считать площадкой для такой коммуникации. Концепция третьего места направлена на раскрытие потребности в публичном социальном взаимодействии и его специфики в той или иной среде.

Наиболее часто понятие третьего места связывается с работами Р. Ольденбурга [16], который использовал термин «третье место» для обозначения общественных мест, где обычно проходят регулярные собрания людей на добровольной основе. Под «третьим местом» американский социолог понимал место демократизации и формирования гражданского общества. Западные социологи ищут вклад третьих мест в повышение единения т.н. «local community» (что мы предлагаем переводить как территориальную общность людей низового уровня), устойчивости городской социальной ткани. В частности, З. Гузен и Е. Дж. Силлиерс полагают, что планирование третьих мест в городе повышает его социальную устойчивость [27].

Однако ряд последующих работ расширил применение концепции Р. Ольденбурга, в них в качестве третьих мест обозначались локации, в которых общение происходит в знакомой и непринужденной обстановке, где наблюдается достаточно доброжелательная атмосфера, обретаются новые знакомства и соприкосновение на разные темы [24].

Следует заметить, что третье место имеет важное психологическое значение для внесения эмоционального разнообразия в повседневную жизнь человека, ограниченную первым и вторым местом. Однако неизменная локация третьего места со временем может утратить свою привлекательность в этом качестве. Потребность в разнообразии подталкивает человека избегать (во всяком случае, чередовать) статичных третьих мест (их еженедельного посещения) в пользу динамического третьего места – набережной или пешеходной улицы. Здесь он становится фланёром, насколько это вообще возможно в современных условиях опосредованного наблюдения. Отсюда проистекает значимость создания и поддержания пешеходной привлекательности городской территории [3].

Исследование статичных и динамичных третьих мест (уже скорее линейных локаций) породило новые типологии и подходы к изучению. Так, Б. Александер типологизирует третьи места, выделяя традиционные, коммерческие, временно организованные и виртуальные [22]. Х. Ал-Хагла обращает внимание на мультифункциональность третьих мест в городском районе, таких как парки и озеленённые территории в целом, настаивая на их социальной и экологической роли [23]. Б. Хиллер и Дж. Хэнсон изучают то, что они называют «пространственным синтаксисом»: то, как элементы городского дизайна влияют на социальную активность и взаимодействия [28]. Идея третьих мест так или иначе связана с тематикой социального взаимодействия, культуры, досуга в тех или иных сочетаниях, при этом, что важно, протекающего в определённых локациях населённого пункта.

Это подводит к вопросу важности условий, в которых происходит коммуникация, будь то городская или сельская местность, а в их пределах микро-, мезо- или макропространство. Множество впечатлений, которые производит, накапливает и транслирует город, не могут в той или иной степени не повлиять на коммуникацию, начиная от темы разговора и заканчивая его эмоциональной окраской. Разные пространства (в общем виде делимые на открытые/закрытые) влияют на качество разговора, вызывая помехи¹.

Место и социальная активность находятся в диалектической связке: с одной стороны, место определяет характер социальной активности (и потенциально число вовлекаемых индивидов), с другой, – социальная активность в форме тех или иных практик способна трансформировать место. С позиции городских властей, очевидно, в этом вопросе важно поддерживать определённый баланс и упорядочивать процессы стихийной организации.

Материалы и методы. Концепция (первого-второго-третьего) мест во многом происходит из идеи И. Ф. Туана [30] о том, что взаимодействие человека с частью пространства превращает со временем последнее в место. Выделение первого, второго и третьего мест отвечает пространственному подходу в удовлетворении потребностей жителя. В его рамках город представляет собой многофункциональную территорию, где горожанин может получить желаемое. Каждую городскую локацию (ячейку), содержащую/предоставляющую определённую функцию, можно назвать таким-то (в зависимости от порядка потребности индивида) по счёту местом. Нужно отметить, что категория третьего места включает настолько широкий разброс локаций, что правильнее было бы

¹ Например, разговор в пустом кафе во многом совсем не то, что разговор в дребезжащем трамвае.

рассуждать о нём как о спектре или как о треугольнике, в котором каждая вершина соответствует одной из слагающих полифункциональное пространство города компонент: экономической, социальной или экологической (средоподдерживающей, зелёной).

В такой трактовке третьи места оказываются очень разными, различаются по интенсивности общения индивидов в них, по степени его формализации. Нам кажется чрезмерным соотнесение категории «третьих мест» со всем пространством за пределами первого и второго места, как предполагает ряд авторов (см., например, [2]). В настоящем исследовании мы предлагаем придерживаться сравнительно узкой трактовки понятия «третьего места» выделяемого, прежде всего, с позиции неформализованной коммуникации, создающей условия для удовлетворения социально ориентированных потребностей.

Логичным продолжением ряда локаций активности индивида стало «четвёртое место». Например, А. Моррисон помещает последнее в пересечение трёх первых мест как локацию, способствующую появлению нового знания (что на наш взгляд, скорее является исключением из правил) [29]. Другие исследователи видят четвёртое место как альтернативу третьему в том смысле, что если в последнем общение происходит преимущественно со знакомыми кругом лиц (часто приятелями или друзьями), то в четвёртом месте человек встречается с незнакомыми людьми [21]. Ш. Гай развивает представление об уличном городском пространстве как о четвёртом месте [26].

В нашем понимании четвёртое место должно удовлетворять потребность в рекреации на природе, активном или пассивном отдыхе. Это оздоровительная активность, которая может реализовываться как индивидуально, так и в компании. В зависимости от «зелёной» или социальной доминанты такую локацию можно считать четвертым или третьим местом (-ами) или их сочетанием.

В современных условиях размытия и пересечения социальной активности в пределах демаркированной или делимитированной территории города практически каждое место может выполнять несколько функций, а некоторые места – практически полный спектр. Именно такие места представляют особый интерес, поскольку, как правило, являются доминантами, точками притяжения, вокруг которых вращается вся городская жизнь. В результате происходит наложение мест: третье может совмещаться с первым, со вторым или четвертым (см. табл. 2). Напомним, что в данном тексте третье место подразумевает, прежде всего, социальный отдых, а четвёртое – активный/пассивный отдых (преимущественно на природе).

Таблица 2

Варианты совмещения функций «мест»

	Первое	Второе	Третье	Четвертое
Первое	х	Удалённая работа, онлайн присутствие	Виртуальные развлечения, общение (игры по сети)	Дача
Второе	Ночлег работников при производстве (в отдельные года XX века)	х	Общение на работе, в перерыве, на выезде	Работа на улице (курьер, почтальон и пр.)
Третье	Хоум-пати (вечеринка дома)	Вечеринка сотрудников	х	Пикник
Четвертое	Балкон/лоджия или скамейка у подъезда для пенсионеров	Корпоратив на природе	Поход, экскурсия	х

Дополнительно (и при определённых условиях) можно назвать третьим местом ряд локаций, посещаемых в случае необходимых и/или обязательных общественных отношений (например, посещение медицинских учреждений, общеобразовательных и дошкольных учреждений).

Всегда ли третье место связано с развлечениями и общением? Можно полагать, что третье место будет отличаться для экстравертов и интровертов. Для последних ключевым требованием может оказаться отдых от социального взаимодействия, дистанцирование от него. Этот аспект усиливает другие доминанты в локационном треугольнике – прежде всего «зелёную».

Результаты и обсуждение. Общие замечания относительно локализации третьих мест не охватывают их специфику в разных странах, прежде всего прошедших ускоренную урбанизацию (как Россия/СССР) или тех, где проявляется «ложная» урбанизация. Число подходящих ячеек микро- и мезопространства в городе, которые создают условия для коммуникации горожан в их пределах, в постсоветский период с одной стороны росло (благодаря развитию сферы услуг), с другой – снижалось в результате отгораживания и фрагментации городского пространства [1]. Недостаток же или отсутствие третьих мест (как в условиях посёлка строителя/железнодорожника/горняка советского времени) вынуждает искать альтернативы ему. Можно выдвинуть тезу, согласно которой город отличается от поселения именно наличием пространств общественной жизни, т.е. третьих мест, на что в несколько ином контексте указывал В. Л. Глазычев [5].

В этой логике необходимо учитывать и общий уровень жизни населения, невысокий показатель которого отделяет существенную часть определённых возрастных групп (прежде всего молодёжи) от номинально подходящих для этих целей кафе и подобных мест, вытесняя их во дворы, в заброшенные здания или на природу. Характерно, что в последние годы (в США и европейских странах существенно ранее) у городской молодежи в качестве третьего места стали активно использоваться крупные торговые центры, где не только проходят «тусовочные» мероприятия, но и появляется возможность заниматься физической культурой и спортом.

Концепция общественного пространства позволяет выделить способы использования городской среды, которые и обеспечивают непрерывность и потоковость различных групп населения. Например, в рамках национального проекта «Демография» программа «Спорт – норма жизни» преобразует городское пространство в плане обустройства и управления площадками и локациями для занятий физическими активностями. При этом сформированные физкультурные объекты рассчитаны на все возрастные категории, что способствует развитию данных локаций в качестве третьего места. Большинство видов спортивно-физкультурной активности располагаются в зеленых, парковых зонах, на набережных, как, например, в Москве, Екатеринбурге, Казани, Самаре, Краснодаре и других городах.

Нужно заметить, что в ряде работ активно развивается направление «управление городским (публичным) пространством» [25]. Задача городских властей заключается не в делимитации и демаркации пространства сверху, а скорее в оформлении тех или иных локаций и мест после наблюдения за социальной активностью населения, а также в использовании лучших практик и кейсов для стимулирования такой активности, в том числе, согласно предлагаемой нами модели трёх доминант.

В то же время на примере города Саратова можно наблюдать пространственные ограничения в отношении третьих мест, особенно связанных с предприятиями общественного питания, со стороны городских властей. К примеру, администрация считает хаотичными коммерческие пространства подобные рядам у Крытого рынка, отдельным заведениям общепита на центральных улицах (проспекте П.А. Столыпина, улице В.Г. Рахова). У городских властей преобладает конкретное представление о современном, упорядоченном и цивилизованном городе в отличие от исторических реалий, когда третье место возникает в соответствии с ориентацией людей на общественно-личностные потребности. В противостоянии «спонтанное vs. регламентированное» последнее побеждает чаще, привнося при этом в каком-то смысле казарменную упорядоченность.

Важный аспект проблемы раскрывает Е. В. Лебедева: «Используя терминологию А. Лефевра [13], можно говорить о растущем дисбалансе между «производством» и «потреблением» публичного пространства, когда горожанин, являясь, по существу, лишь потребителем городской среды, теряет возможность участвовать в процессе ее производства. Это, в свою очередь, способствует росту отчуждения и равнодушия к своему окружению, ослаблению чувства личной ответственности, снижению способности к общению, изоляции индивидов и многим другим проблемам современной городской жизни» [12, с. 91].

В меньшей степени по сравнению с местами релакса в виде баров, кафе и ресторанов и спортивными площадками ядро социального пространства в качестве третьего места соотносится с культурными учреждениями. Это связано с уникальностью предприятий сферы культурных услуг – галереями, выставками, музеями, театрами, где сформировалась своя публика и вовлеченность новых акторов в социальные практики происходит достаточно медленно.

Как мы писали выше, локализация третьего места определяется наилучшим в представлении индивида сочетанием экономической, социокультурной и экологической функций (рис. 1), однако в зависимости от субъективного предпочтения оно может «отклоняться» в сторону той или иной доминанты.



Рис. 1. Возможные положения третьего и четвёртого мест на пересечении зон с разными функциями

Смешение функций приурочено, как правило, к крупнейшим пешеходным улицам городов (синяя линия на рисунке), где достигается

наибольшее многообразие социальных практик [20]. На ней формируются наиболее аттрактивные точки в городе (места притяжения), а именно в местах «...пересечения социокультурного и экономического взаимодействия, где разные практики дополняют и стимулируют активность друг друга» [18, с. 62]. Здесь городская среда способствует проявлению максимального разнообразия практик, в том числе в форме игрового взаимодействия [19].

Немаловажным для исследования на внутригородском уровне является взаимное расположение «мест», складывающееся в специфический треугольник, в котором положение третьего (и, возможно, четвертого и пятого) места более подвижно, более произвольно и нестабильно по отношению к первым двум. И в то же время локализация третьего места определяется первым и вторым местами. Во многом зависит от качества городской среды в осях, протянувшихся между местами: ухоженные ли это пешеходные улицы и проспекты или лишённые насаждений, теснимые проезжей частью тротуары? Существенной проблемой становится и активная эксплуатация «малого» электромобильного транспорта.

Интересны и сезонные колебания в позиции третьего места. Очевидно, что зимой зелёная составляющая третьего места будет отходить на второй план. Если выделять четвёртое место как локацию активного или пассивного физического отдыха на природе, то и здесь российские реалии определяют ряд уникальных черт. Прежде всего, конечно, речь идёт о даче как о втором доме [15] (см. рис. 2).

В последние десятилетия с развитием информационных сетей можно наблюдать интересную тенденцию трансформации третьего места. С одной стороны, ряд авторов настаивает на сохранении традиционного третьего места. Так, М.М. Акулич и Э.А. Мокк отмечают значение третьих мест для «...сохранения в образе жизни человека традиционного непосредственного общения» [2, с. 64]. Также И.Н. Етеревская и М.П. Назарова выделяют в качестве основного направления социально-пространственной трансформации города «...создание и поддержку общественного пространства, обладающего потенциалом конструирования социальности – инклюзивного, удобного для осуществления различных коммуникативных практик, способного активировать межличностное взаимодействие» [7, с. 18].

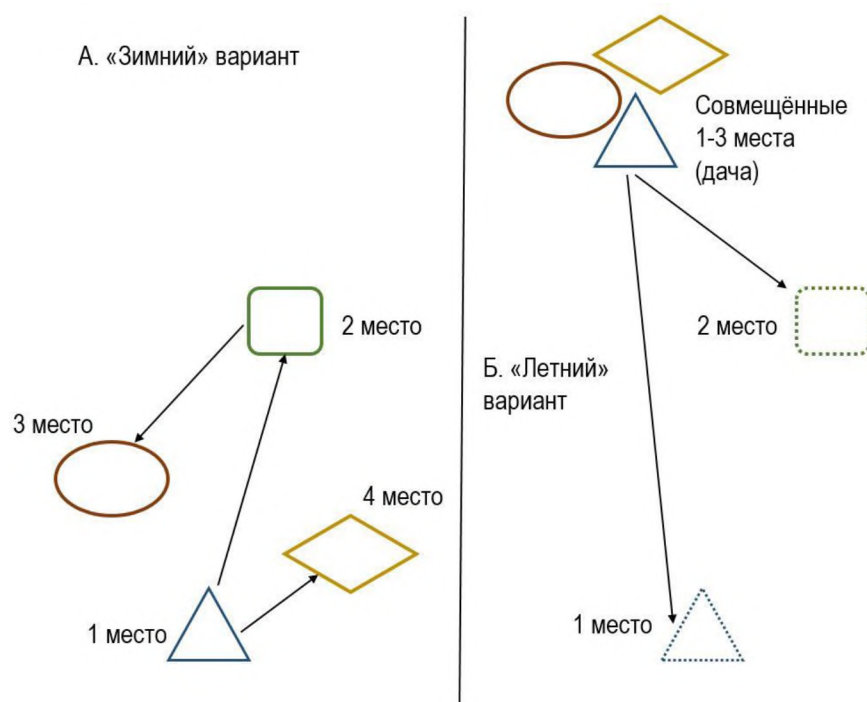


Рис. 2. Различия в локализации 1–4 места в зимний и летний периоды (пунктиром нанесены нестабильные в этот период «места»)

С другой стороны, например, А.Г. Квят указывает на то, что, хотя «...новые места и практики идеологически ориентированы на возрождение непосредственной, «оффлайновой» коммуникации, все они так или иначе построены на гибридных отношениях реальности и виртуальности» [9, с. 130]. В некотором смысле индивид с мобильным телефоном и доступом в сеть перманентно пребывает в виртуальном третьем месте (даже – парадоксальным образом – находясь в третьем месте непосредственно). Такое концептуальное смещение в понимании третьего места в некотором роде «размазывает» последнее по всему городу.

Вкупе с этим, позиционируя третье место (кафе, галерею, спортивную площадку) как пространство, позволяющее отлично проводить время и заниматься творчеством, нельзя отрицать возможность его использования в качестве площадки для создания определённого (возможно, монетизируемого) контента. Подобные места также могут служить площадкой для проведения общественных событий: собраний каких-либо местных сообществ или движений, таким образом, усиливая социальное значение третьего места. При этом конкретная локация может стать объединяющим узлом для

значительной коммуникации, для новых отношений городского сообщества [11].

Можно предположить, что поведение индивида в городе во многом определяется давлением места, подталкивающим его к осуществлению своей активности в наиболее аттрактивных и вместе с тем разнообразных по функционалу местах. При этом подобная аттрактивность в существенной степени определяется виртуальной известностью и поддерживается определённой активностью в таких местах.

Выводы. Третье место непостоянно. Его локализация зависит от возможностей индивида и потенциала городского социокультурного пространства. Меняется оно в соответствии с сезоном. Топология взаимного расположения 1–4 мест в городском пространстве (и даже за его пределами) представляет собой различные варианты локализации мест, в том числе их совмещения в одной точке в пространстве города. Отсутствие жесткой привязки третьего места, возможно, делает город не таким предсказуемым и характерным в отдельных публичных пространствах, зато вынуждает его быть более гибким в формировании условий для времяпровождения. Большим плюсом в создании ячеек для третьего пространства является их комбинация как культурных, экономически активных и при этом зелёных пространств.

Проведённое исследование акцентирует внимание на городских возможностях для проявления разнообразных социальных практик, создания различных ценностей, показывает динамический, «мерцающий» характер в локализации третьего и четвёртого места. Таким образом, пространственный подход позволяет интегрировать дискурсы третьего места в городе на основе соответствия среды и функции в конкретных городских условиях. Наблюдаемая тенденция размывания и смешивания мест разной социальной функции может быть объяснена пересечением экосоциальной и средовой доминант в современном городском пространстве, своеобразной территориальной конкуренцией за социальные практики. Дальнейшие исследования могут развиваться на основе данных по отслеживанию индивидуальной социальной активности в городе и характера взаимодействия в отдельных локациях.

Список литературы

1. Аксенов К.Э. Тенденции изменения публичной доступности пространства в постсоветском метрополисе: сжатие или расширение? // Известия Русского географического общества. 2011. Т.143. Вып. 2. С. 58–70.
2. Акулич М.М., Мокк Э.А. Роль «третьих мест» в коммуникациях современных студентов // Вестник Тюменского государственного

- университета. Социально-экономические и правовые исследования. 2020. Том 6. № 3 (23). С. 59–78. DOI: 10.21684/2411-7897-2020-6-3-59-78.
3. Волков С.А., Меркушев С.А., Тарантин М.Р. Территориальные барьеры в городской среде: концептуализация понятия и методика оценки (на примере большого центра г. Перми) // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Науки о Земле. 2025. Т. 25. Вып. 1. С. 30–39. DOI: 10.18500/1819-7663-2025-25-1-30-39.
 4. Гейл Я., Сварре Б. Как изучать городскую жизнь [пер. с англ. Елены Лалаян]. Москва: КРОСТ. 2016. 179 с.
 5. Глазычев В.Л. Урбанистика. М.: Европа. 2008. 219 с.
 6. Джейкобс Дж. Смерть и жизнь великих американских городов. Нью-Йорк: Новое издательство, 2023. 512 с.
 7. Етеревская И.Н., Назарова М.П. Основные направления социально-пространственной трансформации городских общественных пространств // Социология города. 2020. № 2. С. 17–25.
 8. Зуев А.Ю., Калягина П.А., Парыгин Д.С., Назарова М.П., Соболевская Т.А. Систематический обзор методик оценки пешеходной привлекательности территории // Социология города. 2025. № 4. С. 60–76. DOI: 10.35211/19943520_2025_4_60.
 9. Квят А.Г. Кафе без еды, фастфуд как медиа, временный парк: поствиртуальность и город 3.0 в России // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 7: Философия. Социология и социальные технологии. 2014. № 3 (23). С. 126–136.
 10. Крашенинников А.В. Когнитивная урбанистика: архетипы и прототипы городской среды / А.В. Крашенинников; Московский архитектурный институт. М.: Общество с ограниченной ответственностью Издательство «КУРС», 2020. 208 с.
 11. Латыпова М.С. Семантический подход к проектированию открытых городских общественных пространств в районах жилой застройки (на примере Республики Татарстан) // Известия КГАСУ. 2023. № 4(66). С. 109–119. DOI: 10.52409/20731523_2023_4_109.
 12. Лебедева Е.В. Публичное пространство постсоветского города: возможности для развития социальности и «кризис публичности» // Журнал социологии и социальной антропологии. 2017. Т. 20. № 1 (98). С. 74–92.
 13. Лефевр А. Производство пространства. М.: StrelkaPress, 2015. 432 с.
 14. Махрова А.Г., Бабкин Р.А. Методические подходы к делимитации границ Московской агломерации на основе данных сотовых операторов // Региональные исследования. 2019. № 2. С. 48–57. DOI: 10.5922/1994-5280-2019-2-5.
 15. Между домом... и домом. возвратная пространственная мобильность населения России / под ред. Т.Г. Нефедовой, К.В. Аверкиевой, А.Г. Махровой. М.: Новый хронограф. 2016. 504 с.
 16. 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.
 17. Преображенский Ю.В. Размерность экуменического пространства на примере выявления внутригородских ячеек // Вестник Тверского

- государственного университета. Серия: География и геоэкология. 2018. № 3. С. 234–245.
18. Преображенский Ю.В. Создание социокультурных ценностей: проблема локализации в городском пространстве // Вестник Тверского государственного университета. Серия: География и геоэкология. 2020. № 4(32). С. 60–68. DOI: 10.26456/2226-7719-2020-4-60-68.
 19. Терентьева О.В. Городское пространство как площадка для игры (с позиции туризма) // География и туризм. № 2. 2018. С. 73–75.
 20. Романова А.Ю., Преображенский Ю.В. Разнообразие и территориальные особенности социальных практик на пешеходных улицах г. Саратова // Вестник Удмуртского университета. Серия Биология. Науки о Земле. 2018. Т. 28. № 4. С. 456–465.
 21. Aelbrecht P.S. 'Fourth places': The contemporary public settings for informal social interaction amongstrangers // Journal of Urban Design. 2016. Vol. 21, iss.1. P. 124–152. DOI: 10.1080/13574809.2015.1106920.
 22. Alexander B. Commercial, social and experiential convergence: fashion's third places // Journal of Services Marketing. 2019. Vol. 33, iss. 3. P. 257–272. DOI: 10.1108/jsm-04-2018-0116.
 23. Al-Hagla Kh. Towards a Sustainable Neighborhood: The Role of Open Spaces // Archnet-IJAR, International Journal of Architectural Research. 2008. Vol. 2, Iss. 2. P. 162–177. DOI: 10.26687/archnet-ijar.v2i2.239.
 24. Crick A. New third places: Opportunities and challenges // Advances in Culture, Tourism and Hospitality Research. 2011. Vol. 5. Pp. 63–77. DOI: 10.1108/S1871-3173.
 25. El-Bardisy N. Urban culture as a challenge of enhancing social interaction in public spaces // Discover Cities. 2024. Vol. 1, №. 1. P. 27. DOI: 10.1007/s44327-024-00030-6.
 26. Gai S. Reimagining Urban Streets as Vibrant Fourth Places // Applied and Computational Engineering. 2025. Vol. 201. P. 82–91. DOI: 10.54254/2755-2721/2025.GL28709.
 27. Goosen Z., Cilliers E. J. Third Places for Social Sustainability: A Planning Framework Based on Local and International Comparisons // International Journal of Urban and Civil Engineering. 2018. Vol.12, №.3. P. 204–208.
 28. Hillier B., Hanson J. The Social Logic of Space. Cambridge: Cambridge University Press. 1984. 293 p.
 29. Morisson A. A Typology of Places in the Knowledge Economy: Towards the Fourth Place // Smart Innovation, Systems and Technologies. 2019. Vol. 100. P. 444–451. DOI: 10.1007/978-3-319-92099-3_50.
 30. Tuan Y. F. Space and place: The perspective of experience. Minneapolis: University of Minnesota Press. 1977. 234 p.
 31. Sommer R. Personal Space: The Behavioral Basis of Design. Ohio State University Press, 1969. 177 p.

Об авторах:

ПРЕОБРАЖЕНСКИЙ Юрий Владимирович – кандидат географических наук, доцент, доцент кафедры экономической и социальной

географии. ФГБОУ ВО «Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского» (410012, г. Саратов, ул. Астраханская, д. 83), e-mail: topofag@yandex.ru, ORCID: 0000-0003-2774-0554, SPIN-код: 1437-7336.

ЦОБЕРГ Ольга Алексеевна – кандидат социологических наук, доцент, доцент кафедры экономической и социальной географии, ФГБОУ ВО «Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского» (410012, г. Саратов, ул. Астраханская, д. 83), e-mail: olga.tsoberg@yandex.ru, ORCID: 0000-0002-0356-7040, SPIN-код: 5664-8606.

Third places in the city: spatial and temporal dynamics and adaptation to modern realities

Yu.V. Preobrazhenskiy, O.A. Tsoberg

Saratov State University, Saratov

The concept of the "third place" allows us to view the urban environment as a complex and multifunctional space. These "third places", on the one hand, significantly determine the nature of social activities of citizens, and on the other, they themselves are formed under the influence of social practices. In order to update this topic, we are exploring the concept of "third place in the city" largely based on foreign sources. The aim of this paper is to define the essence of a "third place" as a dynamic and multifunctional location within the urban environment. This article is based on research conducted at different levels of urban space, from local to agglomeration, as well as empirical analysis of practices shaping the urban spaces of major Russian cities. Functional and spatial approaches were the main methods used in this work. This made it possible to describe the third place as a mobile location, often combined with other places - the first and the second. The author proposes a vision of the fourth place, which "covers" the need for human recreation in nature. The study revealed the mobile essence of the third place within the conditional triangle of three dominants: entertainment, service, and "green". It also shows the "drift" of the third place throughout the year, which is typical of Russian reality. Adequacy of city authorities' measures to improve the urban environment from the perspective of the third place was discussed. An attempt was made to describe virtual third places - that is, online social interactions and possible consequences for the city from this trend. Thus, the third place can be considered a dynamic category within the urban space that defines and transforms it. The mobility of the third place can lead to a combination with the first and second places in some cases, and is also influenced by seasonal differences in human life and social practices.

Keywords: *third place, fourth place, social practices, dominants of social activity.*

Рукопись поступила в редакцию 15.08.2026

Рукопись принята к печати 18.08.2026