

Міністерство освіти і науки України
Український католицький університет
Факультет суспільних наук

Кафедра соціології

Дипломна робота на тему:
**Трансформація простору культурно-дозвілєвих практик молоді
в умовах пандемії**

Виконала студентка 4 курсу
бакалаврату за спеціальністю
«Соціологія», Група ССО-17Б
Сало Дарія Андріївна

Науковий керівник: доцент
кафедри соціології
Миронович Дмитро

Підпис:



Львів 2021

Зміст

Вступ02

Розділ I. Теоретична частина

1. *Огляд теорії*

1.1. Об'єкт і простір: основні теорії05

1.2. Роль публічного простору у місті, модель «хіпстерського» урбанізму07

1.3 Концепція «третіх місць»... ..13

1.4 Роль пандемії у трансформації публічних просторів міста16

2. *Концептуальний підрозділ*... ..

2.1 Соціальна взаємодія у рамках діяльності «третіх місць»... .. 20

2.2 Проблематика періодизації... ..21

2.3 Концептуальна схема для дослідження... .. 23

2.4 Гіпотези дослідження... ..24

Розділ II Методологічна частина

3.1 Теоретична інтерпретація понять... .. 27

3.2 Обґрунтування вибору методу дослідження... ..28

3.3 Розробка інструментарію... .. 30

3.4 Опис методів аналізу даних 33

Розділ III Емпірична частина

4.1 Коротка характеристика кожного кейсу:34

4.2 Просторова організація третіх місць 39

4.3 Трансформація третіх місць під впливом пандемії... .. 48

Висновки57

Список джерел і наукової літератури

Додатки

Вступ

Дане дослідження є логічним продовженням попередньої наукової роботи на тему культурно-дозвіллевих практик молоді та їх трансформації під впливом пандемії. Попередні дослідження допомогли окреслити структуру та визначити основні елементи дозвілля молоді. Значиму роль у культурно-дозвіллевій діяльності молоді відіграє фактор просторовості загалом, а особливо- феномен «третьох місць»- публічних просторів для неформальної взаємодії та формування мереж соціальних зв'язків. Просторовість і є тією сферою, на яку фактор пандемії вплинув найбільш гостро. Карантинні обмеження, що почалися з локдауну у березні 2020 року, тривають на території України уже рік- в залежності від критичності ситуації, міру обмежень посилює або послаблює уряд. Таким чином, з'являється ще один фактор, який зовні впливає на зміну форми простору для культурно-дозвіллевої діяльності молоді, що призводить і до трансформації структури соціальних зв'язків, і до зміни суб'єктивного сприйняття простору акторами, що входять у його організацію. Треті місця дозвілля молоді є елементом на мапі публічних просторів міста- з їх допомогою формується неформальна мережа зв'язків між молоддю та сферами діяльності локальних спільнот, їх присутність видимо впливає на розвиток культурного життя суспільства. Це дослідження покликане розкрити тему діяльності локальних третіх місць дозвілля молоді Львова у час пандемії на прикладі конкретних кейсів, що охоплюють різні сфери- від діяльності кав'ярень третьої хвилі до роботи молодіжних релігійних просторів.

Об'єкт дослідження: молодіжні простори Львова культурно-дозвіллевого спрямування

Предмет дослідження: трансформація культурно-молодіжних просторів Львова в умовах пандемії та під впливом карантинних обмежень

Мета дослідження: дослідити механізм функціонування «третіх місць» дозвілля молоді в умовах пандемії та їх трансформацію під впливом карантинних обмежень; на основі дослідницьких спостережень окреслити напрямки для подальших можливих соціальних досліджень цієї тематики.

Дипломна робота складається з:

вступу (2 ст.), теоретичного розділу (22 ст.), методологічного розділу (7 ст.), емпіричного розділу (22 ст.), висновків (2 ст.), списку джерел та наукової літератури, який налічує 36 позицій, і додатку.

Теоретико-методологічні засади дослідження простору

1.1 Об'єкт і простір: основні теорії

Що мається на увазі, коли ми апелюємо до поняття простору? У філософському сенсі, поняття простору настільки ж проблематичне, як і поняття часу. Можна стверджувати, що часу не існує - те, що ми вважаємо часом, є лише порядком, послідовністю певних подій. Тут ми неминуче стикаємося з проблемою визначення того, чи може бути простір окремим об'єктом досліджень, і як слід його позиціонувати. Це запитання становить частину проблематики взаємодії суб'єктивності, просторовості, та суспільства.

Для того, щоб окреслити основні підходи до вивчення проблем просторовості, звернемося до теоретичного доробку географа Бенно Верлена, автора праці «Суспільство, дія, та простір: альтернативна географія». Підхід Бенно Верлена здійснює суттєвий поворот у сфері соціальної географії. Автор критикує існуючі на той момент (80ті роки) теорії, що трактували простір як об'єкт, який визначає і детермінує дії акторів. Стверджуючи, що простір відіграє суттєву роль у формуванні соціальної реальності, науковець не підтримує бачення поняття простору як окремого об'єкта чи причини соціальних дій. Взамін Верлен пропонує географії як науці сфокусуватися на природі дій. Просторові проблеми в географії, згідно з Верленом, завжди співвідносяться з проблемою дії. Простір не може бути причиною і не може детермінувати будь-що. Розміщення у просторі має лише соціальний сенс, і це важливо, коли воно проходить через системи координат, що зорієнтовують поведінку індивідів». [2, с. 33] Таким чином він підкреслює значення дії як основного предмету соціальних наук, створює певних синтез наукових доробків Карла Поппера, Альфреда Шюца, і у певному сенсі, йде далі у розробці власної теорії.

Існує кілька базових філософських інтуїцій простору: Ньютона-Декарта,

Ляйбніца, і Канта [3, ст.22]. Вони відображають абсолютну (субстантивістську), реляційну, і епістемологічну ідеї відповідно. До теоретичного доробку Верлена найближчою є реляційна ідея Ляйбніца: *«Я припускаю, що простір [...] - це порядок співіснування. Простір- взагалі нічого не значить без тіла, однак він є можливістю для їх розміщення»*. Верлен особливо акцентує увагу на тому, що простір не існує як окремий матеріальний об'єкт чи самостійний теоретичний об'єкт для дослідження. І взамін пропонує власне визначення просторовості: *«Простір- не емпіричне, але формальне і класифікуюче поняття. Це система координат для фізичних проявів дії і позначення для проблем і можливостей, що стосуються виконання дій у фізичному світі.»* [2, ст.34].

Фактично, Ляйбніц з його ідеєю цілком не-фізичного та не-географічного осмислення простору є батьком топології, як про це пише Віктор Вахштайн у власній статті «Пересборка города: между языком и пространством». [3, ст.24]. У його моделі простір постає як цілком релятивістський феномен, що характеризується природою відносин, співіснування тіл. Це також співзвучно з ідеями актор-мережевої теорії, де об'єкти являють собою ефект певних стійких множинностей, або ж мережу відносин. Однією з фундаментальних тез власне цієї теорії є те, що об'єкти зберігають свою цілісність, допоки відносини між ними є стійкими і не міняють своєї форми. Один з теоретиків простору у актор-мережевій теорії, найближчий соратник Брюно Латура, Джон Ло, суттєво вплинув на розвиток соціальної топології у даному контексті. Мережа відносин трактується Ло як топологічна система, певна форма просторовості. Простір, завдяки Ляйбніцу- це порядок об'єктів, об'єкти- суть перетин відносин. Зміна відносин призводить не тільки до зміни самих об'єктів, але й до зміни форм простору [3, ст.26].

Реконцептуалізацію простору Ляйбніца осмислює Віктор Вахштайн, у роботі, вже згаданій вище. Вахштайн у своїй роботі намагається розкрити відношення міського простору з ідеологією, мовою яка може впливати на його

формування. Однак у кінцевому результаті науковець приходить до висновку, що немає жодної різниці між «містом» і його «ідеологіями». Є лише дві топологічні системи, дві форми просторовості міста, одна з яких стосується фізичного простору (порядок відносин між матеріальними об'єктами), а інша- мережевого або ж синтаксичного простору, де між матеріальними та нематеріальними об'єктами існують певні відносини. Обидві форми просторовості тісно пов'язані між собою, і цілісність просторових об'єктів визначається лише у сталості відносин з іншими об'єктами. Матеріальні та нематеріальні аспекти простору тісно взаємодіють між собою, формуючи єдиний феномен. [3, ст.33].

1.2 Роль публічного простору у місті, модель «хіпстерського» урбанізму

Для того, щоб означити поняття публічного простору і публічності у місті як такої, я звернулась до збірки статей «Урбаністичні студії- (Не)Задоволення публічними просторами» 2017 року видання, що присвячена проблемним вимірам урбаністичного життя та переосмисленню ролі публічних просторів у формуванні міської спільноти. [8]. Які існують підходи до визначення публічного простору? У розгляді цього поняття я опиратимусь в основному на наукову роботу Ігора Тищенка, дослідника міст, аналітика з міських політик і міського розвитку аналітичного центру CEDOS, що увійшла до згаданої вище збірки статей. Науковець для початку зазначає, що публічність, як і анонімність та мобільність- є однією з необхідних складових сучасного міста. Публічні простори є у певному розумінні сценою, де відбувається уся взаємодія поза межами помешкання- це щоденна комунікація, споживання, дозвілля. Важливо розуміти, що виміри публічного простору, як загальнодоступність та відкритість не є сталими, і межі його публічності різняться в залежності від конкретних умов та соціальних, політичних, культурних чинників. Також публічні простори можуть відігравати значну роль у формуванні громадської думки мешканців міста та її вираженні (особливо у тих випадках, коли це

стосується політичних процесів). [8, ст.66].

Американські соціологи міста Захарія Ніл та Ентоні Орем пропонують наступне визначення публічного простору: «це всі простори, відкриті та доступні для всієї публіки в суспільстві, впринципі, хоча необов'язково на практиці». [26, ст.1] Також окрім фізичних просторів, існують і віртуальні мережі, що в теорії відкриті для всіх, однак за формою власності є приватними. Фактично, можна виділити дві головні ознаки публічного простору- відкритість та доступність. Однак таке визначення публічного простору не достатнє, для того щоб вичерпно описати його роль та функції у діяльності міських спільнот. Тут важливо звернутись до третьої ознаки- інтерсуб'єктивності. Інакшими словами, це характеристика простору, що дає можливість потенційної зустрічі, контакту між людьми.

Дослідниця Маргарет Кон особливо акцентує на ознаці інтерсуб'єктивності, зазначаючи що важливо враховувати характер інтеракцій, яким сприяє публічний простір. Одні простори допомагають відбуватись непланованим контактам між людьми, тоді як інші можуть лише посилювати соціальну ізоляцію, спрямовуючи громадську увагу на певний об'єкт, обмежуючи характер соціальних взаємодій. До другої категорії ми можемо віднести, скажімо, торгові центри, і назвати подібні простори «псевдопублічними», або ж соціальними. Щоправда, Маргарет Кон визначає такий феномен по іншому, використовуючи поняття «спектаклю/видовища», запроважене Гі Дебором. На думку дослідниці, простори видовищ (спектаклів)- кінотеатри, стадіони, виставкові зали та подіуми збирають тисячі людей разом, однак виключають можливість зустрічі, діалогу. [18, ст.1-7]

Можна визначити три основних підходи, що охоплюють усі пов'язані з публічними місцями дискурси: економічний, соціально просторовий, і політичний. Так як тематика даної роботи стосується радше інтеракцій та соціальної взаємодії, зосередимось на соціально-просторовому підході. Він

характеризується розумінням публічного простору як інструменту для здійснення соціальної активності- зібрань, спілкування, прогулянок, фланерства. Соціопросторовий підхід особливо наголошує на інклюзивності міського простору, що забезпечуватиме можливість для комунікації та взаємодії усім представникам міської спільноти. Такий підхід перегукується з ідеєю «хіпстерського» урбанізму, що на противагу ідеї високого урбанізму з його містами- машинами та ідеям лівого урбанізму [4], проголошує еру міста як сцени для взаємодії, місця живих зустрічей. Модерністи інвестують у хмарочоси та шосе, ліві- у доступне житло та громадський транспорт, ну а хіпстери- у велодоріжки, парки, та пішохідні зони, пише Вахштайн у своїй роботі. [3, ст.14] Філософію «хіпстерського» урбанізму, якнайкраще відображає наратив міста як події, вечірки. Вона активна поширюється містами Європи, трансформуючи вигляд та соціальну взаємодію міст, відображаючись, наприклад, у гаслах «I am Sterdam», або ж «Instanbul the cool».

Яким чином публічний простір осмислюється в рамках згаданих вище концепцій? Лівий урбанізм позиціонує публічний простір в розумінні суспільного простору, де члени спільноти збираються для обговорення питань, що стосуються їх подальшої долі та ідентичності (як у випадку Євромайдану). Тут можна провести аналогію з агорою- публічним простором давньогрецьких полісів. Немає комунікації, і суспільного діалогу- немає публічного простору. Немає публічного простору- немає політики.

У концепції «хіпстерського» урбанізму публічний простір кодифікується кардинально інакше. Тут публічним простором вважається такий простір, що робить можливою ситуацію співприсутності з іншими людьми. Тут діють не члени суспільства, а радше спостерігачі.

Віктор Вахштайн підкреслює, що такий спосіб осмислення міського простору напряду не стосується самої субкультури тих, кого називають хіпстерами. Такі моделі розвитку міста задаються радше режисерами міського простору, аніж

напряму його мешканцями, хоча вони і перебувають у ситуації тісної взаємодії. [3, ст.14] Яскравим прикладом такого міста є Стамбул, що перетворився у мекку хіпстерського туризму. У останньому підрозділі теоретичної частини я ще раз згадаю про Стамбул в контексті соціологічних дослідження трансформації публічних просторів в умовах пандемії. [25]

Підсумувавши, можемо сказати, що соціопросторовий підхід до розуміння міста мав би наголошувати на інклюзивності організації міського простору, що захочуватиме мешканців активно використовувати площі, парки та інші публічні простори і сприятиме міському різноманіттю. Міста з різною забудовою, неоднорідним ландшафтом, і великою кількістю публічних просторів сприяють вибудовуванню у жителів явних символічних зв'язків із простором і певних ментальних карт. Про це йдеться також у книзі «Смерть і життя великих американських міст» Джейн Джейкобс [17], де вона досліджує, як такі аспекти як безпека, різноманіття, життєвість пов'язані із типами просторової організації і як необачні втручання в тканину міського життя здатні швидко зруйнувати соціальну гармонію [8, ст.70].

Поняття публічного простору також тісно пов'язано з поняттям права на місто, що розкриває певну проблематику характеру міських просторів. Адже публічні простори якраз мали б бути не лише місцем повсякденних інтеракцій, а й місцями, де представники окремих спільнот мають єдину можливість бути побаченими та почутими. Право на місто, на чому особливо акцентує увагу Лефевр, маніфестує себе як найвища форма прав, право на свободу, на колективний витвір, на участь і апропріацію. [22, ст.173-174] Практичний аспект таких прав полягає у доступі до ресурсів міста. Це право на міське життя, на місця несподіваних зустрічей та обмінів, на ритми життя і використання часу, яке б робило можливим повне і вичерпне використання цих моментів і місць. [22, ст.179] Важливо, що це право полягає також у праві бути не вилученим з публічного простору. Часто цей аспект права на місто є

проблематичним, особливо коли це стосується інфраструктури сучасних українських міст. У містах все більше публічних просторів стають підконтрольними владою через патрулювання, камери спостереження, що дозволяє правоохоронним структурам оперативно реагувати на появу «небажаних активностей».

Науковці Дон Мітчелл та Шерон Зукін також піддають критиці і масове застосування соціопросторового підходу в організації публічних просторів, в рамках якого зовнішнє поліпшення середовища сприяє заохоченню діяльності представників креативного класу, ігноруючи потреби інших, небажаних користувачів публічного простору: безхатченків, бідних, робітників мігрантів, тощо. [23]

У своїй роботі Ігор Тищенко також висвітлює проблему потенційного зникнення живих публічних просторів у постсоціалістичних країнах, аргументуючи свою тезу зникненням у містах таких ознак публічності, як вільний необмежений доступ, вільна комунікація між громадянами, чітке розмежування публічного і приватного. Класичні міські публічні простори переживають кризу- і хоч у самій статті про це не згадано, однак варто припустити, що ситуація пандемії лише загострила проблемні аспекти функціонування публічних місць. Також це пов'язано з приватизацією, занепадом публічного життя, і самого феномену публічної людини, з розмиванням поняття місця у сучасній постмодерній культурі. [8, ст. 71],

Впливають на трансформацію публічних місць і стрімке зростання мобільності, та розвиток альтернативних віртуальних просторів. Такі зміни призводять до появи нового соціально-антропологічного феномену- феномену «не-місця», яке запропонував французький антрополог Марк Оже. Не-місця- це місця транзитності, позбавлені ідентичності та історії, місця споживання і невизначеності. Тоді як Оже наводить у приклад таких місць термінали і транспортні станції, дослідник Георг Зіммель стверджує, що поняття не-місця

можна поширити фактично на усі тимі просторів сучасних міст- вулиці, площі, торгові центри- усі місця, де відбувається рух [7]. Індивідуалізація суспільства, що пов'язана зі зростанням мобільності і зростанням практик споживання найбільше шкодить публічному життю міста і його культурі. На думку дослідників Річарда Сеннета і Зігмунда Баумана, існують два типи псевдопублічних просторів. Перший- це монофункціональні простори міських площ, офісів, що є непривітним, незручними, і не викликають бажання у них залишатись на довший час. Такий спосіб знищення публічного життя через архітектурне проектування що унеможливорює інтеракцію, є більш витонченим, ніж та ж приватизація. Другий тип псевдопублічного простору- це простір споживання, що слугує перетворенню міщанина у споживача. Відчуття спільності у подібних просторах є відчуттям спільного залучення до споживання. [1, ст. 104-106].

Окремою темою для урбаністичних досліджень є питання трансформації публічного простору у пострадянських країнах. Фактично, усі радянські простори за умовчанням були публічними, однак держава здійснювала ретельний контроль за усіма громадськими активностями. Формально простори належали усім, але були не живими, не гостинними. Вони слугували передовсім ідеологізації населення та формуванню радянської людини. Єдиним типом публічного простору, де можна було почуватися трішки вільніше, були парки і зелені зони, як зазначає Олег Паченков [7]. Саме через таку специфіку функціонування радянських міст пізніша індивідуалізація суспільства вразила постсоціалістичні країни значно сильніше, ніж це відбулось на Заході. Занепад публічних просторів полягав не так у їх приватизації, як у зникненні самої «публіки», публічної людини. На заміну публічності, керованою владним структурами, приходять псевдопублічність. Суспільне життя зникає з міст не тому, що хтось його забороняє, а тому що мешканцям це більше не цікаво. І хоч для українських міст залишаються актуальними проблеми приватизації,

псевдопублічних просторів, тощо, принаймні тенденції які стосувалися нормативності частково змінились через трансформації постмайданного періоду в Україні. Власне, Майдан зокрема став вираженням спротиву політиці очищення публічного простору від усього, що не відповідає поглядам влади на нормативну публічність. [8, ст.72]

1.3 Концепція «третьох місць»

Повертаючись до моделі «хіпстерського» урбанізму як до способу творення та осмислення міста, що була описана раніше, я хотіла б звернутись до поняття «третього місця», яке співзвучне з концепцією міста як місця зустрічі, свята, вечірки. Концепт «третього місця» я уже використовувала у моїх попередніх дослідницьких роботах, де досліджувала характеристики дозвіллевих практик молоді. Отже, було з'ясовано, що значимою частиною повсякденного життя і дозвіллевих практик молодих людей є «третє місце»- публічні простори для неформальної взаємодії.

Цей термін запропонував соціолог Рей Ольденбург, для позначення місць які не є домом чи місцем роботи, а є соціальним середовищем, незалежним від двох інших, де дім є першим місцем, а місце роботи чи навчання- відповідно, другим. Дослідник вважав ці простори якорями для розвитку суспільства, і міського життя, та у своїй книзі «Велике хороше місце» наголошує на важливості місць соціальних зібрань, як таких що задовольняють соціальні потреби людини і підвищують якість життя. [27]

Першопочатково, Ольденбург вирізняє кілька основних характеристик «третього місця»:

- 1) нейтральний простір – ніхто не виступає в ролі головного;
- 2) зрівнює – люди приходять, і вільно спілкуються, незважаючи на соціальноекономічні страти
- 3) бесіда є основним заняттям, присутня ігрова і неформальна атмосфера
- 4) місце є легко доступним;

- 5) присутність завсідників-люди, що присутні завжди, оживляють це місце
- 6) низький поріг- будь хто може прийти;
- 7) грайливий настрій- відсутність тиску при взаємодії;
- 8) комфортна атмосфера, «як вдома».

Не завжди даний термін застосовується у відповідності до всіх характеристик, які першопочатково задав його автор. Однак концепція третього місця є зручною для визначення специфічного типу публічного простору міста. Власне, з точки зору «хіпстерського» урбанізму, третє місце і є прикладом найбільш вдалого публічного простору.

Опираючись на топологічну теорію, описану у першому підрозділі теоретичної частини роботи, припустимо що «третє місце» є феноменом, де взаємодіють між собою фізичний (евклідовий) простір та мережевий, синтаксичний простір. Також згідно з цією теорією, цілісність, неперервність форми об'єкту (в даному випадку таким об'єктом є третє місце) залежить від стабільності порядку відносин. Об'єкт залишається тим самим, поки зберігає своє місце у стійкій мережі відносин з іншими об'єктами, і поки всі його елементи зберігають свою функціональність. [6, ст. 35]Отже, варто задати питання, які характеристики/елементи роблять третє місце- третім місцем, і чим воно відрізняється від інших публічних просторів міста? Якщо узагальнити і конкретизувати ознаки, які сформував Рей Ольденбург, отримаємо наступні невід'ємні риси третього місця:

- інтерактивність (це простір для потенційної зустрічі, взаємодії)
- формальна доступність
- статичність (тобто, можливо повернутися в той самий простір)
- орієнтованість на спілкування і дозвілля (не споживання, не політичні маніфестації, не освіта)
- визначеність у межах

-низький поріг для учасників

-вільний «вхід» і «вихід»

Прикладом «третьох місць» Рей Ольденбург вважав бари, перукарні, кав'ярні, тощо. Однак я пропоную переосмислити цей концепт, не прив'язуючи його до конкретно названих місць. Головні ознаки третього місця не вказують на конкретні заклади а радше на характер взаємодії людей, що є його завсідниками. Тому зрозуміло, що третє місце може існувати і у віртуальному просторі- як сторінки для спілкування, форуми, тощо. Це дає багату поживу для досліджень взаємодії фізичного та віртуального просторів.

Важливо розуміти, що третім місцем у фізичному розумінні може бути будь-який простір, за умови дотримання усіх вищезгаданих ознак- це може бути храм, театр, кафе, клуб, шмат бетону в парку, закинута будова, що завгодно. І хоч у кафе, театрів, і подібних культурних закладів є більша схильність до того щоб стати «третьім місцем», вони можуть ними абсолютно не бути. Третє місце можуть суттєво впливати на розвиток локальних спільнот, стаючи платформою, сценою для взаємодії людей. Коли йдеться про фізично існуючі простори, формальна їх сторона може бути другорядною: наприклад, коли люди приходять поспілкуватись, або ж очікують когось зустріти, під приводом «зайти випити кави». Можна було б назвати концепт третього місця «неодноразовим місцем зустрічі», напіввідкритою спільнотою, де є простір для тих, хто вже ознайомлений з правилами цього місця, так і потенційна можливість будь-кому, за бажання, долучитись до нього, чи покинути в будь-який момент.

Фактично, третє місце є платформою для формування локальних спільнот, але і також здатні відігравати значну роль у формуванні мережі слабких соціальних зв'язків. Цю тематику у своїй роботі досліджує американський соціолог Марк Грановеттер. Зокрема, дослідник поділяє усі соціальні зв'язки на «слабкі» та «сильні», за критерієм емоційного зв'язку та частотою контактів між особами. У своїй статті «Сила слабких зв'язків» автор обґрунтовує тезу про те,

що слабкі соціальні зв'язки є більш ефективними для формування соціального капіталу та поширення різної інформації. Наявність мережі слабких зв'язків у конкретної особи нівелює дію «соціальної бульбашки», адже чим менше у суб'єкта непрямих контактів, тим обмеженішими будуть і його знання про світ, що знаходиться за межами його дружнього кола. [4, ст.41]. Для того, щоб у суспільстві було багато слабких зв'язків-мостів, необхідно хоча б кілька різних соціальних контекстів, у яких люди можуть подібні зв'язки сформувати. У конкретному дослідженні буде цілком логічним припустити, що третє місце і є полем для формування подібних слабких соціальних зв'язків, що утворюють навколо себе мережу для неформального спілкування молоді та набуття соціального капіталу [4, ст.45].

Окремим аспектом феномену третіх місць є відчуття приналежності і побудова ментальних мап у пов'язаних із простором осіб. Коли у людини з'являється улюблене «третє місце» для проведення дозвілля, улюблений паб чи театр або ж храм, це звісно ж, впливає на її почуття приналежності до простору та відчуття самоідентифікації. Наявність таких місць у фізичному просторі змінює щоденні маршрути містом, вносить значні трансформації у тканину людської повсякденності, формує відчуття приналежності до спільнот чи просторів.

Така ознака третього місця, як статичність, допомагає у формуванні відчуття приналежності до нього, через можливість повернутися. Відчуття приналежності у своїй суті багатовимірне, і будується на повсякденних практиках людини [29, ст. 334], що прямо стосується культурно-дозвіллевих практик. Через відчуття приналежності фізичні місця набувають свого значення в межах суб'єктивного досвіду однієї людини, чи цілих спільнот. Вони можуть стати частиною нашої ідентифікації- як у випадку, коли асоціюємо себе з місцями дитинства. [29]

1.5 Роль пандемії у трансформації публічного простору

Проблематика кризи і зникнення публічних просторів міста ще більш загострилась з часу початку світової пандемії. Ось уже рік Європа, і зокрема Україна теж, переживають постійні загострення- послаблення карантинних обмежень, що почались у березні 2020 року. Необхідність подібних заходів з боку владних структур повернула публічним просторам зовнішню підконтрольність. В залежності від вказівок влади, патрульні служби обмежують небажану активність у просторах міста. Найгострішим періодом у даному контексті став березень- травень 2020 року, коли під заборону відвідування потрапили не лише кафе та інші публічні місця, а й зелені зони- парки та ліси.

У період жорсткого карантину в Україні існування «третіх місць» або повністю припинилося, або ж (як можна було б припустити), перейшло у так зване «підпілля» чи віртуальний формат. Карантинні обмеження зробили неможливим існування третіх місць у фізичному просторі міста. В умовах пандемії неможливими для виконання стали усі характеристики третіх місць у фізичному просторі- інтерактивність, доступність, і т.д. Беручи до уваги топологічну теорію, згідно з якою об'єкти залишаються цілісними лише тоді, коли зберігають певну конфігурацію внутрішніх і зовнішніх відносин- поняття публічного простору, і третіх місць зокрема, зазнало серйозної трансформації під впливом зовнішніх обмежень. Такий погляд на характер публічних місць провокує наступні запитання- чи залишаються «треті місця» третіми місцями, коли змушені перенести свою діяльність у підпілля? Або ж у такому випадку, має місце уже зовсім інший феномен? Наскільки здатні треті місця існувати у віртуальному форматі? І чи опісля усіх змін, що відбувались впродовж року, публічні простори здатні повернути собі стару роль у функціонуванні міста, або ж уже ні?

Якщо розглянути проблематику трансформації третіх місць в умовах

пандемії крізь призму теорії Марка Грановеттера про силу слабких зв'язків, то умови карантинних обмежень є тим фактором, що міг посприяти руйнації слабких соціальних зв'язків на користь посилення уже наявних сильних зв'язків, що може значно ускладнити процес набуття соціального капіталу. [4]

І хоч проблематика трансформації простору міста в умовах пандемії залишається досить свіжою, дослідження на цю тему уже можна знайти у відкритому доступі, і до одного з них я хотіла б звернутись, щоб проілюструвати специфіку подібної теми. Йдеться про дослідження, що відбувалося у липні 2020 року у Стамбулі, Туреччина. [25] Метою даного дослідження стало вивчення трансформацій у сприйнятті та користуванні публічними та псевдопублічними просторами мешканцями Стамбулу впродовж жорстокого локдауну навесні. Його автори припустили, що спалах Covid-19 став поворотним моментом, який назавжди змінив сприйняття та використання публічних просторів. У цьому контексті вони дослідили кейс міста Стамбул, провівши онлайн-опитування за участю 337 учасників з 1 по 5 червня 2020 року. До запитальника увійшли питання про соціально-демографічні характеристики респондентів (вік, стать, рівень доходу, рівень освіти, сімейний стан, статус зайнятості, тощо), житлові умови, в яких вони проживають (власність будинку, тип проживання, тривалість проживання в Стамбулі тощо) та використання ними публічних просторів, торгових центрів та онлайн-відео платформ і ставлення до них. В якості вторинних даних використовувались такі фактори, як площа зелених насаджень на душу населення, кількість та загальна орендна площа торгових центрів, а також загальна чисельність населення за районами. [25, ст.5]

Автори досліджень також умовно згрупували усі запитання за такими часовими категоріями:

-Загальна оцінка та ставлення (безвідносно до спалаху пандемії)

-Практики відвідування публічних, псевдо-публічних, та віртуальних просторів перед спалахом пандемії (минулий час)

-Практики відвідування публічних, псевдо-публічних, та віртуальних просторів під час локдауну (теперішній час)

-Практики відвідування публічних, псевдо-публічних, та віртуальних просторів після локдауну (майбутній час).

Перші два питання, що стосувались суб'єктивного сприйняття та ставлення респондентів до публічних просторів, звучали так:

1. Що першим приходить вам на думку, коли ви чуєте словосполучення «публічний простір»?
2. За якими місцями у часі локдауну ви сумували найбільше?

Відповіді на перше запитання варіювались від найбільш конкретних до дуже абстрактних понять. В загальному, респонденти визначають публічний простір як легко доступне, відкрите для кожного, приналежне суспільству місце.

Відповіді на друге запитання свідчать про те, що у часі локдауну мешканцям найбільш бракувало відкритих зелених зон (72% респондентів), а на другому місці- кафе і ресторани (54% респондентів). [25, ст.6]

Статистичний аналіз крос-табуляцій за даними з другого запитання показав, що зацікавлення публічними просторами найбільше залежить від гендеру (зі всіх особистих характеристик). Серед різних публічних місць користування такими просторами, як міські площі, найменш залежало від персональних характеристик, тоді як кафе та ресторани були навпаки дуже чутливими до них. Жінки у порівнянні з чоловіками, одинокі в порівнянні з одруженими, молоді люди у порівнянні зі старшими, і ті що належали до групи з вищим доходом у порівнянні з біднішими респондентами сумували через закриття кафе та ресторанів більше.

Третє запитання було про те, чи вплине пандемія Covid-19 на частоту

відвідування публічних просторів. Результати дослідження свідчать про те, що існує статистично значуща різниця між частотою відвідування публічних просторів до та після спалаху пандемії. 67,1% респондентів зазначили, що відвідували публічні місця кілька разів на тиждень до пандемії, і згідно з відповідями, цей показник знизиться як мінімум до 41,5%.

Це вказує на те, що вплив травми, спричиненої пандемією, на активність в публічних просторах триватиме ще довгий час опісля неї.

Згідно з загальними результатами цього дослідження, можна вивести наступні тези/висновки про природу та майбутнє публічних просторів у пост-пандемічному світі:

-такі публічні простори, як великі торгові центри, та інші масивні комплекси, спрямовані на споживання, зазнали краху- частота їх відвідування значно зменшилась після карантину. Мешканці, у чийх районах присутні зелені зони у пішій доступності, більш схильні проводити дозвілля саме там.

-просторове дистанціювання, ймовірно, буде включено до критеріїв міського проектування громадських та псевдопублічних просторів. Замість планування величезних і багатолюдних приміщень, таких як великі площі та величезні торгові центри, швидше за все, відбудеться перехід до планування великої кількості дрібних громадських приміщень у пішій доступності для мешканців.

Що стосується віртуальних просторів, з результати дослідження у Стамбулі свідчать про те, що локдаун і досвід пандемії знизили зацікавленість мешканців міста у віртуальному просторі як просторі для дозвілля, однак використання онлайн-платформ для покупок та спілкування збільшилось.

Підсумовуючи, можна ще раз наголосити на тому, що пандемія може радикально змінити дозвіллєві практики мешканців міста, пов'язані з використанням та відвідинами публічних місць. Автори підкреслюють, що

необхідно проводити більше подібних досліджень з різних країн Європи та світу, щоб зрозуміти, як трансформуватиметься пост-пандемічне місто навіть за довгий час опісля карантинних обмежень.

2. Концептуальний підрозділ (5-10 стор.)

2.1 Соціальна взаємодія у рамках діяльності «третіх місць»

Теоретичний доробок першого розділу розкриває різні аспекти проблематики публічних просторів та їх трансформації в умовах пандемії- на прикладі кількісного соціологічного дослідження у Стамбулі, Туреччина.[25] У своєму дослідженні я хотіла б сфокусуватись конкретно на трансформації третіх місць, що відповідають концепції публічних просторів міста, але є характеризують дещо вузький феномен, який є невід'ємним від аспекту культурно-дозвіллевих практик. Йдеться про «треті місця» дозвілля молоді, осередки неформального спілкування та соціальної взаємодії. Варто ще раз окреслити усі складові, які формують «третє місце» як об'єкт:

-фізичне місце з обмеженими границями (які можуть не обов'язково окреслюватись фізично, однак для відвідувачів інтуїтивно зрозуміло, де закінчується простір). При цьому варто розуміти, що треті місця можуть існувати і у віртуальному просторі, однак у цьому дослідженні я аналізуватиму лише фізично існуючі простори.

-основна мета- спілкування та неформальна взаємодія (дозвілля)

-низький поріг для відвідувачів

-присутність «завсідників»

-специфічна атмосфера, яка відображається у атрибутиці та ідеї простору

Соціальна взаємодія у просторі третіх місць формується наступними групами акторів: це власники, працівники простору, та власне, його відвідувачі, які також можуть бути розділеними на кілька категорій: постійні відвідувачі, випадкові відвідувачі, пасивно-зацікавлені відвідувачі. Тут важливо те, що ситуація пандемії вводить у такого роду соціальні зв'язки ще одного актора-

місцеву владу, яка керуючись вказівками Верховної Ради вводить обмеження на діяльність третіх місць. В залежності від жорсткості обмежень, соціальна взаємодія у просторі третіх місць вимушено змінюється, трансформуючи всю внутрішню структуру простору.

2.2 Проблематика періодизації

Так як це дослідження покликане дослідити певні зміни, що відбувались з третіми місцями під впливом пандемії, постає наступне читання- який часовий відрізок варто обрати для аналізу, і яким чином концептуально можна його поділити? У прикладі з дослідженням у Стамбулі, періодизація була досить простою- практики до/під час/та після жорсткого локдауну. Така хронологічність була цілком виправданою, оскільки дослідження проводилось у липні 2020 року, і дозволяло зібрати свіжі дані про карантинні та пост- карантинні практики мешканців міста. Що стосується даного дослідження, тут ми стикаємось з дещо складнішою ситуацією. Пандемія в Україні триває уже рік, і з березня 2020 року карантинні обмеження що стосуються діяльності публічних місць, то посилювались, то послаблювались. При цьому, ніде немає чіткого хронологічного опису усіх локдаунів та заборон. Тому я вирішила зосередитись на періодах карантинних обмежень, що прямо стосувалися роботи культурних закладів та закладів харчування. Через таку призму можна виділити кілька наступні часові відрізки, коли діяльність вищезгаданих закладів була забороненою:

-16 березня- 10 червня 2020 року

Саме в цей період була обмежена не лише обмежена діяльність культурних закладів та закладів обслуговування, а й свобода пересування на вулиці, а також під заборону потрапило відвідування зелених зон.

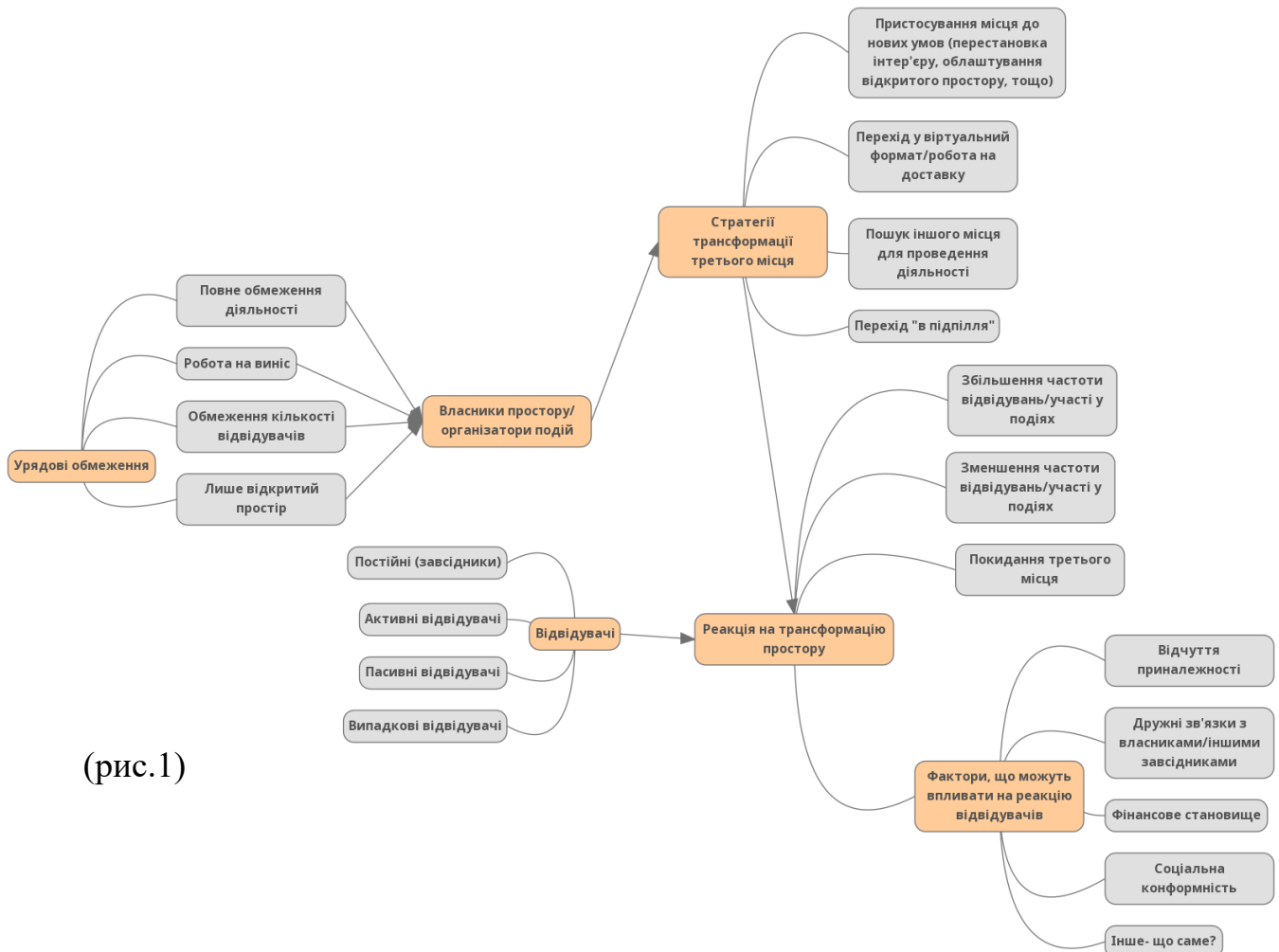
-14-30 листопада 2020 року (карантин вихідного дня)

діяльність закладів культури та харчування припинялась на час вихідних- субота- неділя

- 8-24 січня 2021 року

-19 березня- 26 квітня 2021 року

Період першого, і найжорсткішого локдауну цікавий для соціальних дослідників тим, що саме його мешканці міст переживали найгостріше. Подібні обмеження вводились вперше, і до загальної тривоги, пов'язаною з поширенням вірусу, додалися також болісні переживання різкої зміни повсякденної та дозвіллевої діяльності, пов'язаної з простором міста. Запитання з дослідження у Стамбулі «За якими місцями ви сумували найбільше у період локдауну?» вартісне і важливе, оскільки воно розкриває тему відчуття приналежності та ідентифікації з публічними просторами міста, яка могла б залишитися непоміченою за звичайних умов. На основі попередніх напрацювань, соціальну взаємодію між різними групами акторів, включених у діяльність «третіх місць», під впливом факторів карантинних обмежень, можна проілюструвати наступним чином:



(рис.1)

На концептуальній схемі (рис.1) зображені процеси реакції на карантинні обмеження, з боку різних груп акторів- власників третіх місць та їх відвідувачів. Власники за різних умов змушені адаптувати діяльність третіх місць. В залежності від того, наскільки ці трансформації суттєво змінюють середовище, відвідувачі реагують відповідно: за певних умов частота їх відвідин може збільшитись, або ж навпаки зменшитись. В критичній ситуації відвідувач (завсідник) третього місця може і зовсім його покинути. Також на схемі зображені фактори, що можуть вплинути на потенційну реакцію відвідувачів: це зокрема, відчуття приналежності до конкретного простору, дружні зв'язки з його власниками чи іншими завсідниками, які радше позитивно вплинуть на реакцію. Є також і фактори, що можуть вплинути на негативне рішення: зміна фінансового становища, соціальна конформність, тощо. Можливо, існують і інші фактори, що можуть вплинути на подібні рішення.

Всі види досліджень: завдання, які слугують отриманню відповіді на дослідницькі запитання

1. Пошук теоретичного матеріалу, огляд соціологічних теорій, пов'язаних із темою дослідження
2. Огляд наявних досліджень за темою
3. Розробка концептуальної схеми дослідження
4. Інтерпретація основних понять
5. Розробка гіпотез у відповідності до концептуальної схеми та дослідницького запитання
6. Розробка методології дослідження
7. Пошук відповідних кейсів для аналізу
8. Проведення глибинних інтерв'ю
9. Емпірична обробка та аналіз зібраного матеріалу
10. Написання висновків та аналіз можливих напрямів розвитку дослідження.

2.4 Гіпотези дослідження

У побудові гіпотез для дослідження я спиратимусь на концептуальну схему, зображену на рис.1.

X1. Через умови карантинних обмежень заклади культурного дозвілля опинились в ситуації нерівності.

Пережити карантинні обмеження без значних втрат у кількості відвідувачів вдалося тим публічним просторам, у яких було більше альтернативних варіантів для ведення своєї діяльності- відкритий простір, підпільна діяльність, видозміна простору закладу, тощо. Відповідно, у закладів харчування існувало більше альтернатив для ведення діяльності, ніж у закладів культури, які були змушені повністю припинити свою діяльність або ж повністю перевести її в онлайн-формат. Можна припустити, що це напряду впливає на відвідуваність аудиторії третіх місць.

X2. На період карантинних обмежень аудиторія третіх місць обмежувалась лише завсідниками- тобто аудиторією постійних відвідувачів, у яких присутнє відчуття приналежності до простору.

Водночас відчуття приналежності/наявність дружніх зв'язків у аудиторії третіх місць було фактором суттєвої підтримки третіх місць за умови карантинних обмежень.

X3.. Перехід діяльності третього місця у «підпілля» створює умови для подальшої сегрегації аудиторії.

У такому випадку третє місце втрачає одну зі своїх характеристик- це відкритість, і низький поріг входу для відвідувачів. Можливість переходу у підпілля позитивно впливатиме на відчуття приналежності тієї аудиторії, що включена у підпілля- постійні клієнти і завсідники. Однак за умови такої сегрегації (що може залишитись і після завершення карантинних обмежень), новим людям буде важче потрапити туди, і включитись у діяльність місця.

X4. Аудиторія третіх місць більш схильна обирати варіант живої взаємодії,

навіть за умови певних обмежень, ніж віртуальну альтернативу діяльності третіх місць. Можливість фізичної присутності, навіть за умови жорстких обмежень, виграє поряд з опцією віртуального дозвілля. [28] Саме ця опція була єдиною можливою пропозицією для продовження діяльності в контексті закладів культури- театрів, музеїв, галерей

X5. Тривала відсутність контакту із третім місцем спричинює відтік відвідувачів після завершення періоду карантинних обмежень.

Відвідуваність, і контакт із третім місцем у будь-якому форматі сприяє побудові звички, та певних ментальних мап аудиторії простору. За умови тривалої відсутності контакту може статись відтік відвідувачів, які за час обмежень змінили повсякденні дозвіллі практики і перестали ідентифікувати себе з третім місцем.

Варто зазначити, що окреме дослідницьке зацікавлення становить такий аспект феномену «третіх місць», як їх роль у житті молоді. Можна припустити, що треті місця не лише є сценою для неформальних взаємодій з однолітками та культурними феноменами, а й відіграють значну роль у формуванні спільнот та розвитку думок, альтернативних до пропонованих у офіційних інституціях. У певних випадках для молоді треті місця є єдиною можливістю самовираження та розвитку, за умови що вони не є присутніми у формальних сферах їх життя. Кажучи «третє місце» маються на увазі не конкретно визначені фізичні простори- незважаючи на те, що найбільше під таке визначення все ж підпадають кав'ярні і бари покоління «хіпстерського» урбанізму, ними можуть бути і кінотеатри, і храми, в залежності від ситуації. Однак все це є окремою темою, що потребує окремого ґрунтовнішого дослідження.

3. Методологічна частина

3.1 Теоретична інтерпретація понять:

Дозвілля – сукупність видів діяльності (занять), які здійснюються у вільний час для задоволення певних фізичних, інтелектуальних, соціальних і культурних потреб. У широкому значенні дозвілля ототожнюють з вільним часом, який розуміють як час, вільний від службових, а також багатьох домаш. обов'язків (прибирання житла, приготування їжі, робота на присадиб. ділянці та ін.)

Культурно-дозвілєві практики - практики, що причетні до творення, поширення і збереження культурних цінностей. Передбачається, що здійснення цих практик продиктоване потребою людини у культурній діяльності- прикладом таких потреб може бути творчість, ігри, туризм, релігійні практики, тощо.

Третє місце- соціальне середовище, що відділене від двох звичних соціальних середовищ: дому (перше місце) і робочого місця (друге місце). Це місця соціальної інтеракції, призначені для обміну ідеями, хорошого часопроведення, і побудови нових соціальних зв'язків. Акторами, що діють в мережі соціальних зв'язків третіх місць, є: власники простору, та відвідувачі.

Пандемія (грец. πανδημία — всенародний, від παν — увесь + δῆμος «демос» — народ) — форма епідемічного процесу, для якої характерно інтенсивне масове поширення інфекційного захворювання та охоплення ним населення всієї країни, декількох країн світу або континентів. За визначенням ВООЗ, пандемія — це поширення нового захворювання у глобальних масштабах з ураженням частини населення за відносно короткий проміжок часу.

3.2 Обґрунтування вибору стратегії та методу дослідження

Для даного дослідження я прийняла рішення застосувати стратегію кейс-стаді-тобто, ситуаційний якісний аналіз конкретних випадків, із використанням даних, зібраних за допомогою глибинних інтерв'ю з експертами (5 інтерв'ю). Я обрала саме цю стратегію, оскільки кейс-стаді дозволяє дослідити конкретно існуючі феномени соціальної реальності. Стратегія дослідження кейс-стаді також є доцільною для опису, порівняння, зважування, і розуміння декількох аспектів дослідницької проблеми. Потенціал дослідження кейс-стаді, дозволяє, зокрема:

- Запропонувати нове, або ж неочікуване трактування предмету дослідження
- Піддати сумніву, або ж ускладнити існуючі на даний момент теорії та дослідницькі гіпотези дослідження
- Запропонувати практичні рішення проблеми, що можуть бути корисними для осіб, кому близька проблематика дослідження
- Відкрити перспективу для майбутніх досліджень на дану тематику

У порівнянні з кількісними методами статистичного аналізу, кейс-стаді фокусується на мікро-механізмах функціонування певних соціальних феноменів. Так як феномен третіх місць є достатньо вузькою і недослідженою темою, якому властива власна специфіка, саме ця стратегія якісного дослідження може допомогти розкрити основні його аспекти та проблематику. Аналогічне дослідження, що було проведене у Стамбулі, теж фокусувалось на питанні трансформації публічних просторів міста. Це дозволило авторам зробити певні висновки про майбутнє пост-пандемічних міст, і надати рекомендації щодо того, як варто організувати міський простір для того, щоб він був живим, а не пустуючим. У випадку даного дослідження фокус спрямований на вивчення випадків локального контексту. Крім того, у випадку

з феноменом третіх місць, йдеться не лише про функціонування певних просторів- а й про суб'єктивні реакції їх завсідників, переживання, пов'язані з впливом пандемії, культурні паттерни, притаманні молодіжним спільнотам Львова.

Обставини проведення глибинних інтерв'ю:

1. Інтерв'ю з адміністраторкою закладу "People Place Bar"

дата: 05.05.2021 р.

місце проведення інтерв'ю: People Place Bar (вул. Катедральна, 6), відкрита тераса закладу.

час проведення інтерв'ю: 44 хв. , 2 перерви на 2-3 хвилини між блоками інтерв'ю (респондентку відволікли робочі процеси).

2. Інтерв'ю з власниками закладу «Альтернативна кава» на Стефаника, 11

дата: 07.05.2021

місце проведення інтерв'ю: відкрита тераса Муніципального арт-центру
тривалість інтерв'ю: 1 година 7 хвилин, одна перерва на 1 хвилину через відволікання на робочі процеси. В цей час відбувалось відкриття дитячої виставки, і було шумно, коли всі діти вибігли у простір відкритого дворику центру.

3. Інтерв'ю з головою молодіжного протестантського клубу «Реверс»

дата: 12.05.2021

місце проведення інтерв'ю: «Креденс кафе» на пр. Свободи. Опісля я також взяла участь у зустрічі цього клубу, що тривала орієнтовно 3 години.

тривалість інтерв'ю: 42 хвилини, без перерв

4. Інтерв'ю з адміністраторкою «Муніципального арт-центру»

дата: 07.05.2021

місце проведення інтерв'ю: Муніципальний арт-центр, хол

тривалість інтерв'ю: 27 хвилин без перерв.

5. Інтерв'ю з жителькою простору «Дім серця».

дата: 26.04.2021

місце проведення інтерв'ю: Дім Серця, Кльоновича 4

тривалість інтерв'ю: 31 хвилина.

3.3. Яку соціологічну інформацію слід зібрати для перевірки гіпотез:

1. Загальна інформація про кожне з «третіх місць», присутніх у дослідженні, сферу його діяльності, історію виникнення, мету. Інформацію про те, як виглядає внутрішній та зовнішній простір місця, сусідство з іншими об'єктами та присутність у віртуальному просторі.

2. Інформація про аудиторію даного закладу.

Про те, хто є завсідником простору, яка його цільова аудиторія, чи можливо провести умовний поділ серед аудиторії закладу. Інформація про діяльність, яку здійснює аудиторія місць. Інформація про сегрегацію серед працівників простору.

3. Інформація про зміни, що відбувалися під час пандемії

Важливо зібрати інформацію про основні стратегії, які використовували власники просторів для того, щоб пристосуватись до карантинних обмежень. Окреслити зміни, які відбувалися в діяльності закладу і фактори, які вплинули на них.

4. Прогнози на майбутнє

Інформація про те, як простір планує надалі розвивати власну діяльність. Ця інформація необхідна для того, щоб зрозуміти, які з трансформацій під час пандемії залишаться і надалі, і чи вплине це на подальшу діяльність просторів.

Отже, у рамках свого дослідження я обрала 6 наступних кейсів- йдеться про треті місця дозвілля молоді у Львові, культурні заклади, та простори релігійного спрямування:

1. People Place Bar
2. Альтернативна кава: простір «Лев»
3. Муніципальний арт-центр/колаборація з АК
4. Мистецький дім (католицька спільнота) «Дім серця»
5. «Реверс»- молодіжний протестантський клуб

Глибинні інтерв'ю проводились з людьми, які є власниками цих закладів, або ж дотичні до організації цих просторів. Детальніший опис про кожен з цих кейсів, чому я обрала саме їх для дослідження, а також чому вони підпадають під концепцію «третьох місць» міститься у емпіричній частині роботи.

3.4 Розробка інструментарію

Гайд глибинного інтерв'ю складається з кількох змістовних блоків. Вміст змістових блоків переформулюється із запитаннями, які я навела вище у пункті: інформація, яку потрібно зібрати для перевірки гіпотез.

Особиста інформація про респондента

Тут, окрім загальної інформації, також йдеться про те, яку роль респондент виконує у діяльності закладу, як довго працює, тощо. Змістовий блок покликаний познайомитись ближче з респондентом, увійти до нього в довіру, розігріти перед основними питаннями.

Загальна інформація про простір та його аудиторію

Важливо охопити усі аспекти діяльності простору, які стосуються фізичного вигляду простору, і мережевих зв'язків всередині нього. Важливо зрозуміти, що саме робить цей простір- третім місцем, і якою є його невербальна атмосфера, що виражається через зовнішні атрибути.

Діяльність простору до початку пандемії

Цей блок відсилає респондента у період до всяких трансформацій. Зрозуміло, що не все можливо пригадати, але якщо кардинальні зміни все ж таки відбувалось, важливо розуміти яким був простір у його «первісному» вигляді. Згодом завдяки цим даним можна буде порівняти вигляд простору у різні часові відрізки, і скласти цілісну картину про те, чи справді відбулися значні зміни.

Діяльність простору у період локдауну (якщо така була)

Імовірно, що в цей період часу усі простори припинили свою діяльність. Саме тоді більшість закладів культури здійснювали спробу перейти в «онлайн», а що стосується неформальних місць дозвілля молоді- спробу перейти в «підпілля». Блок покликаний роз'яснити, чи були такі спроби, і чи стали вони успішними- а також, чи такі практики продовжилися надалі по завершенню локдауну.

Інформація про те, як заклад провадив діяльність у період послаблення карантину (червень-жовтень 2020 року)

Цей блок окреслює всю діяльність, що провадилась в період послаблень карантину. Тут йдеться про вихід з наслідків локдауну, пристосування до нових обмежень, і побудову стратегій наступної діяльності. Цікаво те, чи після локдауну аудиторія «повернулася» до третіх місць дозвілля, і як це змінило структуру аудиторії.

Діяльність простору у час останнього карантину (березень-квітень 2021 року), і порівняння з минулорічним локдауном весною 2020 року

Ці питання охоплюють досвід останніх двох карантинів- січня, і березня-квітня 2021 року. Респондент повинен описати, як відрізнявся досвід карантину весни 2020, і 2021 року, і якщо він відрізнявся, то як саме.

Загальна оцінка діяльності простору зараз, і прогнози на майбутнє.

Змістовний блок пов'язаний з візією діяльності простору на майбутнє- що

планується запровадити, поміняти, і так далі. Важливо зрозуміти, які трансформації що стались внаслідок пандемії, залишаться- або ж навпаки, які з наслідків пандемії керівництво простору прагне усунути.

Суб'єктивні враження про трансформації, що відбувались.

Даний змістовий блок покликаний підвести респондента до завершення розмови, і почути його думки та погляди не з професійної, а з особистої точки зору. Коротка рефлексія сказаного, і можливість пригадати щось, що забулось з попередніх етапів.

Опис методів аналізу даних

Аналіз глибинних інтерв'ю проводився за допомогою програми «Atlas.ti». Кодування тексту відбувалося на основі концептуальної схеми (рис.1), за такими категоріями: опис діяльності третього місця і його аудиторії, стратегії діяльності за умови карантинних обмежень, реакція аудиторії, фактори що впливали на трансформацію. Для подальшого аналізу я обрала метод аналітичного порівняння, що полягає у пошуку повторюваних або шаблонних взаємозв'язків, виходячи з попередніх теорій або індукцій. Згідно з правилами аналітичного порівняння, дослідник звертає увагу на повтори, які не обмежені специфічним середовищем (часом, місцем, групою) та не шукає універсальні закони, а тільки повтори всередині соціального контексту.

4. Емпіричний розділ

Перша частина емпіричного розділу присвячена опису досліджених кейсів, їх просторів та механізмів взаємодії акторів, що включені у мережеві зв'язки навколо діяльності третіх місць. Потреба включити цю частину аналізу в емпіричну частину роботи диктується необхідністю підтвердити передовсім гіпотезу про те, що обрані для аналізу кейси справді підпадають під концепцію «третіх місць» дозвілля молоді, а також специфікою стратегії якісного дослідження «кейс-стаді». За результатами аналізу глибинних інтерв'ю та спостереження за просторами вибраних місць, усі досліджені кейси підпадають під концепт феномену «третіх місць» дозвілля молоді. Однак умови, що є базовими характеристиками цього феномену, можуть забезпечуватись по-різному. Ця частина емпіричного розділу розкриває усі аспекти, що складають цілісний організм третіх місць як об'єктів соціологічного дослідження: коротку характеристику кожного кейсу, опис їх спрямування та аудиторії, зовнішню взаємодію з іншими просторовими об'єктами по сусідству, внутрішню атрибутику просторів, сегрегацію всередині них.

4.1 Коротка характеристика кожного кейсу:

People Place Bar

Це бар, створений у вересні 2020 року, зорієнтований на місцеву креативну молодь. Власником і візіонером простору є Чад Зоратлі- офіційний «нічний мер» Львова, творець організації, яка займається проведенням культурних рейвів та популяризацією електронної музики у Львові- «Night Ambassadors/Нічні амбасадори». Дослівно назву закладу можна було б перекласти як «Місце для людей». Окрім створення простору для неформального спілкування і взаємодії, заклад пропагує виховання культури споживання алкогольних напоїв. На території простору постійно відбуваються вечірки та інші події, спрямовані на якісний відпочинок та неформальне

спілкування молоді. В цілому, заклад є типовим прикладом «третього місця», що є частиною філософії «хіпстерського» урбанізму.

Мережа закладів «Альтернативна кава»

Це мережа кав'ярень третьої хвилі, яку у 2015 році заснував молодий підприємець Святослав Щур. Їх діяльність зорієнтована на популяризацію культури альтернативних методів заварювання кави, однак уже давно це місце розвинуло навколо себе велику мережу неформальних зв'язків, і наразі є найбільш популярним місцем зустрічі серед кола креативної молоді. Наразі у Львові діє 7 закладів «Альтернативної Кави», однак серед них лише 2 є повноцінними кав'ярнями з внутрішнім та зовнішнім простором, де можна перебувати. Тому у дослідженні я фокусуюсь на діяльності двох закладів АК: кав'ярні на пр. Шевченка 17 (Лев), та кав'ярні на вул. Стефаника, 11, що працює у колаборації з Муніципальним арт-центром.

Муніципальний арт-центр

Центр відкрився у жовтні 2020 року, і позиціонує себе, як багатофункціональний простір у автентичній неоготичній будівлі із сучасним архітектурним рішенням. Центр включає галерею, лекторій, медіатеку, книгарню, кав'ярню (Альтернативна Кава) і майстерню. Це місце для знайомства з мистецтвом, діалогу людей, що його творять, неформальної освіти, відпочинку, естетичної насолоди і роздумів. Львівський муніципальний мистецький центр має схожу історію з муніципальним центром сучасного мистецтва «Лазня» (пол. «Łaźnia») у польському місті Гданськ, що працює в історичній будівлі (колишній громадській лазні) майже 30 років. Обидва розміщено в будівлях з історією, а їхнє створення ініційовано мистецькими групами. Директорка Львівського муніципального мистецького центру Ляна Мицько розповідає, що в кожному селі Ісландії діють подібні будинки

культури, які є осередками комунікації та зібрань громади. (посилання на Юкрейнер)

Реверс- молодіжний протестантський клуб.

Реверс- це молодіжні зустрічі, що проходять при протестантській (євангельській) церкві «Осанна». Назва клубу «Реверс» дослівно означає «повернення», «зворотній напрямок». Клуб починався у 2015 році з команди для гри у флорбол для звичайних хлопців-підлітків, а тоді переріс у більш неформальні зустрічі для підлітків і молоді. Зараз «Реверс»- це щомісячні зустрічі молоді для якісного проведення дозвілля, а крім того- окремі групи за зацікавленнями: клуб з вивчення англійської, зустрічі з читання Біблії, зустрічі, де грають в настільні ігри, суто дівочі зустрічі, і т.д. Непрямою метою цих зустрічей є навернення молоді до віри.

Католицька спільнота «Дім Серця»

Католицька спільнота «Дім Серця» була заснована у 1990 році Отцем Тьєрі де Русі для того, щоб християни з різних країн світу служили вбогим і знедоленим, всім хто цього потребує. Місія спільноти- це спілкування і співчуття. Таких осередків по всьому світу зараз 35, а в Україні- лише один у Львові. У Львові осередок був створений у 2006 році французенкою і (неформальною) монахинєю Од Гіє. Специфіка львівського Дому Серця в тому, що це місце зустрічі і дозвілля молоді, що пов'язана з мистецтвом, музикою, творчістю, гуманітарними науками, філософією і якій близькі духовні пошуки. Водночас це також своєрідний гуртожиток-міні монастир для молодих дівчат (переважно студенток)- в осередку передбачено 2 кімнати для життя 4-5ти людей.

Мешканки осередку також присвячують хоча б один день на тиждень волонтерству- займаються з дітьми в інтернаті чи приходять у геріатричний пансіонат. В основному просторі осередку постійно відбуваються неформальні культурно-мистецькі події для друзів, друзів друзів, і всіх бажаючих- покази

фільмів, концерти, зустрічі.

Основною ціллю функціонування усіх вищеназваних кейсів як третіх місць, є саме створення місця для дозвілля і неформального спілкування, формування мережі зв'язків між молоддю навколо спільноти. Водночас у кожного з них присутнє формальне спрямування, концепція, наприклад:

- культура споживання кави альтернативних методів заварювання
- культура споживання алкогольних напоїв, культура електронної музики
- культура сприйняття сучасного мистецтва
- розвиток християнської культури
- культура синтезу мистецтва і духовності.

Формальні спрямування, концепції третіх місць є одним з факторів «порогу входу» для нових відвідувачів просторів. Вони проявляються у зовнішній організації простору, внутрішній атрибутиці закладів, визначають тип основної діяльності, здійснюваної у межах третіх місць. Ці спрямування водночас здійснюють вплив на формування наративів, що відтворюються у третіх місцях.

За винятком молодіжної протестантської спільноти, основною аудиторією усіх третіх місць, що увійшли у дослідження, є молодь віком від 20 до 30 років. У випадку молодіжного протестантського клубу, аудиторія дещо молодша- 16-26 років. Так респонденти описали свою аудиторію у глибинних інтерв'ю:

People Place Bar:

«Я думаю, що це представники креативної індустрії, і можливо айті, але таке більш креативне. Це графічні дизайнери, моушн-дизайнери, це діджеїв дуже багато. Ну от сидить депутат. Наш постійний гість. Ну реально сидить депутат. Ну це працівники креативної індустрії. Але в нас високі доволі ціни, ми орієнтовані більше на людей, які цінують якісний алкоголь, якісну їжу. Ну щось типу того.» [32]

Альтернативна кава на пр. Шевченка:

«Молоді люди з креативної індустрії, студенти мистецьких та гуманітарних

спеціальностей, поціновувачі альтернативної кави. Хоча ціни є вищими, ніж у стандартних кав'ярнях, студенти все одно можуть собі дозволити пити каву саме там. Важливо розуміти, що аудиторія мережі децю відрізняється в залежності від місця розташування закладу.» [33]

Альтернативна кава в Арт-центрі:

«Ну якщо це не наш кент... Велика аудиторія- це наші знайомі. Вони нас підтримують. Ну це насправді такий традиційний хіпстер. Класичний хіпстер, який цікавиться мистецтвом. Молодняк такий, 30+ максимум. (...) Є купа розеток, є кава, вай-фай. Можна перекусити. Тому фрілансери- це наша аудиторія, хіпстери- наша аудиторія, наші друзі. Ну і звісно, це люди які приходять на виставку, а потім залишаються тут. Але якщо виставка вже 3тій тиждень, і вже всі хто хотів її побачив, тоді це та аудиторія яку ми перечислили.» [33]

Муніципальний арт-центр:

«Це всі, хто цікавиться мистецтвом і сучасними такими практиками. Переважно молодь, але ми стараємось залучати і дітей, і знайомити людей з сучасним мистецтвом». [34]

Реверс: *«у нашому випадку так повелося, що 5 років тому заснувався цей Реверс, там є ціла історія з тим, як він заснувався, і він був одразу спрямований на невіруючих. На невіруючу молодь, яка хоче просто класно проводити час.(...). І у нас так повелося, що немає класичного молодіжного служіння, наша молодь теж змушена ходити на Реверс, і там сидять половина народу віруючих, а половина таких приходять- «о Боже, як я вчора перепив», щось таке.» [35]*

Дім Серця: *«Це перш за все уже сформоване середовище наших друзів- митці, друзі Од, наші друзі. Тепер сюди часто приходять люди з УКУ чи Вільного простору, бо тут живуть двоє дівчат з УКУ. Завжди це відбувається так, що приходять друзі, приводять своїх друзів яким хочуть показати цей простір, і*

все досить вільно. Я б сказала що середньостатистична людина яка сюди приходить- це молода людина від 20 до 30 років, яка займається мистецтвом, чи наукою, і якій близькі духовні пошуки, яка принаймні не відкидає їх. Також якщо говорити про аудиторію, то це також близькі нам спільноти- наприклад театр Слово і Голос, чи Леся Курбаса, той же Вільний Простір, вірменський хор, тощо.» [36]

Умовний розподіл аудиторії за рівнем активності, що був наведений у концептуальній схемі (рис.1) цілком підтвердився результатами кейс-аналізу: у кожному третьому місці присутні «завсідники» простору, тобто постійні учасники, клієнти, друзі, у яких присутнє певне відчуття приналежності до цього місця, пасивна аудиторія, і цілком випадкові люди- зазвичай їх прихід є одноразовим.

4.2 Просторова організація третіх місць

People Place Bar

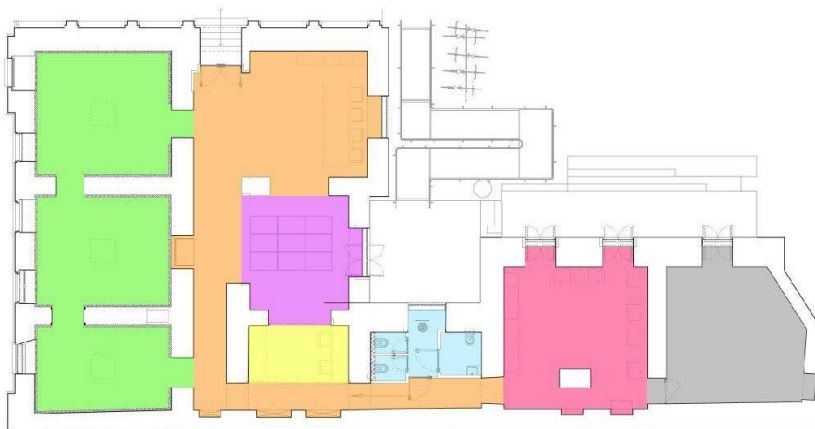
Простір закладу умовно можна поділити на 3 частини: відкрита тераса, основний простір з баром всередині, підвальне приміщення.

Альтернативна кава: Лев

Простір закладу ділиться на 2 частини: внутрішній простір (столиків близько 7ми), і зовнішній, відкритий простір у дворику, де теж розташовано орієнтовно 7 столиків.

Муніципальний арт-центр

Простір центру поділений на зони, які зображені на плануванні нижче (рис. 2).



(рис.2)

Основні зони, це галерея (виділено зеленим), опен-спейс, де можна залишити речі, (оранжевий колір), лекторій (фіолетовий), місце для роботи та навчання (жовтий колір), та кухня, де і розташовується точка Альтернативної Кави (бірюзовий колір). Крім цього, є облаштований простір для куріння на терасі (рис.11), та вихід у внутрішній дворик (рис.8).

Молодіжний клуб «Реверс»

Функціонує здебільшого у просторі протестантської церкви «Осанна»:

«Приміщення церкви поділені по функціоналу. Є приміщення, де суто моляться- там лавки стоять і хрест з трибуною, є кілька кімнат, де недільна школа відбувається, або якісь просто робочі зустрічі, і один великий зал- в ньому якраз ми збираємось. Ми там збиралися протягом 5 років, останнім часом, починаючи з 2021 року, до нас почало так багато народу приходити, що цей зал уже не вміщає всіх. Ми думаємо над тим, щоб орендувати якийсь окремий зал.»

[35]

Католицька спільнота «Дім Серця»

Осередок функціонує у приміщенні великої квартири. Простір поділений так: дві кімнати- це простір для житла, вітальня поєднана з простором кухні, де відбуваються події, кімнатка-каплиця, і великий балкон- місце для куріння.

Окремим аспектом діяльності третіх місць є їх взаємодія з іншими об'єктами на мапі міста, що розміщуються по сусідству у просторі. Наявність сусідів є тим фактором, що непрямо впливає на діяльність третіх місць, і зокрема на їх функціонування у період карантинних обмежень. Нижче описана взаємодія кожного простору з об'єктами по сусідству.

People Place Bar

Сусідами закладу є дві кав'ярні: «Світ кави», та «Кафе номер 1», поруч з яким розташований популярний серед туристів знак «Kiss Place», а також Катедральний римо-католицький храм (рис.2) та одна з пам'яток архітектури-каплиця Боїмів. Раніше на цьому місці був заклад з автентичною назвою «Цвібак»- локальна кав'ярня для місцевих. Таке сусідство з одного боку, не створює ситуації конкуренції для закладу, а з іншого- сприяє позначенню цієї локації як простору для туристів, а це не відповідає концепції місця та його цільовій аудиторії.

Альтернативна кава: Лев

Через те, що кав'ярня розташована у центровому дворіку житлових домів, сусідами закладу є мешканці квартир на першому поверсі, а також книгарня Видавництва Старого Лева. Таке сусідство обмежує можливість кав'ярні для проведення власних заходів у відкритому просторі. У підвальному приміщенні закладу також присутні сусіди- це крамнички локальних виробників: магазин Zero Waste, де можна придбати косметику та все необхідне для провадження екологічного способу життя, і магазин, що належить майстрам виробів з глини- Gis Ceramics. Це вигідно для простору, оскільки люди що приходять у крамнички, водночас проходять через кав'ярню і знайомляться з простором, і навпаки.

Львівський муніципальний арт-центр

Сусідами центру по вулиці є Наукова бібліотека імені Василя Стефаника, Національна галерея мистецтв імені Бориса Возницького, а також Львівський

палац мистецтв. Будівля Центру — неоготична кам'яниця Леона Сапіги, зведена у середині 70-х років XIX століття. У різні часи тут розміщувалися редакції газет, приміщення товариств, майстерень, а також книгарня закладу Оссолінських з читальнею.

Окремим аспектом дослідження є феномен колаборації Львівського Мистецького арт-центру та Альтернативної кави, що функціонує у просторі кухні центру. Така колаборація формує специфічну, взаємовигідну взаємодію: *«Я не знаю, чи в Україні взагалі десь є такий простір, де окрім галереї та лекторіїв є ще такий не те що позамистецьке, а більш звичне і комфортніше середовище. Кав'ярня якраз тут відіграє таке значення. І плюс ти просто можеш сюди прийти, як в кав'ярню, і це тебе ні до чого не зобов'язує. Тут ще кав'ярня грає таку роль, що ти реально сюди можеш ходити кожного дня. І ти так навіть більше в курсі, що відбувається. Ти приходиш випити кави сюди щодня, але разом з тим, ти ще бачиш афіші, якісь нові зміни, виставки тут часто так само змінюються. І кав'ярня тут слугує якимось ключем, що тримає на пульсі. Бо якби каву майже щодня п'ють, а от бажання подивитися мистецтво- напевно не кожного дня виникає.»* [33,1.]

А буквальними сусідами центру є мешканці дворику, куди виходить відкрита тераса закладу. Необхідність співіснування з цим простором викликає у сусідів незадоволення, і вони постійно йдуть на конфронтацію з власниками центру та кав'ярні АК, обмежують можливість потенційного проведення подій у дворіку. На момент дії карантинних обмежень сусідство з негативно налаштованими до простору мешканцями не сприяло переміщенню кав'ярні арт-центру у дворик і її діяльності там:

«Тут це муніципальний центр, і тут не може бути щось не так. Це одразу Гаряча лінія Львова- і все. Коли у погожий день ми працювали у форматі to go, то сусіди наші... Отут у них є камера, з якої вони дивляться на свій Лексус. Щоб ніхто його часом не зачепив. То вони буквально наступного дня скинули на

гарячу лінію скрін, що у нас тут сидять люди, в групі більше ніж 4 особи. (...) тому сусіди тут явно проти нас. Але ми хотіли б з ними дружити, щоб вони ходили до нас пити каву. Але їм цікавіше щоб була більша парковка. (...) Ми в планах маємо ідеї зробити якісь колаборації про каву літом. Але ми реально боїмось сусідів. Тому що якщо зробити якусь подію надворі, то нам прилетить.» [33]

Молодіжний протестантський клуб «Реверс»

Локація церкви, де проходить діяльність «Реверсу», знаходиться у районі, який називають місцевим «Єрусалимом»: за кілька метрів від церкви знаходиться храм УГКЦ, а в межах одного кілометра- ще два храми УГКЦ, і ще одна протестантська церква. Однак це ніяк не впливає на діяльність клубу як третього місця.

Католицька спільнота «Дім серця»

Сусідами простору є буквально усі жителі квартир по сусідству, і сусіди внутрішнього дворику, переважно самотні люди старшої вікової категорії. У них присутнє насторожене ставлення до діяльності місця, однак у пряму конфронтацію з простором вони входять лише у крайніх випадках- коли стає надто шумно: *«Взагалі якщо говорити про сусідство і карантин- то тут треба бути обережними з сусідами. Більшість з них- старші люди, і напоказ вони можуть бути милими, але насправді ставляться до нас з підозрою. Одна жінка взагалі думала, що це лесбійський притон. (сміється). Насправді для тих хто тут живе, це такий дуже мінімальний дівочий монастир».* [36] У період карантинних обмежень сусіди були фактором, що стримував підпільну діяльність місця, оскільки існувала загроза звернення в поліцію. Незважаючи на запрошення та спроби налагодження неформальних стосунків, сусіди осередку ніколи не приходять на події простору.

Отже, ще одним фактором впливу на діяльність третіх місць є сусідство з іншими акторами та об'єктами міста, що не було попередньо враховано у

концептуальній схемі (рис.1). Локація простору, а також розташування у закритих житлових площах впливає на діяльність третіх місць, і їх стратегії пережиття карантинних обмежень, про що буде сказано у другій частині емпіричного розділу роботи.

Завдяки тому, що глибинні інтерв'ю проводились безпосередньо у досліджуваних просторах (окрім кейсу з протестантською спільнотою), нижче наведені результати спостережень, що стосуються дизайну та атрибутики внутрішнього простору місць. Такий елемент, як дизайн і атрибутика, яскраво відображає відтворені наративи і концепцію діяльності третього місця. Крім того, були помічені елементи, спільні для різних просторів, наприклад:

Бібліотека: У випадку з Домом серця, бібліотека простору складається з великого фонду духовної, філософської літератури, та літератури мистецького спрямування- колекційні видання, ілюстративні видання класичних живописців та іконописців. У кейсі з Альтернативною Кавою на пр. Шевченка- це збірка урбаністичної літератури, а у муніципальному арт-центрі- урбаністична, мистецька література, книги для архітекторів та графічних дизайнерів. У муніципальному арт-центрі усі бажаючі можуть приносити туди свої книги. У випадку з протестантською спільнотою- це суто релігійна і навчальна література.

Мистецький елемент: У всіх кейсах, (окрім протестантської спільноти) у внутрішньому просторі третього місця присутні експозиції творів мистецтва.

People Place Bar- внутрішній простір закладу прикрашають твори локальних сучасних художників, експозиція міняється щомісяця. Відбирає твори для виставок власник і візіонер закладу- Чад Зоратлі.

Католицька спільнота «Дім Серця»: На стінах осередку можна побачити абстрактний живопис візіонерки цього місця, Од Гіє, крім того, є також декілька скульптур, подарованих простору друзями-митцями. Каплиця розписана сучасною художницею у галузі сакрального мистецтва- Наталею Сацик.

Альтернативна кав'ярня арт-центру: Простір кав'ярні прикрашають картини гімнасток, які власниця арт-центру знайшла на смітнику неподалік. Картини так сподобались дизайнерському бюро, що займалось розробкою інтер'єру, що вони прийняли рішення всю кольористику простору підлаштувати під кольори картин.

Альтернативна кав'ярня (пр. Шевченка): Стіни дворику прикрашені тематичним стріт-артом та експозицією художніх робіт(рис.2,3).



рис. 2



рис.3

Музика: Музика є атрибутом третіх місць, що впливає на атмосферу і соціальну взаємодію в межах простору. У кейсі People Place бару, електронна музика взагалі є одним з ключових елементів культури закладу. У кав'ярнях Альтернативної кави музику обирають баристи-працівники простору. У холі муніципального арт-центру стоїть рояль, на якому може за бажання грати кожен охочий, крім того там регулярно відбуваються вечірки під назвою «Музику ставить артист». У осередку Дому Серця центральний елемент вітальні-фортепіано, де час від часу грають класичні концерти. У протестантської спільноти діє молодіжний музичний гурт «Деградація», крім того співи і музика є елементом їх традиційних та неформальних служінь.

Афіші/наліпки: Особливо у випадку молодіжних барів та кав'ярень третьої хвилі, у їх просторі присутні спеціальні місця для того, щоб повідомляти про

найближчі вечірки та події дружніх спільнот. Крім того, у вільному зовнішньому просторі третіх місць, де це не зашкодить, присутні наліпки-різних закладів, художників, тощо. Такий дрібний елемент атрибутики простору відображає мережу зв'язків третього місця з іншими місцями, закладами, подіями.

Поріг входу

Однією з найважливіших просторових характеристик «третьох місць» як феномену є формальна доступність, а також статичність простору та визначеність у межах. Характеристика доступності третіх місць не даремно означена прикметником «формальна». У всіх кейсах спостерігається так званий феномен «порогу входу» для відвідувачів третіх місць, що стосується радше фізичного відділення простору третього місця від решти публічних просторів міста. Умовно кажучи, якщо пересічна молода людина не знає про існування такого місця, у неї зменшуються шанси потрапити туди випадково. Ось як це проявляється у досліджених кейсах:

-Кав'ярня «Альтернативна Кава» на пр. Шевченка розташована у приміщенні всередині житлового дворику, хоча на самому проспекті Шевченка біля входу у дворик є невелика вивіска.

-Для того, щоб потрапити у приміщення «Муніципального арт-центру» , потрібно пройти через браму, що закриває вхід у дворик. Вивіски також немає.

-Осередок «Дому Серця» функціонує у великій житловій квартирі. Вхід обмежено кодом на дверях під'їзду. Вивіски немає.

-Молодіжна спільнота «Реверс» функціонує у приміщенні протестантської церкви, куди навряд чи у будній день випадково можуть зайти підлітки чи пересічна молода людина.

-Єдиний простір серед усіх кейсів, що функціонує відкрито, без видимих фізичних обмежень, це «People Place Bar», їх приміщення функціонує на одному

з найпопулярніших проходів центру міста, біля Катедрального собору. Однак тут ми спостерігаємо зворотній бік відкритості такого місця- адміністраторка у інтерв'ю вказує на те, що через прохідність і відкритість простору до них часто приходять туристи, та інші люди що не є їх цільовою аудиторією. Через відсутність такого «порогу входу», адміністрація закладу планує створити його штучно, розділивши простір на приміщення для постійних клієнтів та друзів, і на публічну частину- для туристів.

За умови присутності такого «порогу входу» у фізичному просторі третіх місць, поява нових відвідувачів/завсідників стає можливою через 2 шляхи:

-через дружні зв'язки/знайомства, коли друзі приводять друзів у простір, де самі проводять дозвілля

-через соціальні мережі, де представлені сторінки закладів/просторів. За такої умови простором зацікавиться і потенційно прийде та молодь, що є цільовою аудиторією закладу, а решта просто пройде повз.

Окремим прикладом специфічного порогу входу для нових потенційних відвідувачів третіх місць, є кейс колаборації Альтернативної Кави з

Муніципальним арт-центром. Подібні приклади співпраці кав'ярень третьої хвилі з мистецькими просторами більш поширені у країнах Європи, а в Україні ще одним зразком такого об'єднання є проект «Промприлад» у Івано-Франківську. Завдяки організації у одному приміщенні кав'ярень третьої хвилі, чи інших подібних закладів і галерей, відбувається взаємний обмін аудиторією- молодь, що приходить цільово у кав'ярню, дорогою знайомиться з мистецьким простором, і навпаки.

4.3 Трансформація третіх місць під впливом пандемії

Результати кейс-аналізу та аналізу глибинних інтерв'ю підтвердили доцільність концептуальної схеми (рис.1), що описує основні механізми трансформації третіх місць під впливом карантинних обмежень - це стратегії видозміни діяльності просторів, реакція на трансформацію з боку аудиторії (зміна практик відвідування місця), та фактори, які впливають на їх реакцію. Усі вищеназвані аспекти проблематики трансформації третіх місць в умовах пандемії досліджено з точки зору їх власників та адміністраторів.

Запропонована мною періодизація пандемії частково підтвердилась. Три з п'яти досліджуваних кейсів почали свою роботу восени 2020 року- це Муніципальний арт-центр, Альтернативна кава в арт-центрі, People Place Bar. Вищеназвані простори не переживали весняний локдаун 2020 року-за таких умов неможливим є концептуальне розділення діяльності закладів у часі на період «до» і «під час» пандемії. Загалом з допомогою глибинних інтерв'ю вдалось виділити два основних періоди карантинних обмежень, що суттєво вплинули на трансформацію третіх місць:

-весняний локдаун 2020 року

-зимово-весняний локдаун 2021 року.

Серед досліджених кейсів були присутніми усі стратегії трансформації діяльності простору під впливом карантинних обмежень, що подані у концептуальній схемі (рис.1). Нижче перелічені стратегії дій, до яких вдався кожен конкретний простір заради пристосування до карантинних обмежень:

People Place Bar

Так як заклад розпочав свою роботу у вересні 2020 року, у плануванні простору уже наперед був врахований фактор пандемії- тому половину закладу займає

відкрита тераса, що функціонує у теплі пори року. У період зимово-весняного карантину 2021 року окрім переходу діяльності «на доставку», в просторі закладу також була організована підпільна діяльність, а також виїзні пікніки та вечірки на відкритому повітрі. Також у майбутньому заклад планує розширити територію та функціонал літнього майданчику, і організувати окремий простір у підвальному приміщенні для завсідників закладу. Оскільки специфіка закладу спрямована на живу взаємодію, у переході на віртуальну діяльність потреби не було.

Альтернативна кава (обидві локації)

Як і інші заклади харчування, кав'ярні третьої хвилі «Альтернативна кава» в період зимово-весняного локдауну працювали на виніс та у відкритому режимі. Сусідство з іншими об'єктами у просторі (маються на увазі житлові будинки, та їх мешканці) унеможливило будь-яку потенційну підпільну діяльність кав'ярень.

Муніципальний арт-центр

Муніципальний арт-центр- єдиний заклад культури серед усіх кейсів. В той час, коли інші місця працювали на виніс та у відкритому просторі, арт-центр був змушений повністю припинити власну діяльність. Натомість з початком зимових карантинних обмежень 2021 року адміністрація арт-центру перевела власну діяльність у віртуальний формат- на сайті центру та його ютуб-каналі активніше публікувались тематичні ролики про мистецтво та онлайн-майстер-класи, подкасти, тощо. Присутність кав'ярні у просторі арт-центру була тим фактором, що допомагала не забути аудиторії центру про його фізичний простір. У період карантинних обмежень баристи кав'ярні виконували роль і бібліотекарів- на прохання відвідувачів видавали книги з медіатеки власності арт-центру.

Молодіжний протестантський клуб «Реверс»

У період першого весняного локдауну 2020 року діяльність протестантського

клубу трансформувалась у віртуальний формат- zoom-зустрічей, лекцій, уроків англійської, тощо. Активна діяльність клубу у віртуальному просторі соціальних мереж залишається і дотепер. Надалі, після весняного локдауну 2020 року, клуб був змушений зменшити свою діяльність у масштабі. Зустрічі проводились з малою кількістю людей, у відкритому просторі, загалом клуб поділився на менші групи за інтересами для зручності комунікації і дотримання карантинних обмежень.

Католицька спільнота «Дім серця»

Даний кейс серед інших вирізняється власною неформальністю, тому його діяльність з-поміж усіх інших трансформувалась найменше. Лише у період весняного локдауну 2020 року простір місяць не організовував зустрічей та публічних подій. Надалі навколо простору була зорганізована підпільна діяльність вузького кола осіб, що тривала довший час- до початку осені. З початку осені діяльність простору цілковито відновила, і частота проведення подій стала такою, як і раніше. Єдиним фактором, що стримував розгортання повної діяльності простору в період усіх локдаунів, були сусіди цього місця, що стежили за дотриманням карантинних правил- особливо весною 2020 року.

Гіпотеза X1. Через умови карантинних обмежень заклади культурного дозвілля опинились в ситуації нерівності.

За результатами дослідження, гіпотеза X1 підтвердилась. Умови карантинних обмежень справді сприяли виникненню нерівності у діяльності третіх місць. Основними факторами, що впливали на виникнення такої нерівності, є неоднакові можливості просторів до провадження діяльності, оскільки в той час, коли закладам харчування була дозволена робота на виніс або на відкритому просторі, заклади культури були повністю зачиненими. Одним з варіантів для рішення проблемної ситуації нерівності, є кейс колаборації

Альтернативної кави і Муніципального арт-центру, коли присутність кав'ярні третьої хвилі у міському просторі сприяла тому, що про центр не забудуть: *«У зимовий локдаун ми були закриті повністю. Це було просто тоді на два тижні, заклади культури були зачинені, і все було дуже строго з цим. А ми належимо більше до закладу культури. Але коли весняний був, ми так само два перших тижні були закриті- і кав'ярня, і центр. Але коли його продовжили, ми зрозуміли, що як ми будемо нашим працівникам платити зарплату? Ну окей, трохи взяли собі вихідних, трохи працювали на інших точках АК, але люди закріплені у нас. І ми спробували відкрити терасу. Працювали як кав'ярня на виніс, нічого не порушували. Взяв каву і пішов далі.»* [33]

Можливість видозміни простору третіх місць та наявність альтернативних варіантів для ведення діяльності позитивно сприяла виживанню закладів культури та дозвілля у період усіх карантинів впродовж року, оскільки це напряду впливає на залучення аудиторії третіх місць. Можливість ведення альтернативної діяльності залежала від факторів формату і фізичного простору третіх місць. Серед усіх досліджених кейсів найменше постраждали через втрату аудиторії ті треті місця, у яких була можливість перевести діяльність у підпілля, а також організувати неформальні зустрічі у відкритих просторах- це «Дім Серця», «People Place Bar», протестантський молодіжний клуб «Реверс».

Гіпотеза Х2. На період карантинних обмежень аудиторія третіх місць обмежувалась лише завсідниками- тобто аудиторією постійних відвідувачів, у яких присутнє відчуття приналежності до простору.

Гіпотеза Х2 також підтвердилась. Карантинні обмеження сприяли звуженню аудиторії третіх місць до «завсідників», тобто тих постійних відвідувачів, у яких присутнє відчуття приналежності до простору. За теорією Марка Грановеттера, можна припустити, що фактор пандемії посприяв руйнуванню слабких соціальних зв'язків, які формувались, зокрема, у третіх місцях,

натомість підсилюючи уже наявні міцні соціальні зв'язки з конкретними просторами- як у феномені виникнення «підпілля» для «своїх». Така видозміна аудиторії пов'язана з роллю, яку відіграють треті місця у формуванні соціальних зв'язків. Подібний процес звуження аудиторії і обмеження доступу до третього місця згубно впливає на продукування нових соціальних капіталів молоді. З іншого боку, наявність у просторі такої аудиторії завсідників, а також присутність мережі дружнього зв'язку між відвідувачами і власниками третіх місць відігравала значну роль у збереженні третіх місць і продовженні їх діяльності в час обмежень, і після них.

Гіпотеза ХЗ.. Перехід діяльності третього місця у «підпілля» створює умови для подальшої сегрегації аудиторії.

У період пандемії виник специфічний феномен діяльності третіх місць, який можна було б означити словом «підпілля». Це означає провадження діяльності, яка порушує карантинні обмеження щодо кількості присутніх у просторі. Завдяки стратегії переходу у «підпілля» третім місцям вдавалося зберегти найважливіший аспект їх діяльності- це жива взаємодія молоді. Серед досліджених кейсів опцією переходу у підпілля використали два третіх місця- це People Place Bar і Дім Серця. Інші простори не змогли дозволити собі провадження підпільної діяльності через формальну обмеженість та сусідство з іншими об'єктами на мапі міста, непристосованістю простору до такої діяльності. У фрагменті нижче описано період підпільної діяльності Дому Серця, де зокрема, помітним є постання механізмів неформального соціального контролю з боку місцевої спільноти:

«Взагалі, якщо про це так говорити, то під час першого локдауну весною 2020 року тут перестали відбуватися події. (...)Потім, коли минув найбільш тривожний і жорсткий етап, ми тут організували підпілля- сюди приходили наші друзі, які скажімо так, не були дуже соціально конформними і не боялися пандемії, і ми в компанії 10-20 людей дивились фільми, ходили гуляти, і так

далі. Все це звісно було трохи замкнuto- тому що сусіди могли нас здати, вони сліdkували за тим, скільки тут людей і що відбувається. Тому звична аудиторія навколо Дому Серця трошки звузилась, стала закритішою.» [36]

Така діяльність могла зосередити навколо себе лише вузьку аудиторію третіх місць, її постояльців, і завсідників простору, серед яких панує атмосфера тісних дружніх зв'язків та довіри. Можливо, це також сприяє зміцненню подібних зв'язків- підпілля пропонує своїй аудиторії простір, де не діють формальні обмеження, і можна почуватися вільно. Такий собі «острів», ізоляція від загальної ізоляції та паніки. Однак тактика «переходу у підпілля» в контексті діяльності третіх місць суттєво деформує одну з ключових характеристик даного концепту- це відкритість і низький поріг для потенційних відвідувачів. Тривала практика діяльності третіх місць у підпіллі може також спричинити подальшу сегрегацію аудиторії простору. Прикладом подібної проблематики є кейс People Place бару:

«Внизу є дуже класне підвальне приміщення, де внизу можна було б проводити закриті вечірки, такі більше приватні, для меншої кількості людей. І ми хочемо там зробити Speak Easy Bar. Є таке поняття- воно тягнеться ще з часів сухого закону в Америці, це коли були підпільні бари, де в час сухого закону наливали. І можна було прийти і поспілкуватися. Speak Easy. То ми хочемо створити такого формату простір для наших постійних гостей, тому що ясно, що тут буде дуже популярне місце. І туристи про це дізнаються. А ми хочемо, щоб умовно кажучи, ти прийшла, у нас буде якась система лояльності, щоб туди потрапити, і ти спускаєшся в нижній бар, там собі вільно відпочиваєш і спілкуєшся, а тут уже більш таке, туристичне місце. (...) Для когось це звучить як якась сегрегація. Тобто тут свої- тут ні. Але ми хочемо навпаки створити більше комфорту для людей, які нас люблять, і які до нас постійно ходять, і тут створити хороші умови для тих, хто просто залітає чисто на коктейльчик. [32]

Отже, доцільно буде підтвердити гіпотезу Х4, яка стверджує, що підпільна діяльність третіх місць може створити умови для подальшої сегрегації аудиторії.

Х4. Аудиторія третіх місць більш схильна обирати варіант живої взаємодії, навіть за умови певних обмежень, ніж віртуальну альтернативу діяльності третіх місць.

Тактика переходу третього місця у віртуальний простір була присутньою у діяльності двох досліджених кейсів: Муніципального арт-центру, і молодіжного протестантського клубу «Реверс». Інші досліджені місця не потребували такої трансформації, оскільки могли провадити альтернативну діяльність вживу чи підпільно. Муніципальний арт-центр створив серію подкастів для прослуховування на тему сучасного мистецтва та суміжних тем під назвою «Львівська система дослідників (ЛСД)», серію відео майстер-класів з йоги, серію відео з читанням книг про культуру, що зібрані на їх ютуб- каналі та представлені на офіційному сайті. Таким чином, працівники арт-центру продукують освітній контент, який аудиторія простору може переглядати у віртуальному форматі і залишатись дотичною до діяльності місця. Однак в цьому випадку йдеться про інший напрям діяльності, аніж той, що є специфікою власне третіх місць. Щодо прикладу діяльності молодіжної протестантського клубу «Реверс», очільники клубу запроваджували формат віртуальної взаємодії у два періоди: весняного локдауну 2020 року, та зимово-весняного локдауну 2021 року. Це був формат зустрічей-розмов у zoom, онлайн-флешмобів, уроків англійської для всіх бажаючих приєднатись. Для цього простору віртуальний формат взаємодії був лише тимчасовим рішенням: *«Ну, підлітки більше люблять наживо спілкуватись. Але їм сподобався той Реверс. Там просто було все дуже двіжово і класно. Навіть попри те, що всі були онлайн, ми потім розбили їм по кімнатах, говорили. Дуже люблять люди спілкуватися, багато з нами діляться.*

На попередньому карантині ми почали робити уроки англійської онлайн. Це Кріс почав збирати, він збирає кожного тижня. Ми почали розвивати наш інстаграм, планували що кожного дня буде якийсь сторіс-згадування. Ну і почали меншими групами збиратися. Наприклад, я зберу 4 людей, і з ними спілкуюся. Замість цього збіговиська на 70 людей.» [35]

Тому гіпотеза Х4 підтверджена частково- результати кейс-аналізу та глибинних інтерв'ю не достатньо розкривають проблематику мотивації аудиторії третіх місць щодо можливості проведення дозвілля у віртуальному форматі. Оскільки дослідження сфокусовано на діяльності третіх місць, існуючих суто у фізичному вимірі, можна припустити що аналогічним третім місцям суто у віртуальному вимірі притаманна інша специфіка. «Живі» треті місця є окремим об'єктом, простором для проведення дозвілля, у якому фізична локація та її наповнення відіграють суттєве значення для характеру дозвіллевої діяльності та неформального спілкування.

Х5. Тривала відсутність контакту із третім місцем спричинює відтік відвідувачів після завершення періоду карантинних обмежень.

Остання гіпотеза дослідження стосувалася реакції аудиторії на трансформацію третіх місць. Я припускала, що тривала відсутність контакту із третім місцем спричинює відтік відвідувачів після завершення періоду карантинних обмежень. Певний відтік відвідувачів стався у всіх досліджених просторах, окрім кейсу з People Place Bar'ом- там було виявлено зворотню реакцію відвідувачів. Загалом Факти на підтвердження гіпотези Х5 знаходимо у кейсі з кав'ярнею альтернативної кави у муніципальному арт-центрі:

«Не знаю прям чи відтік, але перший тиждень після карантину був дуже важким, тому що люди ще не звикли, що вже все відчинено. Така упередженість була в людях. Це я і по собі бачу. Якщо закрити мене на місяць вдома, я бачу що в мене в принципі і нема потреби пити каву в кав'ярні щодня.

Я можу пити каву вдома, дивитись собі щось, читати, і вийти погуляти в парк. І досить. Люди мабуть почувають те саме, хоча я жосткий екстраверт, і люблю говорити з людьми, бути серед людей. Але таких як я це все одно вражає. Думаєш-«Та нормально тобі вдома. От тобі ютубчик- розважайся». Плюс до того, ця весна була просто жахлива по погоді.» [33]

Проблематика відтоку відвідувачів третіх місць є тісно пов'язаною з аспектом відчуття приналежності, ідентифікації з простором. Саме тому процес повернення аудиторії після завершення дії карантинних обмежень протікає по-різному в залежності від специфіки простору та наявності аудиторії з сильним відчуттям приналежності, ідентифікації з місцем. В цьому випадку також перетинаються такі функції третіх місць, як їх формальна сторона- культура споживання кави, наприклад, і неформальна- мережа для спілкування, місце зустрічі. Можна припустити, що ці два елементи є тісно пов'язаними між собою. Практики споживання певного продукту пов'язані з проведенням дозвілля у третіх місцях, і формують повсякденні практики молоді. Якщо впродовж перерви у відвідуванні третіх місць у аудиторії формується інша модель проведення дозвілля і повсякденної діяльності, яка задовольняє акторів, то стається відтік аудиторії. В інших випадках- коли відчуття приналежності до третього місця є досить сильним, або вид дозвілля у конкретному просторі відіграє високу цінність, пауза може навпаки позитивно вплинути на повернення аудиторії. Такий приклад ми знаходимо у кейсі діяльності People Place бару:

«І: От коли був карантин цей зимовий, а тоді весняний, як це вплинуло на аудиторію? Стався якийсь відтік після цього?»

Р: Ні, я навпаки би сказала, що після того люди прийшли, і витратили свої гроші ще більше, бо скучили дуже сильно.» [32]

Отже, остання гіпотеза Х5 підтвердилась частково: тривала відсутність

контакту із третім місцем спричинює відтік відвідувачів після завершення періоду карантинних обмежень, однак за певних умов. Фактором, що впливає на зміну практик відвідування третіх місць з боку аудиторії, є слабкість соціальних зв'язків, які розпадаються за умови відсутності тривалого контакту з конкретним місцем та людьми.

Висновки

У дослідженні вдалось розкрити концепт «третього місця» дозвілля молоді, як окремого феномену серед інших публічних просторів міста. Третє місце як об'єкт поєднує у собі фізичний простір і мережевий простір- органічну систему зв'язків між усіма акторами, що включені у його діяльність. З огляду на це, усі елементи третього місця формують його специфічну екосистему- це локація, внутрішній та зовнішній вигляд простору, його наповнення, атрибутика, атмосфера, концепція, наративи що відтворюються у його межах. Однак головною метою діяльності третього простору є саме творення солідарності та довіри серед усіх акторів, включених у його діяльність, а також потенційної аудиторії, формування неформальної мережі слабких соціальних зв'язків. Присутність можливості для комунікації та живої взаємодії є основним і першочерговим фактором, що збільшував шанси культурних просторів вижити у період карантинних обмежень.

Іншим важливим фактором, що вплинув на діяльність третіх місць в умовах пандемії, була їх здатність до проведення альтернативної діяльності в інших форматах, коли формат живої взаємодії у закритих просторах був обмеженим. Легше пристосуватись до обмежень і не втратити аудиторію вдалось тим місцям, які мали більше варіантів альтернативи- діяльність у відкритих просторах, перехід у підпілля, віртуальна діяльність, тощо. На здатність до видозміни простору чи альтернативних способів проведення діяльності

впливали формальні зовнішні фактори- сусідство з іншими просторами міста, формат третіх місць.

Карантинні обмеження по-різному вплинули на діяльність закладів культури і закладів харчування, створивши ситуацію нерівності. Чудовим прикладом рішення такої проблематичної ситуації став кейс колаборації кав'ярні третьої хвилі-Альтернативної кави з Муніципальним арт-центром, де кав'ярня є причиною залишитись у просторі на довше та у неформальній обстановці обговорити побачене з іншими людьми.

Формальний бік діяльності третіх місць, його спрямування, є тісно пов'язаним із неформальною стороною простору як місця для зустрічі. Третім місцем можна назвати той об'єкт, у якому присутні ці два елементи. Умовно кажучи, каву п'ють кожного дня- коли молодь приходить випити кави, вона заодно спілкується. Якщо прибрати формальну сторону діяльності третіх місць, припиниться існування і неформальної. Тому довга пауза у припиненні діяльності третіх місць загрожує відтоком аудиторії. Засобом для підтримки неформального зв'язку у час карантинних обмежень може виступити віртуальний простір- однак лише як тимчасове рішення. За умови, що у третього місця вибудувалась міцна мережа неформальних зв'язків, пауза не вплине на відтік аудиторії- вона повернеться одразу ж після завершення карантинних обмежень.

Отже, карантинні обмеження загалом негативно вплинули на мережу слабких соціальних зв'язків навколо діяльності третіх місць, натомість підсиливши уже сформовані міцні та сильні соціальні зв'язки. Це змінює погляд на природу соціальної комунікації: слабкі зв'язки, якими часто пояснюють поширення відчуженості, є зрештою необхідною умовою для формування у індивідів можливостей, а також їх інтеграції в суспільство. За результатами дослідження також бачимо, що сильні зв'язки, які сприяють згуртованості на локальному рівні, на макрорівні можуть спричинити подальшу фрагментацію та

сегрегацію серед молоді та у суспільстві загалом. Втім, даний аспект проблематики діяльності третіх місць в умовах пандемії потребує більш ретельного дослідження для подальшого розвитку цієї тези.

У подальшій перспективі можна розвивати наступні аспекти даної тематики: співпрацю культурних закладів з «третіми місцями», або ж кав'ярнями третьої хвилі, аспект впливу існування третіх місць на розвиток культурного життя міста, роль третіх місць у формуванні молодіжних спільнот. Пандемія є фактором, що стер з життя міста «мертві» публічні простори, або ж не-місця. Роль і значення для життя мешканців міста масивних публічних просторів, як от торгових центрів, чи інших штучно створених публічних просторів, поставлено під сумнів. Натомість під впливом карантинних обмежень- через відчуття приналежності, відчуття браку чогось важливого- проявилось значення місць, що справді мають значення для життя молоді і мешканців міста. Саме такими просторами і мусять бути «треті місця».

Список літератури:

1. Бауман, З. (2008). *Текущая современность*. СанктПетербург: «Питер»
2. Верлен Б. (2001) *Общество, действие и пространство*. Альтернативная социальная география. Пер. С англ. С. П. Баньковской. *Социологическое обозрение*, 1 (2).
3. Виктор Вахштайн (2014) *Пересборка города: между языком и пространством*. *Социология власти* № 2
4. Грановеттер, М. (2009). *Сила слабых связей*. *Экономическая социология*, 10

(4), 31-50.

5. Лефевр А. (2002) Идеи для концепции нового урбанизма. Социологическое обозрение, 2 (3)
6. Ло Дж. (2006) Объекты и пространства. Социология вещей. В. Вахштайн (ред.), М.: Территория будущего.
7. Паченков, Олег (2012). Публичное пространство города перед лицом вызовов современности: мобильность и «злоупотребление публичностью». Новое литературное обозрение, № 117, 2012. Точка доступа: <http://magazines.russ.ru/nlo/2012/117/p33.html>
8. С. Шліпченко, І. Тищенко. (упор.). 2016. (Не)Задоволення публічними просторами. Урбаністичні Студії III. (Представництво Фонду ім. Гайнріха Бьоля в Україні. Центр Урбаністичних Студій НаУКМА) – К.: Всесвіт, 2016. – 340 с.
9. Сеннет Р. (2002). Падение публичного человека. Москва: «Логос»
10. Adams M (2007) Self and Social Change. London: Sage
11. Auge, Marc (1995). Non-Places. Introduction to an Anthropology of Supermodernity. London & New York: Verso
12. Gehl J. (2010) Cities for People, Copenhagen: Island Press
13. Goffman E (1959) The Presentation of Self in Everyday Life. New York: Doubleday
14. De Certeau M (1984) The Practice of Everyday Life (trans. Rendall S). Berkeley, CA: University of California Press
15. Hetherington, Kevin, and Rolland Munro (eds) (1997) Ideas of Difference: Social Spaces and the Labour of Division. Oxford: Blackwell.
16. Jackson M (1983) Knowledge of the body. Man (New Series) 18(2): 327–45
17. Jacobs, Jane (1961). The Death and Life of Great American Cities. New York: Vintage books.

18. Kohn, Margaret (2004). *Brave New Neighborhoods. The Privatization of Public Space*. New York and London: Routledge.
19. Latour, Bruno (1988) *The Pasteurization of France*. Cambridge, MA.: Harvard University Press
20. Lee, Nick, and Steve Brown (1994) ‘Otherness and the Actor Network: the Undiscovered Continent’, *American Behavioural Scientist*, 36: 772-790.
21. Leach N (2002) *Belonging: Towards a theory of identification with space*. In: Hillier J and Rooksby, E (eds) *Habitus: A Sense of Place*. Aldershot: Ashgate, 281–95
22. Lefebvre, Henri (1996). *Writings on cities*. Oxford: Blackwell.
23. Mitchell, Don (1995). *The End of Public Space? People’s Park, Definitions of the Public, and Democracy*. In: *Annals of the Association of American Geographers*, Vol. 85 (1), 1995, pp. 108–133.
24. Muhammed Ziya Paköz, Cansu Sözer, Ayşen Doğan (2020) *Changing perceptions and usage of public and pseudo public space*
25. *In the post pandemic city: the case of Istanbul*. URBAN DESIGN International <https://doi.org/10.1057/s41289-020-00147-1>
26. Neal, Zachary. (2010). *Seeking common ground: three perspectives on public space*. In: *Proceedings of the Institution of Civil Engineers. Urban Design and Planning*. Issue DP000, 2010, pp. 1–8.
27. Oldenburg, R. (1989). *The great good place*. New York: Marlowe
28. R. Hadi and E. Ellisa (2019) *Rethinking third place in the digital era*, Department of Architecture, Faculty of Engineering, Indonesia
29. Vanessa May (2010) *Self, Belonging and Social Change*, University of Manchester, UK
30. Whyte, William H. (2001). *The Social Life of Small Urban Spaces*. New York: Project for Public Spaces.
31. Zukin, Sharon (1995). *The Cultures of Cities*. Oxford: Blackwell publishers

Джерела:

32. Транскрипт інтерв'ю #1 адміністраторка закладу People Place Bar
33. Транскрипт інтерв'ю #2 власники кав'ярень «Альтернативна кава» на пр. Шевченка, і на вул. Стефаника, 11.
34. Транскрипт інтерв'ю #3 з адміністраторкою Львівського Муніципального арт-центру
35. Транскрипт інтерв'ю #4 з очільником молодіжного протестантського клубу «Реверс»
36. Транскрипт інтерв'ю #5 з жителькою простору «Дім Серця».

Додатки

Додаток 1: Гайд для проведення глибинних інтерв'ю

Гайд для проведення глибинних інтерв'ю на тему «Трансформація простору культурно-дозвілєвих практик молоді в умовах пандемії»

Вітаю! Я навчаюсь на кафедрі суспільних наук Українського католицького університету, на спеціальності соціологія. В рамках написання наукової роботи досліджую діяльність третіх місць- публічних просторів для неформального спілкування та взаємодії молоді, і те, як ці місця трансформувалися під впливом карантинних обмежень, що

тривають уже рік з початку весни 2020 року. Дуже дякую за згоду долучитися до мого наукового проекту.

Я буду записувати нашу розмову. Йдеться тільки про аудіозапис, без відео. Цей запис необхідний для того, щоб згодом не опустити щось важливе з нашої розмови.

Аудіозапис розмови буде доступний лише для мене, і ніколи не з'явиться у публічному доступі. Однак прошу у Вас права процитувати в нашому звіті прямі цитати з інтерв'ю зі збереженням анонімності (зазвичай імена респондентів зашифровують і реальні імена ніколи не називають).

Тут не буває правильних чи неправильних відповідей, оскільки йдеться про Ваш персональний досвід, а він цінний таким, який він є. Тому прошу Вас бути максимально відвертим у власних відповідях.

Блок 1 Біографія

1. Розкажіть, будь ласка, трішки про себе

Необхідно отримати наступну інформацію:

- вік респондента
- чим займався раніше, чим займається зараз
- роль у молодіжному середовищі, які функції виконує у діяльності закладу

Блок 2 Загальна інформація про простір та його аудиторію

1. Розкажи будь ласка, максимально детально про місце, де ти працюєш, та його атмосферу.

- Чим займається заклад?
- Як довго існує?
- Як себе позиціонує?
- Яка його основна мета?
- Які наративи звучать у просторі закладу?
- Як виглядає фізичний простір всередині і ззовні?
- Хто є його конкурентами?
- Якщо це місце унікальне, то чим саме?

2. Хто є вашою основною аудиторією?

- Як можна описати типового завсідника простору?

-Чи присутній неформальний поділ на постійних відвідувачів- просто активних, і пасивних та випадкових?

-Чим займаються відвідувачі простору в межах третього місця?

-Як багато часу проводять там? Про що спілкуються (якщо така інформація не конфіденційна).

-Чи є певна особа, що керує процесами/активностями у межах простору?

-Якою є взаємодія між власниками, працівниками, та аудиторією простору?

Блок 3 Простір і трансформації під час пандемії

1. Розкажи про те, як виглядало життя цього місця до початку локдауну минулого року.

2. Як простір переживав перший локдаун весною 2020 року?

-Як трансформувалась робота закладу в зв'язку з обставинами?

-Чи пробували ви перевести діяльність в онлайн або в підпілля?

-Як це сприйняли ваші відвідувачі?

3. Як виглядала діяльність закладу впродовж літа, до жовтня 2020 року?

-Чи стався відтік відвідувачів після першого локдауну? Якщо так, то наскільки змінилась аудиторія?

-Чи довелося змінювати зовнішній і внутрішній простір закладу, щоб відповідати обмеженням? Які обмеження стосувалися вашої роботи?

4. Якщо порівняти локдаун весною 2020 року, і цьогорічний карантин березня-квітня, то як вони відрізнялись? І чи відрізнялись чимось?

Загальні запитання

Як заклад пристосовувався до карантинних обмежень? Чи змушений був міняти власну концепцію через пандемію? А внутрішній та зовнішній простір? Чи зменшилась частота відвідувань простору, чи навпаки, збільшилась? Якщо зменшилась, то чому? І чи грала роль у пережитті карантинних обмежень присутність «постійних» завсідників людей, що відчували приналежність до простору? Як заклад пережив карантин березня 2020 року? А карантин березня 2021 року?

Чи були спроби перевести діяльність закладу в онлайн-формат? Якщо так, чи були ці спроби успішними?

Блок 4 Прогнози на майбутнє

1. Розкажи, які у цього простору плани на майбутнє? І як ти бачиш себе у ньому?

-Яким життям зараз живе цей простір?

-Як планує розвиватись, куди рухатись?

-Які вимушені трансформації, здійснені під впливом карантинних обмежень, залишаться і надалі, безвідносно до ситуації?

Блок 5 Власні враження про зміни, які відбувались і можуть відбутись. Особистий досвід

1. Якщо є щось важливе, чого не було у запитаннях раніше, але що на твою думку варто сказати, зараз є можливість це зробити.

2. Чи можеш коротко підсумувати все сказане? Яка твоя думка на все, що відбувається?

3. Яким, на твою думку, має бути ідеальний простір для дозвілля і спілкування молоді? Можеш назвати подібні простори? Що має там бути? Як він повинен виглядати?