



УДК 316.334.56+316.77
ББК 60.524.224+60.546.21

КАФЕ БЕЗ ЕДЫ, ФАСТФУД КАК МЕДИА, ВРЕМЕННЫЙ ПАРК: ПОСТВИРТУАЛЬНОСТЬ И ГОРОД 3.0 В РОССИИ ¹

Квят Александра Георгиевна

Кандидат филологических наук, доцент,
докторант кафедры социологии Уорикского университета
akvyat@yandex.ru
г. Ковентри, CV4 7AL, Великобритания

Аннотация. Одно из самых популярных направлений современных городских коммуникативных исследований – медиаурбанистика, изучающая влияние медиатехнологий на городскую среду и интеракцию ее обитателей. Анализ многочисленных источников позволяет выделить три парадигмы развития медиаурбанистики: предвиртуальность (1950–1970-е гг.), виртуальность (1990-е – начало 2000-х гг.) и поствиртуальность (со второй половины 2000-х гг.). Нормативной моделью поствиртуальной медиаурбанистики является «город 3.0», где физическая и электронная среда дополняют друг друга, а новые медиатехнологии гармонично сочетаются с традиционными формами межличностной коммуникации. В современной России эта модель воплощается в таких процессах, как развитие третьих мест (антикафе, коворкинги, ревитализованные парки и библиотеки) и появление новых городских коммуникативных практик (фудмаркеты, обмен пересказами, офлайн-квесты и др.). Эти проявления поствиртуальности пока не доминируют в российской городской культуре, а образуют многочисленные локальные пространственно-временные анклавы, характерным примером которых является омский проект «Городской пикник».

Ключевые слова: городские коммуникативные исследования, медиаурбанистика, поствиртуальность, город 3.0, третьи места, антикафе, фудмаркет, офлайн-квест.

Во второй половине XX столетия в зарубежной науке появилась новая область на стыке урбанистики и коммуникативистики – городские коммуникативные исследования (urban communication studies). Основными предпосылками к формированию этой комплексной дисциплины, изучающей различные аспекты человеческой коммуникации в городской среде, были научно-технический прогресс, рост урбанизации и телекоммуникационная революция 1950–1960-х годов. На сегодняшний день наиболее развитым направлением городской коммуникативистики является исследование влияния медиатехнологий на городскую среду и социальную интеракцию ее обитателей. Много-

численность работ, посвященных этой проблематике, позволяет выделить их в отдельную субдисциплину в рамках более широкого круга городских коммуникативных исследований. В качестве названия этой субдисциплины можно предложить термин «медиаурбанистика»², который и будет использоваться в данной статье.

Анализ литературы по этой теме позволяет выделить три этапа развития медиаурбанистики, которые хронологически соответствуют трем последовательно сменявшимся друг друга парадигмам: предвиртуальность (1950–1970-е гг.), виртуальность (1990-е – начало 2000-х гг.) и поствиртуальность (вторая половина 2000-х гг.).

I. *Предвиртуальность: 1950–1970-е годы*. В этот период появляются первые углубленные исследования влияния медиатехнологий на городскую жизнь. Хотя в этих работах еще не использовалось понятие виртуальности, медиаурбанистам первой волны удалось наметить те фокусные точки, из которых впоследствии выросла проблематика исследований 1990-х – начала 2000-х годов. В частности, ученые 1950–1970-х гг. рассматривали роль медиатехнологий в таких процессах, как увеличение коммуникативных перегрузок горожан [18; 37; 51]; развитие современной городской цивилизации [33; 36], изменение восприятия категорий пространства и времени [14], освобождение социальных связей от географической привязки [54], кризис неопосредованной (то есть такой, в которой не участвуют СМИ и технические устройства) межличностной коммуникации в публичном пространстве, развитие приватизма и пассивности [23; 46].

В следующем десятилетии развитие медиаурбанистики несколько замедлилось: заметно сократилось количество публикаций соответствующей тематики, в США закрылись два крупных профильных исследовательских центра. По всей вероятности, это затишье было связано с тем, что кризис публичной сферы, отмеченный еще учеными 1970-х гг., к 1980-м только усугубился. Кроме того, к этому времени окончательно угас тот мощный импульс глобальных социокультурных изменений 1950–1960-х гг., под влиянием которого и возникла медиаурбанистика. Следующим стимулом такой же силы стала только компьютерная революция 1990-х – начала 2000-х годов.

II. *Виртуальность: 1990-е – начало 2000-х годов*. Широкое распространение персональных компьютеров и домашнего Интернета в этот период привело к заметной радикализации концепций упадка публичной сферы и кризису традиционной городской коммуникации. Тренд приватизма предельно усиливается [20; 43], улица перестает быть местом встречи и общения [26], публичная коммуникация перемещается в закрытые пространства – кафе, моллы, спортивные и развлекательные центры [35]. Но, безусловно, главной темой медиаурбанистики 1990-х – начала 2000-х становится разрыв реального и виртуального городского пространства. Появляет-

ся множество работ, посвященных аспатиальности современного города [22; 55], то есть ослаблению роли физического городского пространства по сравнению с виртуальным (от англ. *non-spatiality*, букв. «непространственность»). Возникают синонимичные концепции «кибергорода» [13; 26; 38], «цифрового города» [31], «информационного города» [15], «эфемерного города» [39]. Согласно определению К. Бойер, «кибергород превращает реальность времени и пространства в воображаемую матрицу компьютерных сетей, связывающих электронным способом отдаленные точки земного шара, коммуницирующих нелинейно при помощи огромных объемов информации, хранящихся в виде кодов» [13, с. 115].

Еще одной отличительной чертой медиаурбанистики 1990-х – начала 2000-х является принятая по умолчанию установка, согласно которой живая межличностная коммуникация в городской среде навсегда ушла в прошлое, став в лучшем случае предметом ностальгии или источником метафор для описания нового типа городского пространства. В качестве примера можно привести две характерные цитаты. Авторы первой из них, Г. Гумперт и С. Дракер, говорят о традиционной уличной коммуникации как об «уходящей натуре»: «Полнокровная социальная жизнь в окружении оживленных улиц, рынков, парков, бульваров и скверов всегда была определяющей характеристикой городской культуры. Но современные медиатехнологии, от телефона до компьютера и кабельного телевидения, вытесняют коммуникацию из городской среды в пространство организаций и малых социальных групп» [26, с. 250]. Вторая цитата – отрывок из книги У. Митчелла «City of Bits» («Город из битов»), где метафора идеального городского парка используется для описания образцовой модели комфортной и дружелюбной среды в веб-пространстве: «Интерфейс публичных киберпространств должен быть похож на хороший парк или сквер, куда приятно зайти и где хочется провести время. Заумный, сложный, непонятный простому пользователю интерфейс – такой же барьер, как лестница без пандуса для посетителя парка в инвалидной коляске. Люди должны ощущать комфорт и безопасность, отсутствие враждебности, агрессии, угрозы нападения» [38, с. 128].

Таким образом, оппозиция реальное/виртуальное в литературе этого периода однозначно трактовалась как радикальное противоречие, разрешить которое удалось только во второй половине 2000-х годов.

III. *Поствиртуальность: со второй половины 2000-х годов.*

Третий этап развития медиаурбанистики связан с распространением беспроводных технологий, мобильных устройств и так называемых локативных медиа, способных определять местоположение пользователя в пространстве. Во второй половине 2000-х гг. появилось огромное количество работ, исследующих влияние мобильных телефонов, аудиоплееров, технологий wi-fi и GPRS на коммуникацию в публичном городском пространстве [21; 27; 28; 32; 42]. Одной из самых популярных тем научных и общественно-политических дискуссий стала концепция «умного города» [29; 47; 52]. В некоторых источниках вместо этого названия используется формулировка «убиквитарный город» (англ. – *ubiquitous city* и *ubiquitous computing* – полная, повсеместная компьютеризация городской среды) [12; 48; 50]. Результатом проникновения новых медиатехнологий в физическую городскую среду стала смена парадигмы медиаурбанистики: если в 1990-х – начале 2000-х гг. реальный город противопоставлялся виртуальному, то сейчас такой бинарный подход подвергается критике [17]. В работах последних лет городское пространство описывается как гибридное и многослойное:

«Гибридные пространства возникают, когда виртуальные сообщества, ранее существовавшие в пределах киберпространства, благодаря использованию мобильных технологий перемещаются в физические пространства» [49, с. 261];

«Умные устройства позволяют людям присутствовать в нескольких местах одновременно, в то же время передвигаясь по физическому городскому пространству и при этом перемещаясь между несколькими технологически опосредованными социальными ситуациями» [45, с. 439];

«Физическое и виртуальное в городском контексте нельзя понимать как отдельные сферы, они должны быть концептуализированы в связке друг с другом» [44, с. 524];

«Использование портативных медиаустройств создает смешанные пространства на пересечении онлайн- и офлайн-миров» [53, с. 559].

Концепции кибергорода/цифрового/информационного города, как и вся парадигма чистой виртуальности, постепенно уходят в прошлое. Новой нормативной моделью современного города становится «*tertium quid city*» (лат. *tertium quid* – нечто третье, среднее, промежуточное; «город третьего типа»). Этот термин, предложенный в 2005 г. исследователями городской коммуникации Г. Гумпертом и С. Дракер, означает такой тип города, где физическая и электронная среда дополняют друг друга, а новые медиатехнологии гармонично сочетаются с традиционными формами межличностной коммуникации [25, с. 21]. Согласно образному определению Гумперта и Дракер, это сочетание дает возможность «одновременно наслаждаться цифровым ландшафтом и магией тротуара» [19, с. 436]. Поскольку латинизм «*tertium quid*» в русском языке используется редко, для обозначения этой урбанистической модели можно предложить более релевантный термин «город 3.0» – по аналогии с актуальным на сегодняшний день понятием «web 3.0», которое в одной из трактовок [40] означает взаимодействие Интернета с физическим пространством.

В мировой практике есть множество успешных примеров реализации этой концепции (скандинавские и южнокорейские проекты по созданию «умных городов», финский город Оулу, британский Монмут, позиционирующийся как «первый город, подключенный к Википедии», и т. д.). Поскольку эти кейсы хорошо известны в профессиональном сообществе урбанистов, в данной статье речь пойдет о том, как проявляется поствиртуальная тенденция в российских городах. Но прежде чем перейти к конкретным примерам, необходимо сделать одно пояснение. Если вернуться к определениям поствиртуального города, можно обнаружить в них два аспекта. С одной стороны, «город 3.0» отличается тем, что медиатехнологии в нем как бы пропитывают физическое пространство. С другой стороны, это такой город, в котором созданы комфортные условия для живой, непосредственной, «офлайновой» коммуникации горожан, то есть, по метафоре Гумперта и Дракер, «магия тро-

туара» в таком городе не является второстепенным условием, своеобразным экзотиконостальгическим приложением к «цифровому ландшафту». В то время как первый признак поствиртуальности только начинает реализовываться на практике в российских городах³, второй критерий проявляется весьма интенсивно и разнообразно, причем упомянутую в нем комфортную среду в большинстве случаев горожане создают для себя сами. В современной России модель «город 3.0» воплощается в таких процессах, как развитие третьих мест и появление новых городских коммуникативных практик.

1) *Развитие третьих мест.* Термин «третье место» был введен в 1989 г. социологом города Р. Олденбургом как противоположность двум другим типам пространства – домашнему и рабочему. К третьим местам Олденбург относит пространства, предлагающие уют вне дома и новые интересные контакты вне работы, – кафе, пабы, кофейни, парки и т. д. Согласно его теории, третье место должно быть открытым, доступным, нейтральным, демократичным и комфортным, основным занятием здесь является общение [41]. В последние 2–3 года в российских городах наблюдается настоящий бум третьих мест. Наиболее популярными форматами таких пространств стали коворкинги (комфортные пространства для удаленной работы вне офиса) и антикафе (в качестве альтернативных названий этого формата иногда используются термины «тайм-кафе», «свободное пространство», «креативное пространство» и т. п.). В отличие от коворкингов, идея которых была заимствована из западной практики, антикафе представляют собой чисто российское изобретение, не имеющее точных аналогов в зарубежных городских культурах [6, с. 353]. Как следует из приставки «анти», в такие места приходят не за едой, а за общением и всевозможными видами «умного досуга», к которым можно отнести настольные игры, просмотр фильмов, лекции, мастер-классы, воркшопы, концерты, выставки. Обязательные атрибуты антикафе – свободный доступ к wi-fi, бесплатные чай, кофе и вода (иногда – легкие закуски), запрет на курение и употребление алкоголя⁴. Таким образом, посетители оплачивают только про-

веденное в антикафе время. В некоторых местах такого типа совмещаются функции антикафе и коворкинга.

К перечню популярных российских форматов третьего места также стоит добавить ревитализованные⁵ парки и библиотеки, хотя связанные с ними организационные и финансовые затраты пока не позволяют считать их по-настоящему распространенной практикой. Пожалуй, самый яркий пример ревитализованного парка – обновленный в 2011 г. ЦПКиО им. Горького в Москве [4]; подобные проекты были впоследствии реализованы и во многих других московских парках. Столичные библиотеки (Российская государственная библиотека для молодежи, библиотека «Проспект», Библиотека им. Ф.М. Достоевского и др.) также становятся полноценными третьими местами: благодаря усилиям Московского городского библиотечного центра в них появляется wi-fi, радикально меняется атмосфера и интерьер, расширяется набор их функций [2; 3; 11]. Этот опыт постепенно начинают перенимать и в других российских городах – разумеется, с некоторыми отличиями в бюджете и масштабах реконструкции, но, тем не менее, тенденция к переосмыслению роли библиотеки в современном российском городе очевидна.

2) *Новые городские коммуникативные практики.* Во второй половине 2000-х гг. в российских городах возникло множество новых коммуникативных практик разной степени популярности [6; 7]. Некоторые из них получили весьма широкое распространение (буккроссинг, фримаркеты, активные городские игры), другие оказались уникальными феноменами (протестные митинги, «Большой белый круг», контрольные прогулки и лагеря «Оккупай» в 2011–2012 гг.), третьи пока остаются локальными явлениями, что, однако, не делает их менее интересными с точки зрения медиаурбанистики. Характерный пример такой практики – обмен пересказами, организуемый московским сообществом «Курилка Гутенберга» [8]. Участники этого проекта регулярно проводят неформальные встречи, на которых каждый желающий может пересказать любую научно-популярную книгу по собственному выбору или принять участие в свободном обсуждении. От обыч-

ных книжных клубов «Курилка Гутенберга» отличается идеологически: проект был задуман как эксперимент с форматами коммуникации, а само его название (И. Гутенберг – изобретатель книгопечатного станка) и миссия («массовое изгнание из рая уединенного чтения в чистилище публичного пересказа») отсылают к идеям известного медиатеоретика М. Маклюэна.

В 2013–2014 гг. список новых практик городской коммуникации дополнили фудмаркеты и квартирные квесты. Фудмаркет (альтернативные названия такого типа мероприятий – «фестиваль уличной еды», «ярмарка уличной еды», «городской маркет еды», «фестиваль рор-ап кафе») – это самоорганизованная импровизированная уличная ярмарка качественного фастфуда. Это явление, в 2013 г. ставшее одним из самых модных московских развлечений, возникло как альтернатива массовой продукции сетевых закусочных и дорогим ресторанам авторской кухни. Примечательно, что организаторами и участниками российских фудмаркетов в большинстве случаев являются не профессиональные повара, а кулинары-любители – как правило, представители творческих профессий (журналисты, рекламщики, дизайнеры). Анализ многочисленных интервью с активистами этого движения показывает, что его основная идея – это не только и не столько вкусная еда, сколько создание комфортного коммуникативного пространства в большом городе:

«История про маркеты – это история про общечеловеческий досуг. Ты берешь мужа, собаку, коляску, идешь встречаться с друзьями и весело проводить время. Москвичи хотят жить как нормальные люди» [5].

«Люди стали динамичнее и любопытнее, конечно, на что и Интернет повлиял, и открытые границы. И теперь люди не готовы тратить такое большое количество времени на рассиживание в ресторанах. Они хотят классной еды от классного человека, с которым можно перекинуться парой фраз, поднять себе настроение и быть в курсе событий, а также встретить там буквально в дверях таких же, как и они сами, продвинутых динамичных людей» [там же].

«Не жалейте время на разговоры и объяснения. Улыбайтесь. Высказывайте ком-

плименты своим клиентам и желайте им удачного дня. У нас под конец дня устали не ноги, а голосовые связки» [9].

Если фудмаркеты пока остаются скорее столичным феноменом, то пришедшая в Москву в конце 2013 г. зарубежная традиция квартирных квестов (другие названия – эскейп-игры, эскейп-румы, офлайн-квесты) моментально стала популярной и в других российских городах. Квартирные квесты, представляющие собой поствиртуальную версию традиционного субжанра компьютерных игр «выход из комнаты» (англ. *escape game* и *room escape*), можно назвать вторым поколением активных городских игр, первой разновидностью которых были командные уличные квесты начала и середины 2000-х годов. Такие игры предполагали перемещение в городском пространстве и совместное решение задач, связанных с логикой, ориентированием и коммуникативными навыками (самые известные примеры – придуманный в Белоруссии «Энкаунтер» и российская игра «Дозор»). У квартирных и уличных квестов много общего: и те, и другие позиционируются в качестве альтернативы виртуальным играм, построены на одних и тех же эффектах (интеллектуальное напряжение, эмоциональная разрядка, сплочение, возможность найти новых друзей). Главное их отличие заключается в том, что участники квартирного квеста должны выбраться из закрытого помещения, оборудованного в соответствии со сценарием игры («Советская квартира», «Лифт», «Отделение милиции», «Матрица», «Спасти Джона Леннона» и т. п.). Поэтому термин «офлайн-квест» применительно к эскейп-румам представляется не вполне корректным – это скорее более общее родовое понятие, объединяющее квартирные игры с уличными.

Сравнительный анализ примеров, иллюстрирующих поствиртуальную волну в современной российской городской культуре, обнаруживает следующую закономерность: несмотря на то что эти новые места и практики идеологически ориентированы на возрождение непосредственной, «офлайновой» коммуникации, все они так или иначе построены на гибридных отношениях реальности и виртуальности, то есть вполне соответствуют критериям нормативной модели «город 3.0».

В третьих местах бесплатный wi-fi работает как важный средообразующий фактор; участники обменов пересказами и фудмаркетов находят друг друга и координируют совместную деятельность при помощи социальных медиа; уличные квесты невозможны без использования геолокационных сервисов и мобильного Интернета, а организаторы квартирных квестов обязательно контролируют ход игры при помощи веб-камер (кроме того, в некоторых эскейп-румах задействованы шлемы виртуальной реальности, как, например, в санкт-петербургском квесте «Киберпанк» от компании Lostroom). С другой стороны, нельзя сказать, что вышеперечисленные проявления поствиртуальности являются доминантой современной российской городской культуры. Пока это всего лишь локальные (хотя и многочисленные) пространственно-временные анклавы, подобные тому, что урбанист Дж. Хоу называл «альтернативными городами в рамках уже существующего города» [30, с. 2], а философы М. де Серто и А. Лефевр – «дырами в решетке принятого в городе порядка» [16, с. 96], свободными для использования лакунами городской системы [34].

В заключение рассмотрим еще один интересный пример такого анклава – омский проект «Городской пикник», который сложно однозначно квалифицировать как пространство или практику. Омский городской пикник (далее – ОГП) – это бесплатное массовое мероприятие на открытом воздухе, которое раз в год организуется группой гражданских активистов без какого-либо участия властей. ОГП происходит на территории частной базы отдыха недалеко от центра города, средства на аренду и некоторые другие статьи расходов (подготовка газонов, сцена, оформление площадки, охрана, биотуалеты, вывоз мусора и др.) собираются при помощи краудфандинга в социальных медиа. Проект существует с 2012 г., на сегодняшний день прошло уже три таких мероприятия. Основные принципы ОГП – добровольность, самоорганизация и личная инициатива, самокупаемость, отсутствие возрастных ограничений, запрет на алкоголь, табак и политику [10].

Программа пикника включает выставки, перформансы, концерты, игротеки, танцеваль-

ные и детские площадки, лекции и мастер-классы, буккроссинг и фримаркет. Кроме того, авторам проекта удалось привлечь нескольких коммерческих спонсоров, которые, среди прочего, предоставили полное wi-fi-покрытие территории. В результате ОГП превратился в эталонное гибридное пространство, где возможна как онлайн-коммуникация посредством беспроводного интернет-соединения, так и офлайн-общение, причем не только в обычном живом формате, но и при помощи специальной экспериментальной доски под названием «Социальная сеть», на которую посетители пикника могут наклеивать стикеры с любыми надписями (автор идеи – художник С. Баранов). Вот несколько примеров этих «бумажных твитов»:

@Black123Hole / Человек с футболкой MUSE!! Найди меня в тви!

Конь в пальто – это герой!!!

Сальникова Анна упала в яму!

Ооочень классная лекция про кино. Нолюди не дружат с микрофоном [44].

Хотя организаторы называют ОГП «первым городским праздником, организованным городским сообществом, без администраций и корпораций, <...> на котором общими силами на один день в городе создается приятное, интересное и красивое общественное пространство» [10], на самом деле он представляет собой нечто большее, чем просто праздник. По сути, это парк-симулякр, парк-эфемериды, временный однодневный парк, возникший в депрессивной атмосфере социокультурного кризиса и упадка городской среды⁶. Омск, который в 1967 г. получил статус города-сада, сейчас не имеет ни одного по-настоящему благоустроенного, отвечающего современным требованиям парка; другие типы третьих мест здесь пока не приживаются (несколько попыток открыть антикафе не увенчались успехом из-за отсутствия стабильного спроса на такого рода развлечения), а новые практики городской коммуникации (фримаркеты, буккроссинг, офлайн-квесты и т. п.) реализуются слишком дискретно и эпизодично. С учетом такой ситуации ОГП представляется весьма удачным и показательным примером воплощения концепции «город 3.0» в условиях современного российского промышленного миллионника.

ПРИМЕЧАНИЯ

¹ Статья написана при финансовой поддержке гранта РГНФ № 14-13-34501г(р).

² Термин образован от словосочетания «mediated urbanism», которое впервые прозвучало в названии специального тематического выпуска журнала «The International Communication Gazette» – «Special Issue on Mediated Urbanism» (2013). Альтернативным вариантом наименования этой субдисциплины является предложенный С. Грэмом термин «городские ИКТ-исследования» (см.: [24]).

³ См., например, государственную программу г. Москва «Информационный город (2012–2016 гг.)», а также проекты студентов и выпускников Московского института медиа, дизайна и архитектуры «Стрелка», в частности, проект Urban Data.

⁴ Впрочем, в последнее время некоторые антикафе, стремясь увеличить прибыль, пересматривают свою политику в отношении алкоголя, что далеко не всегда вызывает одобрение посетителей.

⁵ Под термином «ревитализация» в урбанистике понимается процесс обновления, восстановления и оживления городского пространства.

⁶ См., например, серию постов об Омске известного блогера И. Варламова. URL: <http://zyalt.livejournal.com/567650.html>, <http://zyalt.livejournal.com/760146.html>.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Баранов, С. Социальная сеть пикника / С. Баранов // Арт-завод Баранова : блог. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://klaustromax.livejournal.com/78032.html#cutid1/>. – Загл. с экрана.
2. Вяхорева, В. Новые библиотеки: как изменилась Библиотека имени Достоевского на Чистопрудном бульваре / В. Вяхорева // Афиша-Город : сайт. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://gorod.afisha.ru/archive/biblioteka-dostoevskogo/>. – Загл. с экрана.
3. Гурова, В. Из библиотек даже перестали воровать книги : интервью с Борисом Куприяновым / В. Гурова // Теории и практики Москвы : сайт. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://theoryandpractice.ru/posts/6555-boris-kupriyanov-iz-bibliotek-dazhe-perestali-vorovat-knigi>. – Загл. с экрана.
4. Информация о парке // Парк Горького : сайт. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.park-gorkogo.com/about/>. – Загл. с экрана.
5. Качаева, И. «Люди хотят классную еду от классного человека, с которым можно перекинуться парой фраз»: Москвичи предпочитают вкусный уличный фастфуд престижным ресторанам / И. Качаева, Е. Барышева // Московские новости : сайт. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: http://www.mn.ru/moscow_people/20131009/358340990.html. – Загл. с экрана.
6. Квят, А. Г. Новые коммуникативные практики в российских городах / А. Г. Квят // Развитие русскоязычного медиапространства: коммуникационные и этические проблемы : материалы Международ. науч.-практ. конф. (26–27 апр. 2013 г.). – М. : Изд-во АПК и ППРО, 2013. – С. 351–360.
7. Квят, А. Г. Урбанистика в PR-образовании / А. Г. Квят // Коммуникационная инфраструктура современного города : материалы конф. (3 окт. 2012 г.). – М. : Фак журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова, 2012. – С. 38–42.
8. Курилка Гутенберга: сообщество в социальной сети Facebook. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <https://www.facebook.com/kurilkagutenberg/>. – Загл. с экрана.
9. Левенец, Д. Проверено: как открыть свое рор-ур-кафе / Д. Левенец, И. Качаева // Московские новости : сайт. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: http://www.mn.ru/moscow_people/20131010/358667455.html. – Загл. с экрана.
10. О фестивале // Городской пикник : сайт. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://2014.picnicomsk.ru/>. – Загл. с экрана.
11. Поносов, И. Чем заняться в московских библиотеках? / И. Поносов // Партизанинг : сайт. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://partizaning.org/?p=7916>. – Загл. с экрана.
12. Anttiroiko, A. U-cities Reshaping Our Future: Reflections on Ubiquitous Infrastructure as an Enabler of Smart Urban Development / A. Anttiroiko // AI & Society. – 2013. – Vol. 28, iss. 4. – P. 491–507.
13. Boyer, M. C. The Imaginary Real World of CyberCities / M. C. Boyer // Assemblage. – 1992. – Aug. (no. 18). – P. 114–127.
14. Carey, J. W. Harold Adams Innis and Marshall McLuhan / J. W. Carey // Antioch Review. – 1967. – Vol. 27. – P. 5–39.
15. Castells, M. The Information Age: Economy, Society and Culture / M. Castells. – Cambridge, MA ; Oxford, UK : Blackwell, 1996. – 556 p.
16. Certeau, M. de. The Practice of Everyday Life / M. de Certeau. – Berkeley, CA : University of California Press, 1984. – 256 p.
17. Crang, M. Technology, Time-Space, and the Remediation of Neighbourhood Life / M. Crang, T. Crosbie, S. Graham // Environment and Planning. – 2007. – Vol. 39. – P. 2405–2422.
18. Deutsch, K. W. On Social Communication and the Metropolis / K. W. Deutsch // Daedalus. The Future Metropolis. – 1961. – Vol. 90, no. 1 (Winter). – P. 99–110.

19. Drucker, S. J. *Steps in the Street* / S. J. Drucker, G. Gumpert // *The International Communication Gazette*. – 2013. – Vol. 75 (5–6). – P. 430–436.
20. Fischer, C. *America Calling* / C. Fischer. – Berkeley, CA : University of California Press, 1992. – 424 p.
21. Forlano, L. *Anytime? Anywhere?: Reframing Debates Around Municipal Wireless Networking* / L. Forlano // *The Journal of Community Informatics*. – 2008. – Vol. 4, no. 1. – Electronic text data. – Mode of access: <http://ci-journal.net/index.php/ciej/article/view/438/401>. – Title from screen.
22. Garreau, J. *Edge City* / J. Garreau. – N. Y. : Doubleday, 1991. – 576 p.
23. Gehl, J. *Life Between Buildings: Using Public Space* / J. Gehl. – N. Y. : Van Nostrand Reinhold, 1987. – 216 p.
24. Graham, S. *The Cybertcities Reader* / S. Graham. – L. : Routledge, 2004. – 436 p.
25. Gumpert, G. *Communication and Urban Life* / G. Gumpert, S. J. Drucker // *Intermedia*. – 2005. – Vol. 33 (2). – P. 18–23.
26. Gumpert, G. *The Urban Dilemma: A Communication Analysis and a Call for Papers* / G. Gumpert, S. J. Drucker // *Communication Research*. – 1994. – Vol. 21. – P. 250–251.
27. Hampton, K. N. *Community and Social Interaction in the Wireless City: Wi-Fi Use in Public and Semi-public Spaces* / K. N. Hampton, N. Gupta // *New Media and Society*. – 2008. – Vol. 10 (6). – P. 831–850.
28. Hampton, K. N. *The Social Life of Wireless Urban Spaces: Internet Use, Social Networks, and the Public Realm* / K. N. Hampton, O. Livio, L. S. Goulet // *Journal of Communication*. – 2010. – Vol. 60. – P. 701–722.
29. Hollands, R. G. *Will the Real Smart City Please Stand Up?* / R. G. Hollands // *City*. – 2008. – № 12 (3). – P. 303–320.
30. *Insurgent Public Space: Guerrilla Urbanism and the Remaking of Contemporary Cities* / J. Hou (ed.). – Routledge ; L. ; N. Y., 2010. – 289 p.
31. Ishida, T. *Digital Cities: Technologies, Experiences, and Future Perspectives* / T. Ishida, K. Isbister. – Berlin ; Heidelberg ; N. Y. : Springer-Verlag, 2000. – 451 p.
32. Ito, M. *Portable Objects in Three Global Cities* / M. Ito, D. Okabe, K. Anderson // *The Reconstruction of Space and Time* / ed. by R. Ling, C. Scott. – N. Y. : Transaction, 2008. – P. 67–88.
33. Jowett, G. S. *The Mass Media and Urban Development: An Historical Overview* : Paper, presented at the Annual Meeting of the International Communication Association / G. S. Jowett. – Chicago, 1975 (Apr.). – 21 p.
34. Lefebvre, H. *The Production of Space* / H. Lefebvre. – Oxford : Blackwell, 1991. – 225 p.
35. Lieberg, M. *Teenagers and Public Space* / M. Lieberg // *Communication Research. Special Issue on Urban Communication*. – 1995. – Vol. 22. – P. 720–744.
36. Meier, R. L. *A Communications Theory of Urban Growth* / R. L. Meier. – Cambridge, Mass. : MIT Press for the Joint Centre for Urban Studies of MIT and Harvard University, 1962. – 184 p.
37. Meier, R. L. *Characteristics of the New Urbanization* / R. L. Meier. – Chicago : University of Chicago, 1953. – 14 p.
38. Mitchell, W. J. *City of Bits: Space, Place, and the Infobahn* / W. J. Mitchell. – Cambridge : MIT Press, 1995. – 225 p.
39. Nunes, M. *Ephemeral Cities: Postmodern Urbanism and the Production of Online Space* / M. Nunes // *Virtual Globalizations: Virtual Spaces/Tourist Spaces* / ed. by D. Holmes. – Routledge ; L. ; N. Y., 2001. – P. 57–76.
40. O'Reilly, T. *Today's Web 3.0 Nonsense Blogstorm* / T. O'Reilly. – Electronic text data. – Mode of access: <http://radar.oreilly.com/2007/10/todays-web-30-nonsense-blogsto.html>. – Title from screen.
41. Oldenburg, R. *The Great Good Place: Cafés, Coffee Shops, Bookstores, Bars, Hair Salons, and Other Hangouts at the Heart of a Community* / R. Oldenburg. – N. Y. : Marlowe & Company, 1989. – 338 p.
42. Powell, A. *Wifi Publics: Producing Community and Technology* / A. Powell // *Information, Communication & Society*. – 2008. – Vol. 11, no. 8. – P. 1068–1088.
43. Putnam, R. *Bowling Alone* / R. Putnam. – N. Y. : Simon & Schuster, 2000. – 541 p.
44. Quan-Haase, A. *Digital Curation and the Networked Audience of Urban Events: Expanding La Fiesta de Santo Tomars from the Physical to the Virtual Environment* / A. Quan-Haase, K. Martin // *The International Communication Gazette. Special Issue on Mediated Urbanism*. – 2013. – Vol. 75 (5–6). – P. 521–537.
45. Ridell, S. *Mediated Urbanism: Navigating an Interdisciplinary Terrain* / S. Ridell, F. Zeller // *The International Communication Gazette. Special Issue on Mediated Urbanism*. – 2013. – Vol. 75 (5–6). – P. 437–451.
46. Sennett, R. *The Fall of Public Man* / R. Sennett. – N. Y. : Knopf Inc., 1977. – 414 p.
47. Shapiro, J. M. *Smart Cities: Quality of Life, Productivity, and the Growth Effects of Human Capital* / J. M. Shapiro // *The Review of Economics and Statistics*. – 2006. – № 88(2) (May). – P. 324–335.
48. Shin, D.H. *Ubiquitous City: An Analysis from an Information Society Perspective* : Paper Presented at the International Communication Association Annual meeting / D. H. Shin, Y. Kim. – 2009.
49. Souza, E. de. *From Cyber to Hybrid: Mobile Technologies as Interfaces of Hybrid Spaces* / E. de Souza, A. Silva // *Space and Culture*. – 2006. – Vol. 9, no. 3. – P. 261–278.

50. Suopäjärvi, T. In the Field of the Ubiquitous City. Suomen Antropologi / T. Suopäjärvi // Journal of the Finnish Anthropological Society. – 2010. – Vol. 35, iss. 3. – P. 81–84.

51. Toffler, A. Future Shock / A. Toffler. – N. Y. : Random House, 1970. – 505 p.

52. Townsend, A. Smart Cities. What if the Smart Cities of the Future are Chock Full of Bugs? / A. Townsend. – Electronic text data. – Mode of access: <http://places.designobserver.com/feature/smart-cities-buggy-and-brittle/38111>. – Title from screen.

53. Walторp, K. Public/Private Negotiations in the Media Uses of Young Muslim Women in Copenhagen: Gendered Social Control and the Technology-enabled Moral Laboratories of a Multicultural City / K. Walторp // The International Communication Gazette. Special Issue on Mediated Urbanism. – 2013. – Vol. 75 (5-6). – P. 555–572.

54. Webber, M. M. The Urban Place and the Nonplace Urban Realm / M. M. Webber // Explorations into Urban Structure. – University of Pennsylvania Press, 1964. – P. 79–153.

55. Wellman, B. Physical Place and Cyber Place: The Rise of Networked Individualism / B. Wellman // International Journal of Urban and Regional Research. – 2001. – Vol. 25 (June). – P. 227–252.

REFERENCES

1. Baranov S. Sotsialnaya set piknika [Picnic Social Network]. *Art-zavod Baranova: blog*. Available at: <http://klaustromax.livejournal.com/78032.html#cutid1>.

2. Vyakhoreva V. Novye biblioteki: kak izmenilas Biblioteka imeni Dostoevskogo na Chistoprudnom bulvare [New Libraries: What's New in the Dostoevsky Library]. Available at: <http://gorod.afisha.ru/archive/biblioteka-dostoevskogo/>.

3. Gurova V. Iz bibliotek dazhe perestali vorovat knigi: intervyyu s Borisom Kupriyanovym [People Even Have Given up Stealing Books From Libraries: an Interview With Boris Kupriyanov]. Available at: <http://theoryandpractice.ru/posts/6555-boris-kupriyanov-iz-bibliotek-dazhe-perestali-vorovat-knigi>.

4. Informatsiya o parke [Information on the Park]. *Park Gogkogo: sayt* [Gorky Park: Website]. Available at: <http://www.park-gorkogo.com/about/>.

5. Kachaeva I. “Lyudi khotyat klassnuyu edu ot klassnogo cheloveka, s kotorym možno perekinutsya paroy fraz”: moskvichi predpochitayut vkusnyy ulichnyy fastfud prestizhnym restoranam [“People Want to Buy Cool Food From a Cool Person, Conversing With Him/Her”: Muskovites Prefer Tasty Street Food to High-Profile Restaurants]. *Moskovskie novosti: sayt* [Moscow News: Website]. Available at: http://www.mn.ru/moscow_people/20131009/358340990.html.

6. Kvyat A.G. Novye kommunikativnye praktiki v rossiyskikh gorodakh [New Communication Practices

in Russian Cities]. *Razvitie russkoyazychnogo mediaprostranstva: kommunikatsionnye i eticheskie problemy. Materialy Mezhdunar. nauch.-prakt. konf. (26-27 apr. 2013 g.)* [Russian Media Landscape Development: Communication and Ethic Problems. Proceedings of the International Conference (Apr. 26-27, 2013)]. Moscow, Izd-vo APK i PPRO, 2013. pp. 351-360.

7. Kvyat A.G. Urbanistika v PR-obrazovanii [Urban Studies in Public Relations Education]. *Kommunikatsionnaya infrastruktura sovremennogo goroda: materialy konf. (3 okt. 2012 g.)* [Communication Infrastructure of the Modern City. Proceedings of the Conference (Oct. 3, 2012)]. Moscow, Fak. zhurnalistiki MGU im. M.V. Lomonosova Publ., 2012. pp. 38-42.

8. Kurilka Gutenberga: soobshchestvo v sotsialnoy seti Facebook [Gutenberg Smoking Room: Community in Facebook Social Network]. Available at: <https://www.facebook.com/kurilkagutenberg>.

9. Levenets D. Provereno: kak otkryt svoe pop-up-kafe [Revised: How to Start Your Own Pop-Up Cafe]. Available at: http://www.mn.ru/moscow_people/20131010/358667455.html.

10. O Festivale [On the Feast]. *Gorodskoy piknik: sayt* [City Picnic: Website]. Available at: <http://2014.picnicomsk.ru/>.

11. Ponosov I. Chem zanyatsya v moskovskikh bibliotekakh? [What to Do in Moscow Libraries?]. Available at: <http://partizaning.org/?p=7916>.

12. Anttiroiko A. U-cities Reshaping Our Future: Reflections on Ubiquitous Infrastructure as an Enabler of Smart Urban Development. *AI & Society*, 2013, vol. 28, iss. 4, pp. 491-507.

13. Boyer M.C. The Imaginary Real World of CyberCities. *Assemblage*, 1992, no. 18 (Aug.), pp. 114-127.

14. Carey J.W. Harold Adams Innis and Marshall McLuhan. *Antioch Review*, 1967, vol. 27, pp. 5-39.

15. Castells M. *The Information Age: Economy, Society and Culture*. Cambridge, MA; Oxford, UK, Blackwell, 1996. 556 p.

16. Certeau M. de. *The Practice of Everyday Life*. Berkeley, CA, University of California Press, 1984. 256 p.

17. Crang M., Crosbie T., Graham S. Technology, Time-Space, and the Remediation of Neighbourhood Life. *Environment and Planning*, 2007, vol. 39, pp. 2405-2422.

18. Deutsch K.W. On Social Communication and the Metropolis. *Daedalus. The Future Metropolis*, 1961, vol. 90, no. 1 (Winter), pp. 99-110.

19. Drucker S.J., Gumpert G. Steps in the Street. *The International Communication Gazette*, 2013, vol. 75(5-6), pp. 430-436.

20. Fischer C. *America Calling*. Berkeley, CA, University of California Press, 1992. 424 p.

21. Forlano L. Anytime? Anywhere?: Reframing Debates Around Municipal Wireless Networking. *The Journal of Community Informatics*, 2008, vol. 4, no. 1.

Available at: <http://ci-journal.net/index.php/ciej/article/view/438/401>.

22. Garreau J. *Edge City*. New York, Doubleday, 1991. 576 p.
23. Gehl J. *Life Between Buildings: Using Public Space*. New York, Van Nostrand Reinhold, 1987. 216 p.
24. Graham S. *The Cybercities Reader*. London, Routledge, 2004. 436 p.
25. Gumpert G., Drucker S.J. Communication and Urban Life. *Intermedia*, 2005, vol. 33 (2), pp. 18-23.
26. Gumpert G., Drucker S.J. The Urban Dilemma: A Communication Analysis and a Call for Papers. *Communication Research*, 1994, vol. 21, pp. 250-251.
27. Hampton K.N., Gupta N. Community and Social Interaction in the Wireless City: Wi-Fi Use in Public and Semi-Public Spaces. *New Media and Society*, 2008, vol. 10(6), pp. 831-850.
28. Hampton K.N., Livio O., Goulet L.S. The Social Life of Wireless Urban Spaces: Internet Use, Social Networks, and the Public Realm. *Journal of Communication*, 2010, vol. 60, pp. 701-722.
29. Hollands R.G. Will the Real Smart City Please Stand Up? *City*, 2008, no. 12 (3), pp. 303-320.
30. Hou, J., ed. *Insurgent Public Space: Guerrilla Urbanism and the Remaking of Contemporary Cities*. Routledge, London, New York, 2010. 289 p.
31. Ishida T., Isbister K. *Digital Cities: Technologies, Experiences, and Future Perspectives*. Berlin, Heidelberg, New York, Springer-Verlag, 2000. 451 p.
32. Ito M., Okabe D., Anderson K. Portable Objects in Three Global Cities. Ling R., Edison Scott C., eds. *The Reconstruction of Space and Time*. New York, Transaction, 2008. pp. 67-88.
33. Jowett G.S. *The Mass Media and Urban Development: a Historical Overview. Paper Presented at the Annual Meeting of the International Communication Association*. Chicago, 1975 (Apr.). 21 p.
34. Lefebvre H. *The Production of Space*. Oxford, Blackwell, 1991. 225 p.
35. Lieberg M. Teenagers and Public Space. *Communication Research. Special Issue on Urban Communication*, 1995, vol. 22, pp. 720-744.
36. Meier R.L. *A Communications Theory of Urban Growth*. Cambridge, Mass., MIT Press for the Joint Centre for Urban Studies of MIT and Harvard University, 1962. 184 p.
37. Meier R.L. *Characteristics of the New Urbanization*. Chicago, University of Chicago, 1953. 14 p.
38. Mitchell W.J. *City of Bits: Space, Place, and the Infobahn*. Cambridge, MIT Press, 1995. 225 p.
39. Nunes M. Ephemeral Cities: Postmodern Urbanism and the Production of Online Space. Holmes D., ed. *Virtual Globalizations: Virtual Spaces/Tourist Spaces*. Routledge, London, New York, 2001, pp. 57-76.
40. O'Reilly T. *Today's Web 3.0 Nonsense Blogstorm*. Available at: <http://radar.oreilly.com/2007/10/todays-web-30-nonsense-blogsto.html>.
41. Oldenburg R. *The Great Good Place: Cafés, Coffee Shops, Bookstores, Bars, Hair Salons, and Other Hangouts at the Heart of a Community*. New York, Marlowe & Company, 1989. 338 p.
42. Powell A. Wifi Publics: Producing Community and Technology. *Information, Communication & Society*, 2008, vol. 11, no. 8, pp. 1068-1088.
43. Putnam R. *Bowling Alone*. New York, Simon & Schuster, 2000. 541 p.
44. Quan-Haase A., Martin K. Digital Curation and the Networked Audience of Urban Events: Expanding La Fiesta de Santo Tomas From the Physical to the Virtual Environment. *The International Communication Gazette. Special Issue on Mediated Urbanism*, 2013, vol. 75 (5-6), pp. 521-537.
45. Ridell S., Zeller F. Mediated Urbanism: Navigating an Interdisciplinary Terrain. *The International Communication Gazette. Special Issue on Mediated Urbanism*, 2013, vol. 75 (5-6), pp. 437-451.
46. Sennett R. *The Fall of Public Man*. New York, Knopf Inc., 1977. 414 p.
47. Shapiro J.M. Smart Cities: Quality of Life, Productivity, and the Growth Effects of Human Capital. *The Review of Economics and Statistics*, 2006, no. 88 (2) (May), pp. 324-335.
48. Shin D.H., Kim Y. *Ubiquitous City: an Analysis From an Information Society Perspective. Paper Presented at the International Communication Association Annual Meeting*. 2009.
49. De Souza E., Silva A. From Cyber to Hybrid: Mobile Technologies as Interfaces of Hybrid Spaces. *Space and Culture*, 2006, vol. 9, no. 3, pp. 261-278.
50. Suopajarvi T. In the Field of the Ubiquitous City. Suomen Antropologi. *Journal of the Finnish Anthropological Society*, 2010, vol. 35, iss. 3, pp. 81-84.
51. Toffler A. *Future Shock*. New York, Random House, 1970. 505 p.
52. Townsend A. *Smart Cities. What if the Smart Cities of the Future are Chock Full of Bugs?* Available at: <http://places.designobserver.com/feature/smart-cities-buggy-and-brittle/38111>.
53. Waltorp K. Public/Private Negotiations in the Media Uses of Young Muslim Women in Copenhagen: Gendered Social Control and the Technology-Enabled Moral Laboratories of a Multicultural City. *The International Communication Gazette. Special Issue on Mediated Urbanism*, 2013, vol. 75(5-6), pp. 555-572.
54. Webber M.M. The Urban Place and the Nonplace Urban Realm. *Explorations Into Urban Structure*. University of Pennsylvania Press, 1964, pp. 79-153.
55. Wellman B. Physical Place and Cyber Place: The Rise of Networked Individualism. *International Journal of Urban and Regional Research*, 2001, vol. 25 (June), pp. 227-252.

**ANTI-CAFE, FAST FOOD AS A MEDIA AND POP-UP PARK:
POST-VIRTUALITY AND CITY 3.0 IN RUSSIA****Kvyat Aleksandra Georgievna**

Candidate of Philological Sciences, Associate Professor,
Doctoral Candidate, Department of Sociology,
University of Warwick
akvyat@yandex.ru
Coventry CV4 7AL, Great Britain

Abstract. Mediated urban geography is one of the most popular subdisciplines of contemporary urban communication studies. It examines the influence of media technologies on urban environment and interaction of its inhabitants. Thorough analysis of multiple sources in this field let reveal three paradigms of mediated urban geography: pre-virtuality (1950s – 1970s), virtuality (1990s – early 2000s), and post-virtuality (since mid-2000s). The key regulatory model of the post-virtual model of mediated urban geography is City 3.0, where physical and electronic spaces complement each other by combining new media technologies with traditional forms of interpersonal communication. In modern Russia this model manifests itself in such processes as the development of third places (anticafe, coworkings, revitalized parks and libraries) and new urban communication practices (pop-up cafes, verbal book reviews exchange, quest rooms, etc.). These manifestations do not still dominate in Russian urban culture – they rather create numerous spatial and temporal enclaves like “City Picnic” Omsk project.

In understanding smell as playing an active role in the creation of meaning, not only are current debates surrounding geographies of smell extended, but it is argued that addressing the relatively neglected sensual dimension of the social provides an avenue into more nuanced dimensions of urban transition.

Key words: urban communication studies, mediated urban geography, post-virtuality, city 3.0, third places, anti-cafe, pop-up cafe, quest room.