

АКТУАЛЬНЫЕ СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ПРАКТИКИ

УДК 009

А. В. Пестова

г. Екатеринбург, Россия

«ТРЕТЬИ МЕСТА» ТРЕТЬЕГО ТЫСЯЧЕЛЕТИЯ: РЕВОЛЮЦИЯ РАБОЧЕГО И ДОСУГОВОГО ПРОСТРАНСТВА

АННОТАЦИЯ. Интернет изменил все сферы социальной активности. Универсальное гибкое пространство Всемирной сети повлияло на восприятие физического пространства в целом. Ответом появлению новых досуговых и рабочих форм времяпрепровождения стали универсальные «третьи места». «Третьи места» третьего тысячелетия – антикафе, коворкинги – ломают привычную замкнутость рабочего офиса и меняют характер досуговой деятельности современного человека.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: третье место, антикафе, коворкинг, виртуализация, интернет

A. V. Pestova

Yekaterinburg, Russia

“THIRD PLACES” OF THE THIRD MILLENIUM: REVOLUTION IN WORK AND LEISURE SPACE

ABSTRACT. Internet transformed all areas of social activity. The global Net’s universal flexible space changed our perception of physical space in general. This resulted in the emergence of the universal “third places”: the new ways to organize both leisure and work time. “Third places” of the third millennium – anticafés, co-workings – disrupt the familiar isolation of a work office and change the nature of modern leisure.

KEYWORDS: third place, anticafe, coworking, virtualization, internet

Американский социолог Рей Ольденбург в 1982 году написал: «Первое место – это дом, где вы живете. Второе – где вы постоянно работаете. Крайне важны третьи места, *third place*, – городские пространства для учебы, работы и деловых встреч» [3, с. 139]. Теория «третьего места», пришедшая с Запада, где подобные пространства функционируют уже давно и успешно, сегодня начинает приобретать популярность в России, где на рубеже XX-XXI веков формируется виртуальная, или Интернет-культура.

Определение «третьего места» Р. Ольденбургом основывалось на том, что это пространство, свободное как от рамок и ограничений офиса, так и от домашнего повседневного быта – универсальные места, где можно было бы в полной мере осуществлять деятельность любого плана, это «нейтральные места для социального

взаимодействия». Это «антикафе», в которых платишь не за чай и кофе, а за время, проведенное за играми и дискуссиями. Это «коворкинги» – новая форма организации общего рабочего пространства, где специалисты разного плана решают свои рабочие задачи плечом к плечу в одном помещении.

По принципу «третьего места» вынуждены в современных условиях переосмысливать свою деятельность и функционал почти все заведения – библиотеки, кинотеатры, университеты, которые помимо выполнения основной задачи начинают в целях привлечения посетителей заманивать их новыми предложениями, дополнительными услугами, становясь в первую очередь местами «тусовки». Работа «третьих мест» отвечает запросам возрастающей социальной мобильности, появлению «новых видов занятости – фриланса,

АКТУАЛЬНЫЕ СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ПРАКТИКИ

малых форм бизнеса, дистанционной работы, популяризации социальных медиа, исчезновению границ между работой и отдыхом, запросам на интеллектуальный досуг и острой конкуренции на рынке свободного времени и развлечений» [4, с. 241].

В прошлом аналогом современному «третьему месту» можно было бы назвать обыкновенную библиотеку. В XX веке библиотека была местом для работы, учебы, приятного воскресного чтения и новых знакомств. Сегодня библиотеки вынуждены прибегать все к новым средствам привлечения посетителей, обрастать новыми функциями, так как острая необходимость в них и их ресурсе отпала с появлением новых информационных технологий.

Еще более ранними предвестниками универсальных пространств считаются аристократические салоны, где человек так же реализовывался вне работы и дома. Салон позволял решить проблему социализации, одновременно был местом решения деловых вопросов и политических обсуждений. При этом кружок дебатов мог соседствовать с компанией, мирно разыгрывающей партию в шахматы.

В «третьем месте» XXI века – антикафе или коворкинге – не так тихо, как в библиотеке, и не так суетно, как в салоне. При этом «третьи места» постепенно вытесняют привычные офисные помещения, уютные кофейни и шумные клубы. В чем же заключается их неочевидное преимущество?

С распространением Интернета в 1990-е годы популярность приобрела такая форма организации рабочего времени, как фриланс – работа, которая может выполняться на дому, в любое время предоставленного срока сдачи. Работая на дому, человек все более отдалялся от социума, теряя необходимость в повседневных поверхностных контактах. «Третьи места» позволяют преодолеть эту изолированность в пользу активной социализации. Для фрилансера – дизайнера, юриста или бухгалтера – работника-одиночки они ста-

новятся источником чувства принадлежности к определенной социальной группе, подобно цеховому мастеру средневековья.

Библиотеки и салоны нельзя в полной мере считать предвестниками современных «третьих мест», хотя бы потому, что своему появлению последние обязаны тому же Интернету. Это всегда «пространства, совмещающие в себе характеристики пространства реального с пространством виртуальным» [5, с. 127]. Если с характеристиками реального пространства все понятно – коворкинг, антикафе и прочие менее распространенные виды «третьих мест» – это всегда благоустроенное помещение с уникальным универсальным архитектурно-технологическим решением, то на характеристиках виртуального пространства стоит остановиться подробнее.

Виртуальное пространство – пространство сети Интернет, в нашем случае, это пространство, лишенное заранее заданных характеристик, формируемое исключительно самим его обитателем – пользователем. То же касается и пространства «третьего места» – его формируют в большей степени сами участники, и в меньшей – стены.

Основная деятельность «третьего места», будь то кафе или рабочее пространство, всегда прикрыта и сопровождается большим количеством дополнительных мероприятий – вечеринок, лекций, мастер-классов, ярмарок, выставок и фестивалей. То есть, именно мероприятия – event – составляют будни «третьего места» [2, с.5]. Большое внимание в деятельности этих учреждений уделяется менеджменту в сфере социокультурной деятельности.

Следует уточнить, что, несмотря на свою разноплановость, третьи места – места не для всех. Как и любое другое досуговое учреждение, они ранжируются по видам. Если коворкинг – это в большинстве своем пристанище тихой интеллигенции – дизайнеров, it-специалистов, то публикой антикафе чаще всего становится молодежь – школьники и студенты, чей возраст варьируется в зависимости от специфики

АКТУАЛЬНЫЕ СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ПРАКТИКИ

заведения. Однако, сами являясь новаторским решением, «третьи места» дружелюбны по отношению к нововведениям и являются легко трансформируемой и развивающейся платформой для дальнейших преобразований [1, с. 794]. Они всегда готовы открыть свои двери представителям совершенно различных социальных групп и профессий. Так, например, в Москве уже существуют рабочие пространства для столяров и плотников, построенные по принципу традиционного коворкинга – «Открытая Мастерская» и «Дар Труда».

Места подобного плана содержат в себе большой потенциал в сфере социально-культурной деятельности, и совершенно очевидно, что на их формирование и успешное функционирование должны быть обращены весомые силы и средства.

Екатеринбург имеет все условия для существования универсальных пространств, в частности, именно здесь в 2008 г. был открыт первый в России коворкинг «Башня», чья деятельность была прекращена в связи с острым экономическим кризисом. Однако, открытые позднее «Соль», «Фридом», другие коворкинги, а также десятки успешно развивающихся антикафе доказывают, что идея «третьего места» применима и к «суровым» уральским социокультурным условиям.

Подводя итоги, можно констатировать, что «информационная революция», начавшаяся в России в 1990-е годы постепенно перешла в революцию, которую Запад определил как «революцию рабочего и досугового пространства».

ЛИТЕРАТУРА

1. *Mehta, Vikas; Bosson, Jennifer K.* Third Places and the Social Life of Streets Author(s)/Environment And Behavior, 11.2010 (№ 6) – Pp. 779-805.
2. *Moore Robert.* From 3D Space to Third Place: Building Sociable Public Places in
3. *Oldenburg R.* Celebrating the Third Place: Inspiring Stories about the «Great Good Places» at the Heart of Our Communities. – New York: Marlowe & Company, 1982. – Pp. 137-159.
4. *Sulek M. Joanne and Rhonda L. Hensley,* The Relative Importance of Food Atmosphere And Fairness of Wait// Cornell University, 2004 (45). – Pp. 235-247.
5. *Lawson Karen.* Libraries in the USA as traditional and virtual «third places» // New Library World, Vol. 105 № 3/4, 2004. – Pp.125-130.