
АКТУАЛЬНЫЕ СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ПРАКТИКИ

УДК

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

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.

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 последние 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 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

Mehta, Vikas; Bosson, Jennifer K.

2010 (№ 6) р

*Moore Robert
Oldenburg R*

Sulek M.

Lawson Karen.

World, Vol. 105 № 3/4, 2004.