

**"Третьи пространства" -
места для гражданского
образования:
теория и практика в регионе
Восточного партнерства**

2022





eence

eence

МОНОГРАФИЯ

«Третьи пространства» - места для гражданского образования: теория и практика в регионе Восточного партнерства

*Под общей редакцией
О.А. Мельник, Ю.Н. Петрушенко*

Монография разработана коллективом авторов Сети гражданского образования в Восточной Европе (EENCE) в рамках проекта «Третьи пространства как место для гражданского образования», который реализуется рабочей группой Сети EENCE «Исследования в области гражданского образования» при поддержке Федерального агентства по гражданскому образованию (Bundeszentrale für politische Bildung) за счёт средств Федерального министерства иностранных дел Германии.

Статьи опубликованы в авторской редакции. Взгляды, высказанные в этой публикации, не обязательно отражают взгляды Федерального агентства по гражданскому образованию (Bundeszentrale für politische Bildung), Сети гражданского образования в Восточной Европе (EENCE) или организаций, где работают авторы.

© EENCE, 2022

eence

eence

ОГЛАВЛЕНИЕ

| | |
|--|-----|
| Введение | 4 |
| О Сети гражданского образования в Восточной Европе (EENCE) | 6 |
| Глава 1. Теория и опыт третьих мест | 8 |
| 1.1. Концепция третьих мест | 8 |
| 1.2. Библиотека как третье место для гражданского образования | 14 |
| 1.3. Социокультурные функции музеев и художественных галерей как основание к переходу в формат культурного третьего пространства | 21 |
| 1.4. Специфика ресторанов и кафе как третьих мест для гражданского образования | 29 |
| 1.5. Инновационные формы третьих мест | 32 |
| 1.6. Виртуальные третьи места | 40 |
| 1.7. Третье пространство в форме общественного центра в развитии идей гражданского образования | 44 |
| Глава 2. Практики третьих мест в странах Восточного партнерства | 50 |
| 2.1. «Библио Хаб» | 50 |
| 2.2. Библиотека имени Ивана Кудри | 54 |
| 2.3. «Альфа Хаб» | 57 |
| 2.4. «Fabrika» | 62 |
| 2.5. «ТЕКWILL» | 66 |
| 2.6. «Культурный центр «Чайный дом»» | 80 |
| 2.7. «Бакинский книжный центр» | 82 |
| 2.8. «Сеть книжных магазинов «Али и Нино»» | 86 |
| 2.9. Спорткластер | 89 |
| 2.10. «Винный завод №1» | 92 |
| 2.11. «Chay Evi 145» | 95 |
| Глава 3. Современные аспекты развития третьих мест партнерства | 100 |
| 3.1 Право отказать в услуге: мифы, сложности и перспективы современных третьих пространств | 100 |
| 3.2. Мирное гражданское образование в третьих пространствах | 107 |

Введение

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.

Американский социолог Рэй 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». В популярном исследовании о кафе и антикафе Рэй Ольденбург доказывает, что правильная тусовка в правильном месте - фундамент гражданского общества.

«Третьи места» (*third places*) особенно интересны для практиков, работающих в сфере гражданского образования, как воплощение абстрактной идеи «третьего пространства» (*third space*), которая в разных академических контекстах фигурирует как зона небинарности в бинарной ситуации. Французский философ Анри Лefевр в 1974 году предложил описывать взаимосвязь общества и пространства как сосуществование трех пространств: первого – реального, второго – воображаемого и третьего – живого пространства, «другого», «промежуточного» или бросающего вызов доминирующим властным социопропространственным отношениям. Хоми Бхабха в 1994 году применил термин «третьи пространства» по отношению к контактам культур и гибридным идентичностям людей. Исследовательница образования Крис Гутиэреш в 2008 году назвала третьими пространствами обстановку «зоны ближайшего развития», образовательную общественную среду, в которой обучающиеся способны с помощью других делать то, что они не могут делать сами. Такой подход к образованию практикуется в разных условиях и контекстах повседневной жизни вне бинарности дома и школы, формального и неформального обучения.

Теория «третьего места» и «третьего пространства», пришедшая с Запада, где подобные пространства функционируют уже давно и успешно, начала приобретать популярность в странах Восточного партнерства.

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, 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.

При этом «третьи места» постепенно вытесняют привычные офисные помещения, уютные кофейни и шумные клубы. В чем же заключается их неочевидное преимущество? В этом и постараемся рассказать в данном издании. Приятного путешествия.

Данное пособие подготовлено авторским коллективом членов рабочей группы Сети гражданского образования в Восточной Европе (EENCE) «Исследование в области гражданского образования» при поддержке Федерального агентства по гражданскому образованию (Vrb) за счет средств Министерства иностранных дел Германии.



О Сети гражданского образования в Восточной Европе (EENCE)

История EENCE началась в 2015 г., когда была создана фокус-группа «Гражданское образование в Восточной Европе». Эта группа являлась частью сети NECE (Европейская Сеть гражданского образования). Со временем фокус-группа превратилась в живую сеть адукаторов, специалистов, работающих в сфере гражданского образования, и получила название EENCE (Сеть гражданского образования в Восточной Европе).

На данный момент EENCE объединяет организации и экспертов, работающих в области гражданского образования в регионе Восточного партнёрства и России, из таких стран, как Азербайджан, Албания, Армения, Беларусь, Великобритания, Германия, Грузия, Молдова, Россия, Украина. В 2021 году для администрирования работы EENCE члены Сети зарегистрировали в Украине международную организацию «[Восточно-Европейская Ассоциация гражданского образования](#)».

Миссией Сети является внесение вклада в устойчивое развитие гражданского общества в регионе Восточного партнёрства и России через расширение сферы гражданского образования и укрепление потенциала организаций и экспертов, работающих в этой сфере.

Ключевыми направлениями деятельности Сети являются:

1. Укрепление потенциала организаций и экспертов в области гражданского образования через повышение квалификации, обмен опытом, документирование и распространение лучших практик, совместные исследования.

2. Продвижение ценностей гражданского образования и влияние на принятие решений во всех сферах общества через общие кампании, диалоговые и дискуссионные площадки, исследования, участие в работе других сетей и международных институтов.

3. Укрепление устойчивости Сети путём развития системы внутренней коммуникации и связей с общественностью, развития фандрайзинга, усовершенствования членской политики и укрепления структуры принятия решений.

В рамках Сети создаются и работают тематические рабочие группы и проектные консорциумы. Темы их работ могут охватывать любые актуальные вопросы, касающиеся гражданского образования, и должны соответствовать миссии и приоритетам деятельности Сети. Сеть гражданского образования в Восточной Европе EENCE открыта для сотрудничества. [Меморандум](#) открыт для подписания экспертами, представителями институтов гражданского общества и государственных организаций, исследовательских институтов, медиа,

национальных, зарубежных и международных организаций, разделяющими наши цели и готовыми к сотрудничеству по реализации заявленных в этом Меморандуме приоритетов деятельности.

Контакты для связи:

Сайт EENCE www.eence.eu

e-mail infoeence@gmail.com

Facebook [@eence4you](https://www.facebook.com/eence4you)

Instagram: [eence.4.you](https://www.instagram.com/eence.4.you)

Глава 1. Теория и опыт третьих мест

1.1. Концепция третьих мест

Ольга Мельник (Беларусь),

исследователь в области психологических наук,
член правления Восточноевропейской Ассоциации гражданского образования
(EENCE)

Одними из ключевых элементов исследования в области изучения свободных пространств, являются категории пространства и социального взаимодействия. Интерес исследователей к изучению взаимосвязей пространства и социального взаимодействия в нем появился задолго до появления концепции «Третьего места». Так, еще социолог Георг Зиммель на рубеже 19-20 вв. серьезно занимался изучением «коммуникабельности», как особой социальной формы, называя ее одним из базовых человеческих импульсов, независимых от рациональных или экономических интересов [8].

Развивая идеи Г. Зиммеля, американский социолог Рэй Ольденбург провел анализ мест, в которых, как правило, происходят основные неформальные коммуникации. Результатом данного исследования стала разработанная концепция «третьего места», впервые изложенная в своей книге «The Great Good Place» в 1989 г. [5]. Суть этой концепции сводилась к следующему: у каждого места есть свой «дух», который создается теми людьми, которые его посещают. Чем больше интересных людей бывают в определенном месте, тем это место становится более интересным и популярным. В жизни каждого человека есть несколько мест: первое место - это его дом (место жительства), второе место - это его работа, а третьим местом автор стал называть место, способное объединить в себе черты публичного и частного пространств [4].

Категория «третьи места», согласно концепции Ольденбурга, охватывает длинный список мест, в которых люди проводят свое свободное (от дома и работы) время регулярно, добровольно, в компании с кем-либо, в неформальной обстановке. В заведениях, подпадающих под описание данной концепции, посетители имеют возможность помимо использования заведения по его прямому назначению, неформально общаться, как со своими знакомыми, так и незнакомыми до прихода в данное заведение людьми. Французские кофейни, американские пивные сады, английские пабы, книжные магазины, спортивные залы, салоны красоты, галереи и другие места попадают под выделенные им критерии и в поле его исследований.

Концепция «третьего места» стала популярной и была подхвачена различными малыми предприятиями, в том числе в качестве названия различных местных

кофеен, и часто упоминается в литературе по городскому планированию, посвященной вопросам развития бизнеса, ориентированного на сообщества, и общественное пространство.

По мере того, как концепция «третьего места» становится все более популярной, некоторые офисные помещения с коворкингом взяли эту концепцию за основу своего дизайна интерьера.

В своей работе Р. Ольденбург подчеркивает, что появление «третьих мест» исторически обусловлено развитием крупных городов, где разнообразие человеческих взаимодействий представляло сущность жизни города. Принимая во внимание образ жизни современного человека, когда люди все чаще не только рабочее, но и нерабочее время проводят в одиночестве, третьи места дают возможность в удовлетворении реальной потребности таких людей в общении. Таким образом, заведения, подпадающие под описание концепции Р. Ольденбурга, имеют важное значение как для конкретного индивида, так и для общества в целом. Причины значимости таких заведений кроются в следующем:

- Данные места являются неформальным местом сбора, где люди чувствуют себя свободно «как дома»;
- Заведения подобного рода часто вызывают чувство гражданской гордости, обеспечивая при этом возникновение и (или) развитие товарищеских отношений;
- Третьи места — это места отдыха после долгого рабочего дня, которые делают жизнь более красочной;
- «Третьи места» часто превосходят свои коммерческие цели и зачастую имеют важное значение для социальной и психологической жизни своих клиентов.

Таким образом, согласно концепции Р. Ольденбурга «третье место» является своего рода нейтральной территорией, куда люди имеют возможность приходить и уходить в любое время, в зависимости от их желания; общаться в неформальной обстановке, обсуждая местные проблемы, спорт, текущие события, в том числе и политические, узнавать друг о друге больше и спланировать. «Третьи места» предлагают посетителям не только возможность общаться неформально, но также возможность обучения некоторым навыкам, необходимым им в личной жизни, развитие политического сознания и т.д.

Ольденбург даёт такое определение третьему месту: «...это общее обозначение для большого количества общественных мест, где проводятся регулярные, добровольные, неформальные и ожидаемые встречи людей вне царств дома и работы» [5].

Проанализировав встречающиеся в литературе характеристики «третьего места», на наш взгляд, уместно сформулировать определение данного термина

следующим образом: «третье место» — это общедоступное пространство, которое посетители имеют возможность посещать в удобное для них время, с целью удовлетворения потребности в общении и отдыхе. Такая формулировка определения позволяет сделать акцент на наиболее значимых признаках анализируемых заведений.

Значение для общества «третьих мест» заключается в том, что они являются одновременно площадкой реализации личных интересов и социального взаимодействия людей. Тенденции современного мира: изменение образа и ритма жизни, смешение реального и виртуального пространств, появление новых форматов профессиональной деятельности и т.д. — актуализировали понятие «третьего места» и сделали его одним из часто востребованных пространств.

Эти места выполняют ряд функций по созданию сообщества. Они становятся важной частью городского ландшафта и одновременно частью повседневной жизни граждан.

По Р. Ольденбургу, третьим местам свойственна инклюзивность. Это общедоступные и поэтому часто посещаемые места. Это нейтральная территория, где нет одного хозяина и есть возможность при желании прекратить общение, поскольку нет зависимости от конкретных друзей. Каждый пришедший туда человек — друг всех присутствующих.

Требования к участию скромные. Первостепенную роль играет не социальный статус человека и достигнутые им успехи, а его личность. Нет специальных критериев членства.

Таким образом, третьи места удовлетворяют потребность людей в неформальном общении.

Черты третьего места

Чёткого понимания, что именно представляет собой пространство, которое можно назвать «третьим местом», и какими особенностями оно обладает, на сегодняшний момент не существует. В своих работах Рей Ольденбург и другие специалисты, развивающие идею «третьего места», описывают как материальные (дизайн, функциональность, наличие персонала и т. д.) [2, 3], так и нематериальные (атмосфера, взаимодействие персонала с гостями и т. д.) [1, 8] составляющие.

В книге «Третье Место» названы восемь основных, универсальных характеристик:

Нейтральное пространство

Третье место — это своеобразная нейтральная территория, пространство, куда люди могут приходить когда угодно и находиться там сколько угодно времени в зависимости от их желания. Посещение таких мест является добровольным и

свободным и не зависит от экономических, политических, социальных или каких-либо иных факторов.

«Уравнивающее» пространство

Для посетителей третьего места социальный или экономический статус друга не имеет значения. Такое место доступно для разной публики и не устанавливает формальных критериев членства. Отсутствие социо-демографических, финансовых или каких-либо других ограничений доступа способствует духу сообщества. В третьих местах ценятся личностные качества, а не жизненный успех.

Беседа — основная деятельность

Основная цель, которую преследуют посетители третьих мест — удовлетворить потребность в неформальном общении. Именно здесь они могут свободно и непринужденно беседовать, делиться новостями и обмениваться мнениями. Характер беседы, как правило, доброжелательный, не враждебный. В третьих местах интуитивно соблюдаются основные правила разговора (хранить молчание определенное время; говорить то, что думаешь, но стараться не обидеть чувства собеседника; избегать тем, не представляющих общего интереса; стараться говорить не о себе, а о других собравшихся; избегать поучений; говорить тихо, но так чтобы другие могли слышать).

Доступность и размещение

Третье место находится близко, в шаговой доступности от дома или работы. Находясь в таком месте, человек чувствует себя комфортно. Сюда можно прийти в любое время и встретить знакомых. Любой гость здесь считается желанным, а другие посетители относятся к нему доброжелательно. Так как формальные социальные институты (дом, работа, школа) занимают основное время индивида, третьи места должны быть доступны (то есть открыты) и в рабочее, и в нерабочее время.

Завсегдатаи

У третьих мест есть свои постоянные клиенты. Именно они создают особенную атмосферу конкретного места, придают ему характер. Завсегдатаи чувствуют здесь себя как дома, а их одобрение новых лиц является решающим. В сообществе завсегдатаев существуют свои правила и традиции, например особое приветствие, которым встречают вновь пришедшего.

Неприметность

Третьи места нельзя назвать модными. В основном они выглядят просто и невзрачно. Домашний уют и скромность — то, что отличает третье место. Видимость, окружающая посетителей, не должна затмевать их личности. Благодаря тому, что в третьем месте отсутствуют пафос и претенциозность, люди не начинают себя контролировать, чувствуют себя свободно и раскрепощенно.

Настроение — игривое

Постоянное настроение третьего места — игривое. На место царящих за пределами третьего места враждебности, тревоги и отчужденности приходят радость и одобрение.

Дом вдали от дома

По атмосфере и степени психологического комфорта третье место похоже на первое — дом. Оно предоставляет посетителям близкое по духу окружение, проводя время здесь человек обретает душевное спокойствие. Перечисленные выше характеристики являются универсальными, они присущи любому третьему месту.

В работах разных социологов [7, р. 217.] отмечаются также такие распространенные черты как:

- бесплатное или не очень дорогое;
- наличие еды и напитков;
- место, где можно найти новых и встретить старых друзей.

Типы третьих мест

Реальное третье место

В книге «Третье Место» Рэй Ольденбург описывает и анализирует немецко-американские пивные сады, мейн-стрит (англ. main street — главная улица), английский паб, французское кафе, американскую таверну и классические кофейни. Однако это не исчерпывающий список. Третьим местом могут быть не только кафе, кофейни, бары, пабы, рестораны и таверны, но и общественные культурные центры, рынки, торгово-развлекательные центры, парикмахерские, салоны красоты, общественные бассейны, фитнес-залы, кинотеатры, церкви, библиотеки, парки и зоны отдыха на открытом воздухе, дворы. Третьим местом может стать и событие, например, вечеринка, пикник, барбекю, городские собрания и т. д.

Концепция «третьего места» быстро набрала популярность среди представителей малого и среднего бизнеса. Так стали появляться многочисленные кофейни и так называемые «открытые пространства» — организованные как коммерческими, так и некоммерческими предприятиями территории для общения и самовыражения. Впервые эту концепцию использовала американская компания Starbucks — сеть кофеен, которая привлекала посетителей не столько кофе, сколько атмосферой и возможностью пообщаться как с друзьями, так и с незнакомыми людьми.

Для многих людей третьим местом становится церковная община, на базе которой организуются кружки и группы по интересам.

Виртуальное третье место

Интернет предоставляет большие возможности для общения. Развитие социальных сетей и онлайн видеоигр способствует появлению и распространению

виртуальных интернет-сообществ, которые по своим характеристикам претендуют на звание виртуальных третьих мест.

Характерная особенность третьего места, которая в большой степени проявляется и у интернет-сообществ — уравнивающий аспект. Возможность «скрыть» свою личность за персонажем видеоигры или за аватаром чата позволяет общаться на равных со всеми членами сообщества. Таким образом, коммуникация проходит легче, чем в реальном мире, человек чувствует себя более спокойно, раскрепощенно и комфортно.

Статус «завсегдатая» в интернет-сообществе также актуален. Существует ряд признаков, по которым можно вычислить завсегдатая: на многих форумах или в онлайн играх профайлы давних пользователей отмечены специальными знаками. Как и в реальном третьем месте в виртуальном мире новички ориентируются на «старожиллов». Любой новичок может стать завсегдатаем, что способствует появлению объединяющего всех участников чувства сообщества [6].

Главная особенность третьего места — это позитивный настрой. Человек в третьем месте смеется больше, чем дома или на работе. И смеется не над придуманными шутками или заученными анекдотами, а прямо происходящим тут же комичными ситуациями. Кроме того, он получает среди завсегдатаев себе массу приятелей и друзей. Третьи места — это те места, в которых происходит социализация.

Список использованных источников:

1. Lawson Karen. Libraries in the USA as traditional and virtual «third places» // New Library World, Vol. 105 № 3/4, 2004, pp.125 — 130
2. Mehta, Vikas; Bosson, Jennifer K., Third Places and the Social Life of Streets Author(s)//Environment And Behavior, 11.2010 (№ 6) pp. 779—805,
3. Oldenburg, R. . Celebrating the Third Place: Inspiring Stories About the Great Good Places at the Heart of Our Communities. Boston, MA: De Capo Press, 2009
4. Oldenburg, R.. The great good place: Cafes, coffee shops, bookstores, bars, hair salons, and other hangouts at the heart of a community. Marlowe & Company: New York, NY, 1999
5. Rubin, Victoria; Sarah Camm. «Deception in video games: examining varieties of grieving». Online Information Review 37 (3): 369—387. doi:10.1108/oir-10-2011-0181
6. Shantanu Ganguly; P. K. Bhattacharya (29 November 2013). International Conference on Digital Libraries (ICDL) 2013: Vision 2020: Looking Back 10 Years and Forging New Frontiers. The Energy and Resources Institute (TERI). p. 217.
7. Sulek M. Joanne and Rhonda L. Hensley, The Relative Importance of Food Atmosphere And Fairness of Wait// Cornell University, 2004 (45), 235—247,
8. Moore Robert . From 3D Space to Third Place: Building Sociable Public Places in Virtual Environments//Conference Papers — American Sociological Association. 2007 Annual Meeting, 2007. С. 1-20

1.2. Библиотека как третье место для гражданского образования

Игорь Фольварочный (Украина),
доктор педагогических наук, доцент,
кафедра психологии и педагогики Национального университета физического
воспитания и спорта Украины

Концепция Р. Ольденбурга предусматривает создание городской среды, что стоит на «трех китах» – дом, работа и «третье место» [5], где удобно проводить деловые встречи, мастер-классы, обучение иностранным языкам, организовывать досуг, занятия любимым хобби, устраивать кинопросмотры. Именно таким «третьим местом» может стать библиотека как культурный центр жителей и гостей того или иного населенного пункта.

Современные библиотеки всё чаще становятся местами для отдыха, общения и творчества молодежи и взрослых. В библиотеках для них проводятся лекции, творческие вечера, выставки. Там работают кружки детского чтения, книжные клубы, обсуждаются книги на иностранных языках, осуществляются всевозможные консультации по вопросам образования и просвещения населения. Поэтому можно рассматривать современную библиотеку в качестве «3 места» так как ее основная функция – неформальное общение, которая реализуется в том, чтобы распространять информацию об образовательных мероприятиях, происходящих в библиотеке, рекламирование образовательных услуг, информирование о работе курсов, кружков и клубов при помощи блогов, страниц и групп в социальных сетях.

В частности, современные библиотеки, как учреждения неформального образования, организуя «пространство обучения», должны уделить должное внимание созданию комфортной виртуальной среды. Именно в его пределах библиотеки организуют и предоставляют пользователям образовательные услуги дистанционно, создают условия для онлайн-обучения. Это стало еще более актуальным в связи с глобальной пандемией Covid-19.

Основные элементы современного библиотечного «пространства обучения»:

- лекционная зона / класс;
- зона для групповой работы; компьютерный класс / уголок; лаборатория / мастерская;
- места для индивидуальных занятий;
- учебные пространства для детей;
- пространство обучения для людей с инвалидностью.

Библиотеки формируют сообщества граждан, заинтересованных в обучении по определенному направлению, а участники этих сообществ могут получать

необходимую информацию от библиотеки, общаться и делиться полученными знаниями между собой. Неформальное общение граждан в библиотеках основывается на организации тренингов, стажировок, повышения квалификации и характеризуется развитием их мобильности.

В связи с этим возрастают требования и к профессиональным компетенциям библиотечных работников. Совместные международные проекты направлены на развитие коммуникативных навыков библиотечных специалистов и развитие эффективного взаимодействия между профессионалами отрасли в виртуальном пространстве.

Фундаментальные исследования о деятельности специалистов библиотечного дела приходятся на начало XX века. Они связаны с поиском основ развития организации общения в библиотеке. Анализ библиотечной среды в качестве «Третьего места» предполагает обращение к истокам изучения данной темы, заложенным в 20-е гг. XX в. [2, с.67-74] А. Покровским, который отстаивал важность психологической подготовки библиотечных специалистов для осуществления лично-ориентированного обслуживания читателей библиотеки и общения с ними [6, с.12-14].

В настоящее время происходит существенный пересмотр традиционных теоретических концепций социального взаимодействия. В основном выделяются такие формы, как: коммуникация и общение библиотекаря с читателем, разрабатываются новые подходы, связанные с повышением эффективности общения в библиотечной среде [14, с. 87-95]; описываются коммуникативные роли библиотекарей в цифровую эпоху [8, с. 3-7]; коммуникационные особенности в библиотечной среде [13, с.123-139].

Для проведения исследования данной проблематики выбираются ряд подобных характеристик: доступность, локальность; открытость для всех социальных категорий; возможность проведения досуга, развлекательность; комфортность, непринужденность взаимодействия. Ученые рассматривают профессиональное общение и коммуникацию в единстве, обращая внимание на коммуникационные процессы.

Американские исследователи исследуют общение в третьем пространстве библиотеки как процесс, обусловленный библиотечной деятельностью в условиях развития современных медиа. При этом основное внимание фокусируется на межличностном общении библиотекарей, особенностях общения с глазу на глаз в группах читателей: обсуждение книг, решение проблем, проведение фокус-групп, встреч, тренинги. В научных исследованиях затрагиваются вопросы формирования коммуникативных компетенций, навыков уметь слушать, осуществлять диалог, консультировать, проводить тренинги, общаться с людьми с ограниченными

возможностями и тому подобное. Рекомендации ученых имеют важное значение и для провайдеров общественных организаций, развивающих Третье пространство современных библиотек для успешного межкультурного диалога [15, с.23-45].

Обосновывается значение межкультурного диалога как стратегического и приоритетного направления исследований современного библиотечного пространства. Современная библиотека – это поликультурное учреждение, является своеобразным микросоциумом, что определяет ценности и нормы, способы организации пространственно-временных отношений, особенности коммуникационных видов деятельности, основные функции, к которым следует отнести содействие успешной социализации читателей [1, с.13-16].

В современной библиотечной среде как в Пространстве должны сформироваться новые типы отношений между библиотекарем и читателем, которые помогут формированию поликультурной личности. Речь идет прежде всего про отработку навыков общения между библиотечными специалистами с различными представителями социокультурного социума и активистами общественных организаций.

Совместными усилиями библиотечных и информационных специалистов из Японии и США был проведен анализ различных форм и видов общения ведущих академических библиотек разных стран [11, с. 637-658]. Обнаружено, что эффективность общения в библиотечной сфере в Пространстве, пользовательской и общей сферах зависит от профессионального уровня библиотечного специалиста, его лидерских качеств, готовности библиотекарей к согласованным действиям, определение четкой позиции библиотеки в условиях конкурентной среды. По мнению канадских ученых, проблемы во взаимодействии между академическими и общественными библиотеками в сети связаны с разными традициями и приоритетами деятельности [16, с.5-16].

Одним из ярких международных примеров функционирования публичных библиотек можно считать Великобританию. Их библиотеки отличаются прежде всего тем, что имеют разные зоны, где можно не только читать, но и заниматься своими делами. Важную роль в этом процессе играют местные общины, поскольку они работают по принципу subsidiarity.

Важным основанием для изучения особенностей современных библиотек являются научные публикации, в которых определяются формы, виды, средства общения в библиотечных коллективах, между библиотечными специалистами на разных уровнях их взаимодействия. Американские ученые с помощью опроса библиотечных специалистов определяют самые популярные формы и средства общения: рабочие встречи, социальные сети, вебинары, электронная почта [12, с.3].

На основе анализа профессионального общения в библиотеках в условиях библиотечного производства и библиотечно-информационного сервиса раскрывают его особенности в таких направлениях: подготовки, создания, распространения, управления процессами коммуникации.

Обосновывается необходимость углубления взаимоотношений читателей в процессе общения в 3 Пространстве библиотеки и между профессиональными группами работников различных библиотек, библиотечных коллективов из учеными и педагогами области на основе организации совместных семинаров, тренингов, школ, мастер-классов информационного, научно-практического, проектных, проблемного, научно-методического, инновационного характера.

В зарубежном библиотековедении обращается внимание на определение принципов партнерства, формирование партнерских моделей взаимодействия между библиотеками, библиотек с бизнесом, учебными заведениями, партнерские связи в проектных деятельности [8, с. 44-50].

В дизайнерских решениях скандинавских библиотек в 70-х годах XX века архитекторы пытались реализовать требования посетителей, которые хотели побыть в библиотеке дольше (при этом выпить кофе, пообщаться с другими пользователями, послушать дневные концерты или принять участие в заседаниях читательских клубов). Таким образом архитектурная идея превратилась в социальную концепцию «третьего места», где библиотека играет решающую роль [4, с.11-14].

В современных условиях на первый план выходит проблема организации библиотечного пространства с различными открытыми зонами. Холлы библиотек из обычной информационной зоны все чаще превращаются в зоны отдыха, где читатель одновременно узнает о новых для себя сведениях и отдыхает в библиотечных арт-кафе. Через созданную информационно-рекреационную зону библиотека обеспечивает своих пользователей максимальным объемом информации и создает комфортную интеллектуальную среду, способную привлекать и воспитывать новые поколения читателей в созданном 3 Пространстве.

Само пространство библиотеки украинские исследователи разделяют на 4 подпространства [7, с.25-54]. Большинство публикаций направлены на трансформацию 3 Пространства библиотек [10, 135-147]. Учеными проанализированы пространственно-средовые связи субъектов библиотечного общения. В системе профессионального общения в социокоммуникативной среде библиотечной сферы выделяют традиционное, виртуальное и мультимодальную среды профессионального общения, которые взаимодополняют друг друга. Особенности профессионального библиотечного общения в каждом из них зависят от целей, содержания, предмета взаимодействия видов, форм и средств общения.

В условиях развития электронной среды научное профессиональное общение библиотечной сферы меняется, дополняется современными коммуникативными инструментами: электронная почта, научные форумы, е-конференции, е-дискуссии, научные дистанционные лаборатории и тому подобное.

Среди закономерностей развития 3 Пространства профессионального библиотечного общения в общей системе социального взаимодействия:

- взаимосвязь профессионального библиотечного общения и библиотечной деятельности;
- изменения профессионального общения от целей, содержания, предмета, условий социального взаимодействия;
- системного развития профессионального общения под влиянием трансформации библиотечной деятельности;
- сочетание традиционного (непосредственного) профессионального библиотечного общения с нелинейным мультисенсорным;
- развитие коллективного профессионального библиотечного общения.

Пространственный подход широко применяется профессиональными библиотекарями и зарубежными архитекторами библиотек. Прежде всего, это касается строительства новых библиотек, модификации существующих библиотек и дизайна интерьера отдельных библиотечных пространств. С другой стороны, модель активно используется в адвокационной деятельности, для объяснения современных библиотечных разработок и будущих библиотечных планов политикам, чиновникам и широкой общественности.

Концепция открытой библиотеки, имеющей четыре пространства, разработана в 2010 году исследователями Королевской школы библиотековедения и информационных наук Скотт-Хансен, Каспер Хвенегард и Генрик Йохумсен (Копенгаген, Дания) и включает пространство обучения, пространство опыта, пространство встреч и пространство событий. В модели четырех пространств библиотеки «пространство обучения» является ключевым, ведь новые знания и умения, которые клиенты (пользователи) библиотеки могут здесь получить, применяются ими и в их деятельности за пределами библиотеки (в их активностях в других библиотечных пространствах - «пространстве вдохновения», «пространстве встреч» и «пространстве событий»).

Базовыми элементами функционирования «пространства обучения» в библиотеке – коллекция информационных ресурсов (библиотечный фонд); удобное виртуальное образовательная среда библиотеки и специально оборудованный физическое пространство в помещении библиотеки услуги библиотеки. Основным есть доступ к информационным ресурсам, доступ к интернету, работа со

специальным оборудованием, образовательные мероприятия и места для самостоятельных занятий.

В организации «пространства обучения» особое внимание уделяется научно-популярным изданиям, литературе по развитию личности, получения практических навыков. Каких именно - зависит от потребностей и запросов пользователей конкретной библиотеки.

Провайдером общественных организаций важно учитывать, что места для групповой работы (зону коворкинга) необходимо располагать в помещении библиотеки таким образом, чтобы разговоры не мешали другим посетителям библиотеки. Такие зоны можно отгораживать книжными стеллажами, специальными звукопоглощающими ширмами, что создает отдельное пространство. Если позволяет помещение, то для обучения в группах делают небольшие прозрачные стеклянные комнаты (так называемые переговорные комнаты). Их прозрачность не уменьшает общего пространства помещения библиотеки, а стеклянные стены ограничивают распространение звука.

Обычно одна такая зона создается для работы группы от 6 до 12 человек. Может быть создано несколько зон для совместной работы разного количества людей. Такие зоны могут использоваться как для работы над совместными проектами в самоорганизующихся обучении, проведения библиотекой различных тренингов, мастер-классов или курсов.

Важным элементом «пространства обучения» является «мастерская». Это пространство предназначено для обучения, получения знаний, умений и усвоения навыков с помощью специального оборудования. Во время цифровых технологий особый интерес вызывают знания, полученные аналоговым путем, на основе производственных практик. В таких пространствах люди учатся также через эксперименты, которые они проводят с помощью разнообразного специального оборудования и приборов. Здесь они могут развить собственную идею до конечного продукта. Именно благодаря мастерским библиотека становится местом, где идеи не только рождаются, но и воплощаются.

Один из аспектов миссии современной библиотеки – дать пользователям возможность почувствовать что-то новое или получить ценный опыт через творчество и истории из литературы, кино, музыки, игр и тому подобное. Это пространство позволяет читателям воспользоваться онлайн-ресурсами Библиотеки: электронным каталогом, базами данных, электронной библиотекой, виртуальной справкой и выставками новых поступлений документов.

Как методический центр, Пространство Библиотеки дает советы коллегам как продолжать оказывать минимальные просветительские и информационные услуги (в

зависимости от возможностей каждой библиотеки): популяризирует ресурсы, которые могут пригодиться в образовательном процессе, который сейчас и в школах, и в университетах происходит дистанционно.

Современные библиотеки ориентированы на информирование местных сообществ по вопросам профилактики и борьбы с распространением коронавируса COVID-19.

Культурно-воспитательная, просветительская работа библиотек Украины как зоны современного 3 Пространства выполняет ряд важных социально-воспитательных функций:

- просветительскую (пропаганда духовного наследия, истории Украины, общеобразовательных, научных, правовых и других знаний);
- культурно-воспитательную (привлечение к литературе, искусству);
- развитие творческих дарований (создание благоприятных условий для раскрытия и развития творческих способностей и талантов) информационно-коммуникативную (духовное сближение близких по интересам людей);
- социоинтеграционную (разноплановая помощь в процессе вливания пользователя в социум);
- регулятивную (влияние на мировоззрение, убеждения, нормы морали и социальное поведение личности);
- рекреационную (организация содержательного досуга: творческие встречи в книжном клубе, литературно-музыкальном салоне, презентации, устные журналы и т.д.).

Список использованных источников:

1. Гениева Е. Ю. Библиотека как центр межкультурной коммуникации. М.: РОССПЭН, 2005, 208 с.
2. Грабар Н. Г. Феномен спілкування в бібліотечній сфері: монографія. Харків, 2017, 280 с.
3. Езова С. А. Библиотечное общение: возможные пути моделирования. Науч. и техн. б-ки, 2009, № 5, С. 6-74.
4. Кравченко С. В. Організація бібліотечного середовища. Рівне, 2016, С.11-14.
5. Ольденбург Р. Третье место: кафе, кофейни, книжные магазины, бары, салоны красоты и другие места «тусовок» как фундамент сообщества. М.: Новое литературное обозрение, 2014, 456 с.
6. Покровский А. А. Библиотечная работа: о культурной и социальной работе народной библиотеки. М., 1919, 40 с.
7. Чотири простори бібліотеки: модель діяльності. Київ: ВГО Українська бібліотечна асоціація, 2020, 104 с.
8. Austin J. E., (2000), Principles for Partnership. Leader to Leader, Vol. 18, pp. 44-50.
9. Cox J., (2016), Communicating New Library Roles to Enable Digital Schola. *New Review of Academic Librarianship*, Vol. 22, Issue 2-3.

10. Liu G. (2012). Distributed Collaborative Learning in Online LIS Education: A Curricular Analysis. IISIT, Vol. 9, pp. 135-147.
11. Islam A., Agarwal K., Ikeda M., (2015), How do academic libraries work with their users to co-create value for service innovation?: A qualitative survey. *Qualitative and Quantitative Methods in Libraries* (QQML), Vol.4, pp. 637-658.
12. Lee M., Horton V., (2015), Communication in Library Consortia. *Collaborative Librarianship*, Vol. 7. URL: <https://qps.ru/kmuxj>
13. Mehra B., Srinivasan R.,(2007), The Library-Community Convergence Framework for Community Action: Libraries as Catalysts of Social Change. *Libri*, Vol. 57, pp. 123-139.
14. Rogers Y., (2004), New theoretical approaches for human-computer interaction. *Annual Review of Information Science and Technology*, № 38. pp. 87-143.
15. Ross Sh. C., Nilsen K., (2013), Communicating Professionally, Third Edition: A How-To-Do-It Manual for Librarians. ALA Neal-Schuman, 472 p.
16. Sarjent-Jenkins R., (2014), Walker K. Working Together: Joint-Use Canadian Academic and Public Libraries. *Collaborative Librarianship*, Vol. 6, № 1, pp.5-16. URL: https://digitalcommons.du.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1109&context=col_laborativelibrarianship

1.3. Социокультурные функции музеев и художественных галерей как основание к переходу в формат культурного третьего пространства

Римма Миленкова (Украина),
кандидат педагогических наук,

Сумский государственный университет, доцент

Общественные институции, такие как музеи и галереи, берут на себя функции третьих пространств уже более двух десятков лет. Сейчас эта роль становится особенно актуальной в контексте формирования устойчивости мест проживания и повышения вовлеченности жителей в гражданские процессы. Музей, функции которого ограничены репозиторием, в XXI веке обречен на потерю посетителей. Теперь музеи и галереи все чаще берут на себя роль гражданского лидера в налаживании общественного диалога.

В наше время учреждения культуры выполняют множество ролей, в том числе образовательную. Специфика музея состоит в интеракции между посетителем и местом, посетителем и объектом, между посетителями и другими людьми. Для того, чтобы выжить, музеи должны стать интегративной частью окружающего сообщества [7].

«В западноевропейской культуре музей не только выполняет функции по собиранию и хранению артефактов, но и является отражением определённой социокультурной ситуации во всём многообразии её научных, эстетических, педагогических, идеологически рекреационных, экономических аспектов» [1].

Сегодня музей – многофункциональный комплекс, объединяющий в себе различные формы научной, образовательной, выставочной и культурно-досуговой деятельности [2].

Большинство исследователей соглашается с тем, что к основным исторически сложившимся социокультурным функциям музеев можно отнести [5]:

1. Функцию репрезентации и документирования, включая функцию атрибуции, доказательства, т. е. подтверждения посредством экспонатов специфики развития общества, культуры или же природы; она вызвана общественными потребностями экономического, научного и культурного характера в комплектовании, сохранении и изучении объективных свидетельств этого развития;

2. Образовательно-воспитательную функцию, обусловленную информационными и экспрессивными свойствами экспонатов, а также познавательными и культурными запросами общества. Она включает в себя как просветительные, так и образовательные аспекты;

3. Функцию организации свободного времени, отвечающую общественным потребностям в культурных формах досуга, эмоциональной разрядке и пр. Эта функция является производной от функции образования и воспитания, поскольку посещение музеев в свободное время связано, как правило, с мотивами познавательно-эмоционального характера и развлекательных потребностей.

4. Функцию организационного пункта (хаба культурных проектов).

Но ограничение функций указанными выше видится нам устаревшим ввиду социокультурных изменений XXI века и в целом, могут быть реализованы без непосредственного коммуникативного контакта посетителей с сотрудниками и посетителей между собой. Парадокс современной ситуации состоит в том, что музеи и художественные галереи могут успешно выполнять свои функции, при этом сама целевая аудитория, посетители музеев стали гораздо меньше нуждаться в них. Фактически, наиболее успешными становятся музеи, которые предлагают увидеть экспозиции с высокой степенью зрелищности и интерактивности. А это трансформирует социокультурную функцию на переориентацию широкой аудитории с образовательного на развлекательный компонент. Но достаточно ли для реализации досуговой функции просмотра ярких экспонатов, получения информации о них и фотографирования на их фоне?

Несомненно, следует выделять коммуникационную функцию музеев и художественных галерей – удовлетворения духовных потребностей в общении с артефактами культурного наследия и произведениями искусства, а также с другими людьми. Существует точка зрения, в соответствии с которой музей способен сыграть важную роль в преодолении прогнозируемого коммуникационного кризиса, способствовать восстановлению взаимопонимания между поколениями,

культурами, конфессиями, помочь найти собственное место в истории человечества [5].

Это утверждение, хотя и является бесспорным, включает множество рисков и ограничений. Основные из них скрываются в вопросе: «Можно ли избежать коммуникационного кризиса, не предоставляя организованной возможности и запланированной ситуации для общения посетителей между собой?» И могут ли музеи и художественные галереи стать третьими пространствами в полном смысле, если фактически, они имеют свою «профильность» или «предметность», тематическую направленность, которая сужает потенциальные спонтанные коммуникативные акты до обсуждения экспозиций, эпох и культур. В этом разрезе тематическая специфичность музейных пространств становится актуальным вопросом для теоретических дискуссий. В теории Р. Ольденбурга третьи места не задают вектор общения, они «ни о чем», самим посетителям отдается право выбора темы. Музеи же по своей специфике довольно тематичны. Впрочем, сейчас музеи и галереи демократично расширяют спектр активностей, хотя все еще «отягощены» европейской музееведческой традицией, ставящей посетителя в статус ниже, чем сотрудники музея.

«Применение концепции третьего места к музеям равносильно к переформатированию посетителей с позиции пользователей в позицию стейкхолдеров культурных институций» [8, с. 269].

Антропологические и краеведческие музеи, включая в себя образовательный компонент, привлекая к процессам консервации и идентификации объектов не только сотрудников, но и горожан, поднимают вопросы самоидентификации и еще более широкие темы осознания – исторического, национального, философского. Вовлекая зрителя в производственные и интеллектуальные процессы музея, учреждение делает участника равным партнером в производстве культурного наследия, общественной памяти, интерпретации прошлого [8, с. 270].

В контексте поиска ответов на эти вопросы, следует проанализировать понятие, сложное в научном измерении – атмосферу взаимодействия и пребывания в музеях. Несомненно, для третьего места необходима высокая степень демократичности как в организации пространства, так и в построении системы взаимодействий. Здесь возникают основные трудности перехода к формату третьего пространства. Ведь многие художественные галереи устроены согласно концепции «внутри белого куба», ставя задачу сконцентрировать внимание исключительно на экспозиционном материале.

Современные экспозиции по своей форме и выставки современного искусства по своей сути позиционируют не столько объекты сами по себе, сколько объекты в пространстве. Таким образом, формируется система «пространство – экспонат –

человек – дискуссия». Хотя дискуссия в этой цепочке является нематериальным производным от предыдущих компонентов, она тоже является объектом и продуктом функционирования музея или галереи. Именно продуцирование поля для дискуссии и участия превращает музей из репозитория в третье пространство.

Значит, задача современного музея, галереи, арт-центра состоит в том, чтобы разработать сценарии построения связей – показать определенные экспонаты определенным образом, вызвав потребность в оценочных суждениях и желание поделиться впечатлением. А это означает, что пространство должно иметь необходимую инфраструктуру для реализации этих потребностей – удобные места для сидения, кафетерий, дискуссионные залы, неформальные площадки для обсуждений и встреч.

Концепция музея (галереи) как третьего места породила смену подходов в дизайне и строительстве музейных пространств. Особое значение имеет инфраструктура, циркуляция посетителей, места для сидения, залы отдыха, магазины, кафе, площадки для социального взаимодействия [7].

Именно схемы передвижения посетителей и количество мест для сидения определяет, сколько времени будет проведено у каждого объекта, будет ли возможность для общения, будет ли время на общение посетителей с работниками музеев и между собой.

В этом контексте все более интересными становятся университетские кампусы. Большие университеты открывают на своей территории музеи и галереи, часто представляя даже значимые на государственном и международном уровне произведения. Там же находятся кафе, библиотеки и исследовательские центры, спортивные залы, открытые площадки, что превращает территорию в третье пространство с огромным потенциалом.

Вторым вопросом стоит уровень финансовой доступности. Многие музеи продают билеты по 10-15 долларов, что является ограничением для многих посетителей. В противовес этому подходу, существуют бесплатные события в музеях и система «плати сколько можешь», но проблема широкой доступности все же не снята.

Для воплощения философии третьего пространства современные музеи и галереи используют такие направления деятельности:

- альтернативные музейные программы (лекции, мастер-классы, детские программы, такие, как KidCamp); движение Maker movement - вовлечение в опыт творчества в музеях и библиотеках;
- программная деятельность (например, реализация программ и проектов с органами местного самоуправления, организация неформальных мероприятий). В Украине музеи могут самостоятельно или в сотрудничестве с гражданскими

организациями участвовать в ежегодных конкурсах Украинского культурного фонда на финансирование в категории «Инновационный культурный продукт», где есть лоты «Локальный музей», «Культурное наследие», «Выставочный проект». Поскольку в реализацию проекта вовлекается большое число участников, проекты становятся платформами для коммуникации не только на время работы программы, но и на долгосрочный период.

- волонтерские программы (например, студенческое культурное волонтерство). Волонтеры привлекаются в даты особых событий, таких, как Всемирный день музеев или Ночь музеев. Кроме того, волонтеры часто помогают в археологических раскопках, доставке экспонатов, уборке пространства вокруг музея. Как правило, музеи с опытом проведения таких событий имеют волонтерскую базу – это люди, которые часто бывают в музеях, знают друг друга, разделяют ценности, создают коммуникативное поле внутри и вокруг музея (галереи). Такие люди должны чувствовать, что им всегда будут рады, у них есть пространство для неформального общения в музее даже в обычный рабочий день. Волонтеры – это часть «сильной социальной связки» [8, с.276], это команда, для которой музей становится «домом вне дома»

- коллекционирование и передача частных экспонатов в музеи и галереи тоже могут быть поводом к превращению музеев в третьи пространства. Это своеобразные клубы коллекционеров, которые дают возможность для обмена опытом и информацией как друг с другом, так и консультаций с научными сотрудниками.

- благотворительные встречи. Интересным является опыт Одесского национального художественного музея, который сформировал круг меценатов, организуя благотворительные бранчи с участием известных шеф-поваров и лекционной программой. И, хотя, билет на бранч не дешев, благотворительные встречи помогли не только отреставрировать здание и повысить престиж музея, но и сформировать поле для общения меценатов – бизнесменов и политиков, которые редко посещали бы музей в отсутствие повода. Регулярность мероприятий позволяет музею становиться площадкой для общения неспециалистов.

- клубы и карты лояльности. Одним из механизмов формирования круга регулярных посетителей музея как третьего места является разработка клубных программ, таких, как «Друг музея». Приобретенная карта «Друг музея» — это возможность бесплатного посещения выставок для владельца карты и его друга в течение года, специальные условия на участие в образовательных программах, скидки в кафе, сувенирном магазине музея и детском центре.

В сфере изучения функционирования третьих мест все чаще речь идет о появлении новой категории - культурные третьи пространства (cultural third places). Гипотеза об их формировании предполагает формирование «гибридных и открытых

пространств для обмена знаниями и культурой, где пользователь (посетитель, читатель, студент, зритель...), находит свое место в центре процесса изучения, производства и распространения культурных знаний» [9]. Культурные третьи места реализуются в процессе культурного экспериментирования, со-производства знаний и культуры.

Такие музеи, как музей декоративного искусства в Париже или Галло-римский музей в Лионе превратились в экспериментальные лаборатории в рамках программы *Museumix*. Это ежегодные трехдневные встречи всех акторов культурной жизни, от арт-кураторов до хакеров и любителей, которые вместе разрабатывали новые формы интерактивных выставок [9].

Ввиду этого появляются вопросы относительно эффективности культурных третьих мест в направлении соединения высоких технологий и науки с историческими артефактами культуры, выполненными человеческими руками, цифровыми произведениями и древними манускриптами. Выход же за рамки узких специализаций влечет за собой другой вопрос – чем обернется такая деспециализация в будущем, не станут ли культурные третьи пространства центрами культурного и, что еще хуже, псевдокультурного аматорства?

Функция третьего пространства как «организационного пункта» по Р.Ольденбургу проявляется в появлении самоорганизующихся музейных и галерейных пространств. В ответ на сложную, часто коммерциализированную процедуру подачи художественных работ или предметов коллекционирования в уже известные музеи и галереи, появляются самоорганизующиеся третьи пространства, такие как квартирники, выставки на открытых площадках, частные музеи, арт-кафе. Лишенные институциональной поддержки, такие пространства часто открываются в районах с низкой арендной платой. И это усиливает эффективность локации благодаря охвату отдаленных от центра районов, новых категорий посетителей.

Даже в случае краткосрочной поддержки финансовыми фондами, например в рамках программ ревитализации заброшенных индустриальных объектов и их реконструкции в арт-центры с функциями третьих пространств, самоорганизующиеся места больше соответствуют критериям, сформулированным Р. Ольденбургом.

Наибольшим риском для выживания музеев и галерей как физических третьих пространств является высокая конкуренция с виртуальными сервисами и онлайн-музеями. Большинство музеев присоединилось к глобальному движению по открытию данных через такие инициативы, как *OpenGLAM* (*Open galleries, libraries, archives, museums*), проект *Flickr Commons*, *API*. В настоящее время на платформе *Europeana* опубликованы *API*, дающие доступ к более чем 50 миллионам объектов 1500 музеев по всей Европе. Одной из самых популярных платформ является *Google*

Art&Culture. Она включает более 32 тысяч произведений искусства из 46 музеев по всему миру. Каждый музей предоставляет хотя бы одно из произведений в ультракачестве гигапиксельного снимка. В сочетании с возможностью совершения виртуальных экскурсий и формирования собственных онлайн-коллекций, музеи как третьи пространства оказались на грани исчезновения или перехода в онлайн формат.

Онлайн формат становится эффективным в музеях и галереях за счет:

- интерактивности экспозиций;
- геймификации;
- электронной обработки экспонатов.

Одним из инструментов гибридизации физического и виртуального пространства музеев и арт-центров является геймификация. Речь идет о виртуальных игровых методиках, которые используются в физическом пространстве музеев.

Геймификация музеев становится многообещающим методом не только привлечения молодежи, но формирования регулярных посетителей. Речь идет не только о разнообразных музейных квестах, но об онлайн-играх с использованием социальных медиа. Первыми потребителями музейных игр стали дети и школьники, (как, например, *Let's Walk the Block | Explore & Learn | The Metropolitan Museum of Art*) которые вовлечены в пост-лекционные активности в рамках образовательной программы [6].

Игры настолько прочно вошли в арсенал музеев, что для них существуют готовые решения. Например, у платформы *Ojoo* есть шаблоны квеста и охоты на монстров в стиле *Pokemon-GO*, разработанные специально для музеев [4].

Но геймификация в рамках музея является не настолько азартной, чтобы сформировать сообщества геймеров, а цифровая интерактивность музеев и арт-центров, наоборот, индивидуализирует музейную информацию и музейные услуги, замыкая посетителя в отдельную информационную капсулу, выстроенную индивидуальным взаимодействием с интерактивным экраном или гаджетом *Nintendo 3DS*, предлагаемом в Лувре, приложениями виртуальной и дополненной реальности.

Но современные технологии могут использоваться и для физического, осязательного опыта посетителей. Так, например, 3D-печать и сканирование позволяют подержать в руках высококачественные копии шедевров и артефактов, ощутить вес, фактуру, рассмотреть детали. Такие практики используются в Бруклинском музее как «сенсорные туры». Эта методика позволяет построить платформу для потенциальной коммуникации, которая базируется на опыте, схожем для большого количества людей.

В качестве выводов к анализу социокультурных функций музеев и галерей можно відвинуть гіпотезу о том, что именно эти функции обеспечивают переход традиционных по своему устройству музеев и других выставочных пространств в формат третьих мест. Успешность этого формата зависит от ряда факторов, среди которых – наличие инфраструктуры, располагающей к проведению свободного времени в музее; информационное поле, подталкивающее к дискуссии и разработка сценариев построения связей; реализация клубных, образовательных и волонтерских программ; использование цифровых технологий для повышения эффективности работы галерей и музеев.

Список использованных источников:

1. Дущев М. В. Концепция архитектуры универсального центра искусств в XX веке. Стратегическое городское и региональное планирование: межвузовский сб. науч. тр. Самара, 2003, 210с.
2. Майстровская М.Т. Музейные экспозиции. Искусство – архитектура и дизайн. М., 2002. 172 с.
3. Полищук А. А. Формирование центров творчества в хх веке // Архітектура. Науковий вісник будівництва, К., 2019, С.25-29
4. Рено А. Музеи и цифровые технологии: как развивается визуальное пространство// Музеи и цифровые технологии: как развивается визуальное пространство <https://test.ru/2017/10/31/museums-and-digital-technologies/>
5. Сущность феномена музея и его функций. Социокультурные функции музея. Современные подходы к их определению. — Текст : электронный // Искусствоед.ру – сетевой ресурс об искусстве и культуре : [сайт]. – 2018. – URL: <https://iskusstvoed.ru/2018/08/18/sushhnost-fenomena-muzeja-i-ego-funkcij/>
6. Goins, Elizabeth S. (2010) Museum Games and the Third Space NY https://meaningfulplay.msu.edu/proceedings2010/mp2010_paper_26.pdf
7. Moody Carlie L. (2011) Utilizing Third Place Theory in Museum Design: Connecting Community Through the Experience of Art. Retrieved from: https://www.researchgate.net/publication/254672318_Utilizing_Third_Place_Theory_in_Museum_Design_Connecting_Community_Through_the_Experience_of_Art
8. Tate, Natalye B. (2013) *Museums as Third Places or What? Accessing the Social Without Reservations*. Museums & Social Issues, Volume 7, Number 2, Fall 2012, pp. 269–283.
9. The hypothesis of cultural third places (2018) *The conversation*. Retrieved from: <https://theconversation.com/the-hypothesis-of-cultural-third-places-93509>

1.4. Специфика ресторанов и кафе как третьих мест для гражданского образования

Юрий Петрушенко (Украина),
доктор экономических наук, профессор,
Сумский государственный университет

Согласно одному из распространенных определений, отношения между людьми в рамках гражданского общества – это контакты и общение между людьми вне семейных и рабочих отношений. Где очень часто происходят такие встречи? Так, где у людей есть время, а это время есть когда они ежедневно принимают пищу – в кафе и ресторанах. Поэтому идея концепции ресторанов как «третьих» мест имеет под собой веское основание, поскольку для общественной деятельности нужно время вне работы и семьи, и это время находится как раз во время посещения кафе и ресторанов.

Следующие пример ресторана наглядно демонстрируют как воплощается эта концепция в действительность.

Urban Space 100 – социальное предприятие в Ивано-Франковске (Украина) в формате общественного ресторана, который 80% чистой прибыли направляет на поддержку общественных проектов в городе. Ресторан открыт 27 декабря 2014 г. в Ивано-Франковске платформой «Теплый Город».



Это заведение больше, чем ресторан. Здесь можно не только вкусно поесть, но и организовать собственную презентацию, обсудить идеи, найти единомышленников и поддержку для своего проекта. А еще почитать книгу или купить что-нибудь в магазине.

В ресторане можно встретить очень разных людей, но есть то, что объединяет их всех, это активная общественная позиция.

Urban Space 100 – место встречи пассионариев – тех, кто хочет видеть город комфортным, современным, отвечающим интересам общины и принципам устойчивого развития.

Создание Urban Space 100 – результат объединения социально активных людей вокруг идеи развития городской среды.

Urban Space 100 – пример объединения горожан вокруг единой идеи – развития города. Общественная, социальная ценность ресторана проявляется в нескольких аспектах и связана с целями заведения:

- создание прозрачного целевого фонда, предназначенного для финансирования социальных проектов и стартапов, направленных на развитие города;
- создание физической площадки для активизации проактивной кластера города, что дает импульс инициативам и сохраняет динамику их развития;
- объединение 100 социально активных людей, готовых инвестировать в проект и распределять средства для финансирования других инициатив.

Urban Space 100 – это современное пространство с разными составляющими, такими как открытая кухня, площадка, магазин. Особенностью является интегрированная в пространство ресторана стеклянная радиостудия Urban Space Radio – независимого медиа, работающего с темами городской культуры, урбанистических процессов, современного искусства, креативного бизнеса, прогрессивного образования, предлагает оригинальный программный продукт и альтернативную музыку. Также в Urban Space 100 есть летняя площадка, функциональная, с безбарьерным заездом, украшенная природными материалами, элементами озеленения в теплое время года. Рядом находится велопарковка. Площадь заведения составляет 180 м², оно имеет 120 посадочных мест [1].

Фонд грантовой программы Urban Space 100 формируется с 80% чистой прибыли заведения, поэтому каждый гость ресторана, который пьет кофе или обедает, вносит свой вклад в будущее развитие Ивано-Франковска.

Грантовая программа Urban Space 100 имеет 4 сезона. Проекты, которые получают финансовую поддержку в рамках программы, определяются ежеквартально на общем собрании соучредителей (тех 100 человек, которые внесли взносы для открытия ресторана). Программа не предполагает тематические приоритеты. Подаваться на нее могут как "твердые" (инфраструктурные) проекты, так и "мягкие" (конференции, фестивали, образовательные события и т.п.). Определяющим является то, чтобы замысел был реализован в Ивано-Франковске и имел целью улучшить жизнь в городе, раскрыть сообществу новые тематики и возможности [2].

Urban Space 500 является аналогом проекта Urban Space 100, только создан по франшизе в г. Киев. Открыт летом 2017 года. Запуском проекта занимались общественная организация «Інша освіта» в партнерстве с платформой «Теплий Город».



Основателями и основательницами являются 500 социально активных людей, объединившихся вокруг идеи качественного развития городского пространства. Каждый из них внес взнос 1000 долл. на открытие ресторана и все они отмечены на сайте ресторана [3].



Общественный ресторан Urban Space 500 создан платформой для общественных инициатив. В нем сразу было запланировано пространство, способное вместить достаточное количество людей и место, где они смогут рассказать о своих идеях.

Для этого был выделен большой зал с 60 посадочными местами. В нем была размещена сцена для выступлений и разработаны различные сценарии освещения: подсветка для лекций, равномерно размещенные светильники для коворкинга и боковое освещение для формата кафе.

Каждый, кто имеет идею и хочет быть полезным городу, может устроить здесь презентацию, пресс-конференцию, лекцию или тренинг. Все выступления проводятся бесплатно. Достаточно будет только подать заявку.

80% чистой прибыли идет на социальные проекты, направленные на улучшение жизни в Киеве.

В ресторане есть бар, магазин, непосредственно ресторанные пространства с 5 залами, и радио Urban Space [3].

Страничка ресторана в сети facebook: <https://www.facebook.com/urbanspace500/>

Перечень ссылок:

1. Сайт общественного ресторана Urban Space 100. <https://urbanspace.if.ua>
2. Официальная презентационная брошюра Urban Space 100. https://warm.if.ua/uploads/project_document/file_uk/2/Urban_Space_100_2020.pdf.
3. Сайт общественного ресторана Urban Space 500. <https://urbanspace500.com.ua>

1.5. Инновационные формы третьих мест

Вероника Гарбуз (Молдова),
Ph.D., Бельцкий государственный университет "Алеку Руссо";
координатор программы НГО "Моштениторий"

В контексте интенсивных технологических преобразований, которые постоянно трансформируют наше общество на всех уровнях, люди ищут особые места вдохновения и сопереживания, которые вызывают их коллективное желание действовать и улучшать ситуацию в своей среде. Привилегированные условия для этого возникают во всем мире благодаря новым организационным структурам, которые задуманы как безопасные места, где стимулируется творчество, общение и обмен идеями и усиливаются инновационные процессы посредством открытым и гибким формам сотрудничества [8]. Вот уже несколько лет правительства, компании, университеты и даже сообщества инициируют создание таких организаций с помощью концепции инновационных лабораторий, как знаковых мест, где можно найти чувство принадлежности, совместное обучение и искру для создания новых решений [1].

С целью укрепления коллективного разума, руководствуясь чувством доверия и сотрудничества, инновационные лаборатории превращаются в особые открытые пространства, которые обеспечивают нейтральную и стимулирующую среду для взаимодействия всех связанных субъектов [5, 8]. Благодаря своему высокотехнологичному оборудованию, вдохновляющему дизайну помещений и благоприятной культуре, они часто воплощаются в виде специализированных объектов, управляемых страстными командами, посвященными повышению творческого поведения и содействию инновационному процессу [9]. Действительно,

важность феномена инновационной лаборатории зависит от их промежуточной природы, которая способствует решению проблем неопределенности и сложности инновационных процессов [6].

Спектр операций инновационной лаборатории широк и гибок и может охватывать весь процесс инноваций от генерации и оценки идей, создания прототипов и тестирования решений до внедрения и получения обратной связи [7]. Их функциональные роли могут варьироваться от оказания помощи бизнес-организациям в разработке новых продуктов или услуг или улучшении существующих, до поддержки предпринимательской деятельности в университетской среде [10] или до разработки краудсорсинговых решений для решения вопросов, представляющих общественный интерес, и предоставления государственных услуг [4].

Инновационная лаборатория - это концепция, тесно связанная с открытыми инновациями, которая создает среду для экспериментов, в которой предприятия, органы власти и граждане участвуют в разработке продуктов / услуг / технологий. Важными компонентами являются открытость для заинтересованных сторон с различным опытом, участие общественности и поддержка политики, широкий охват с участием поставщиков, пользователей и других участников цепочки создания стоимости, реалистичные и устойчивые условия. Существует множество примеров открытых инновационных платформ (инновационных лабораторий), конкурсов идей и примеров практических исследований в различных учебных заведениях в разных странах.

Некоторые исследователи определяют инновационную лабораторию как «среду для экспериментов, в которой технологии придают форму в реальных жизненных контекстах и в которой пользователи считаются "сопродюсерами"» [2]. Они анализируют инновационные лаборатории, используя шесть основных характеристик:

- 1) открытость: степень открытости инновационных лабораторий;
- 2) участие общественности: степень, в которой политики активно поддерживают и контролируют лаборатории;
- 3) коммерческая зрелость: степень, в которой технологии, продукты и услуги, протестированные и разработанные, близки к внедрению на рынок;
- 4) вертикальный охват: степень, в которой платформы тестирования и экспериментов (TEPS) привлекают заинтересованные стороны с разных уровней цепочки создания стоимости (т.е. поставщиков технологий, поставщиков услуг, предприятий, использующих технологию, и конечных пользователей);

5) масштаб: степень, в которой инновационные лаборатории имеют большой и разветвленный масштаб (включая лабораторные по сравнению с реальной жизнью и централизованные по сравнению с распределенными настройками);

6) продолжительность: степень, в которой TEPS создаются в качестве постоянных объектов.

Некоторые исследователи предлагают пять ключевых компонентов живых лабораторий: ИКТ и инфраструктура, управление, партнеры и пользователи, исследования и подходы [3]. ИКТ и инфраструктура означают, что новые технологии ИКТ способствуют новым способам сотрудничества и совместного создания новых инноваций. Управление представляет собой аспекты владения, организации и политики инновационной лаборатории. Партнеры и пользователи передают свои конкретные знания коллективу, помогая достичь передачи знаний, охватывающих все границы. Исследование символизирует коллективное обучение. Подход означает методы и приемы, которые появляются в качестве наилучшей практики в инновационной лаборатории. Также представляем пять ключевых принципов в инновационных лабораториях:

1) Открытость: Открытость имеет решающее значение для инновационного процесса в инновационной лаборатории, чтобы стимулировать творчество и создавать новые идеи.

2) Влияние: ключевым аспектом принципа влияния является представление «пользователей» как активных и компетентных партнеров и экспертов в предметной области. Следовательно, один важный вопрос, которым должны заниматься инновационные лаборатории, заключается в том, как обеспечить, чтобы участие, влияние и ответственность между различными партнерами согласовывались друг с другом и с идеологией влияния на пользователей проекта.

3) Реализм: Одним из краеугольных камней подхода инновационной лаборатории является то, что инновационная деятельность должна осуществляться в реалистичной, естественной, реальной обстановке.

4) Ценность: инновационные лаборатории имеют возможность создавать ценность на основе всех аспектов термина ценности. Инновационный процесс должен быть способен создавать инновации, которые воспринимаются как ценные с экономической, деловой и потребительской точек зрения.

5) Устойчивость: устойчивость относится как к жизнеспособности инновационной лаборатории, так и к ее ответственности перед более широким сообществом. Здесь, исследовательский компонент каждой лаборатории играет жизненно важную роль в преобразовании повседневного генерирования знаний в модели, методы и теории. Другими важными аспектами, связанными с

устойчивостью инновационной лаборатории, являются партнерство и связанные с ним сети.

В настоящее время, в теории и практике был введен термин «Живая лаборатория». Живая лаборатория – это объединение государственных и частных партнерств, в рамках которых предприятия, органы власти и граждане работают вместе над созданием, проверкой и тестированием новых услуг, бизнес-идей, рынков и технологий в реальных условиях. Цель Живой лаборатории – создать общую арену, на которой цифровые сервисы, процессы и новые способы работы могут разрабатываться и тестироваться с представителями пользователей в реальном мире.

Следовательно, Живая лаборатория – это среда, в которой собраны люди и технологии и в которой повседневный контекст стимулирует и бросает вызов как исследованиям, так и разработкам, поскольку власти и граждане принимают активное участие в инновационном процессе. Другой способ определения Живой лаборатории – рассматривать ее как исследовательскую методологию для оценки, проверки и тестирования прототипов, а также для улучшения сложных решений в многогранном возникающем реальном контексте. Цель состоит в том, чтобы привлечь представителей различных пользователей к этапам разработки продуктов и прототипов до того, как инновации будут выведены на реальный рынок (Европейская Сеть Живых Лабораторий – <https://enoll.org>)

Примеры живых лабораторий можно найти в нескольких университетах по всему миру, например, в Гарвардском университете (США), Лаборатория социальных инноваций Тилбурга (Нидерланды), Университета Дрекселя (США), Университета Аалто (Финляндия), Таллиннского Технологического Университета (Эстония) [11].

а) Инновационная лаборатория Гарварда (i-lab), США (<http://ilab.harvard.edu/>) это новая и инновационная инициатива, способствующая командной и предпринимательской деятельности и углублению взаимодействия между студентами Гарварда, преподавателями, предпринимателями и членами сообщества. I-lab предлагает возможность арендовать помещение, посещать курсы, организовывать мероприятия для поддержки предпринимательских идей и т.д. Мероприятия дают возможность услышать от предпринимателей об их опыте, изучить конкретные навыки, такие как написание бизнес-плана, и познакомиться с другими заинтересованными в предпринимательстве людьми со всего университета.

б) Лаборатория социальных инноваций Тилбурга, Нидерланды (<http://www.tilburguniversity.edu/abouttilburg> университет/партнерские отношения/тилбург-социальная-инновационная-лаборатория/) (TiSIL) привлекает региональные заинтересованные стороны к (совместному) созданию инновационных решений социальных проблем.

Различные учреждения, компании, предприниматели и граждане имеют свое собственное видение того, что такое социальные инновации или какими они должны быть. У них есть одна общая черта: совместная работа над созданием устойчивого общества. TiSIL использует следующее определение социальных инноваций: создание новых бизнес-моделей в сообществе с участием многих заинтересованных сторон, направленных на реализацию общественной ценности, с использованием знаний высокого уровня в области социально-экономических и гуманитарных наук. Таким образом, регион используется в качестве «живой лаборатории».

TiSIL можно считать лабораторией, в которой идеи, методы и инновации генерируются и тестируются в соответствии с процессом социальных инноваций, и где собираются различные заинтересованные стороны в области социальных инноваций.

с) Лаборатория инноваций в изменении поведения, связанного со здоровьем, США (<http://www.drexel.edu/psychology/research/labs/innovationlab/>) является академическим центром на факультете психологии Университета Дрексела в Филадельфии, штат Пенсильвания. Миссия программы заключается в разработке инновационных поведенческих методов лечения ожирения, расстройств пищевого поведения и других поведенческих проблем со здоровьем. Основные исследовательские проекты включают два финансируемых Национальным Институтом Здравоохранения (НИИ) исследования по снижению веса, которые называются «Заботьтесь о своем здоровье» и «Проект».

d) Фабрика Дизайна Университета Аalto, Финляндия (<http://www.aaltodesignfactory.fi>) (ADF) – это рабочая среда площадью 3000 квадратных метров, позволяющая творческую работу, обмен знаниями и опытом. Пространства могут быть легко изменены и перестроены для различных настроек и различных целей использования. Между тем, общая планировка фабрики поощряет открытое общение и спонтанные встречи. ADF вмещает людей из самых разных областей; однако помещения разделены на следующие категории: конференц-залы; лекция / семинар; комнаты и зоны отдыха; складские помещения; рабочие / офисные / проектные помещения.

ADF является домом для нескольких компаний, организаций, исследовательских групп и программ с уникальными областями навыков и знаний, которые воплощают философию фабрики. Сервисное меню Design Factory – это предложение ноу-хау, разработанного в этом вдохновляющем сообществе специалистов. Услуги включают семинары, коучинг, курсы, проекты и сотрудничество в области исследований. Выбор предназначен для того, чтобы предложить что-то для всех или как способ более активного участия в сообществе.

В ADF целевыми группами являются компании, преподаватели, студенты и исследователи.

е) Лаборатория Стратегических Инноваций, Университет OCAD, Канада (<http://slab.ocad.ca/>) (sLab) является центром исследований и разработок в области дизайна, инноваций и стратегического прогнозирования). Это растущее сообщество ученых и практиков, дизайнеров, профессионалов в области бизнеса и политики, преподавателей и студентов, которые заинтересованы в том, чтобы предвидеть возможное будущее. Расположенный в Центре Аспирантуры и Исследований Университета OCAD, sLab работает по модели, которая объединяет академические исследования, профессиональное участие, образование и развитие навыков для участников в частных, государственных, некоммерческих и благотворительных секторах.

Лаборатория Стратегических Инноваций (sLab) разрабатывает и применяет методологии стратегического предвидения, проектных исследований, визуализации и прототипирования для уточнения и поддержки начальной стадии инновационного процесса. В нем исследуются взаимосвязи человеческого поведения, новых технологий и организационных возможностей.

В настоящее время, исследовательская программа организована вокруг возможного будущего в следующих взаимосвязанных областях: Будущее образования, Будущее СМИ, Будущее дизайна, Будущее устойчивого развития, Будущее работы и Будущее здравоохранения.

sLab проводит широкий спектр мероприятий по профессиональному развитию. Большинство мероприятий являются публичными, бесплатными и очень популярными среди профессионалов бизнеса. Серия мероприятий Explorations, предлагает краткую презентацию, открытую дискуссию и творческие идеи с преподавателями OCAD, студентами и гостями из других организаций. Это регулярная серия дискуссионных мероприятий, направленных на развитие существующих и будущих направлений исследований и возможностей внутри и за пределами сообщества OCAD.

f) Таллиннский Технологический Университет, Эстония (TUT) имеет три основных приоритета:

- В университете реализуются программы, направленные на развитие предпринимательского мышления студентов и сотрудников, развитие предпринимательской молодежи в целом, развитие предпринимателей, в том числе студентов-предпринимателей;
- Создание знаний и коммерциализация технологий или интеллектуальной собственности, разработанных на университетском уровне (центры компетенций в области R&D, университетские лаборатории и т.д.);

- Интернационализация (Академия инноваций, Силиконовая долина, Шанхай, Индия и др.).

Субъекты, участвующие в процессе создания экосистемы предпринимательства в TUT:

- Отдел исследований;
- Центр предпринимательства и инноваций;
- Центр предпринимательства Департамента делового администрирования;
- Связи между исследованиями и учебными планами (участвуют преподаватели и исследователи);
- Студенческие организации;
- Партнеры (в основном 2 министерства, учреждения и программы, научные парки, центры компетенций и университетские лаборатории, другие платформы, предприятия и т.д.).

MEKTORY в Таллинском Технологическом Университете – это инновационный центр для студентов и компаний из всех дисциплин, который помогает компаниям и студентам в:

- создание инновационных продуктов и услуг;
- разработке прототипов и стартапов с использованием высокотехнологичной инфраструктуры университетов;
- участие в междисциплинарной командной работе и международной сети сотрудничества;
- организации конкурсов бизнес-моделей.

Многие университеты стран Восточного партнерства имеют инновационные лаборатории, такие как:

- Ужгородский Национальный Университет;
- Национальный Технический Университет «Харьковский политехнический институт»;
- Национальный Университет «Киев-Mohyla Academy»;
- Гродненский Государственный Университет имени Янки Купалы;
- Полоцкий Государственный Университет;
- Технический Университет Молдовы и другие.

Инновационные лаборатории можно рассматривать как третьи пространства, поскольку они основаны на систематическом принципе совместного творчества пользователей, сочетающем исследовательские и инновационные процессы. Они интегрируются посредством совместного создания, исследования,

экспериментирования и оценки инновационных идей, сценариев, концепций и связанных с ними технологических артефактов в реальных случаях.

Инновационная лаборатория в университете направлена на развитие открытой инновационной среды (экосистемы) путем объединения и управления отношениями между исследователями, преподавателями и студентами университета и различными субъектами за пределами университета, например, предприятиями, специалистами государственного сектора и другими заинтересованными сторонами, а также путем подключения деятельности лаборатории к региональной или национальной инновационной системе.

И последнее, но не менее важное: инновационные лаборатории являются пространствами для общения и социализации, генерации и обмена идеями и опытом – очень важные аспекты для личного и профессионального развития.

Список использованных источников:

1. Acevedo, S., Dassen, N. (2016), Innovation for Better Management: The Contribution of Public Innovation Labs, Technical Note.
2. Ballon, P., Pierson, J., Delaere, S. (2005), Test and experimentation platforms for broadband innovation: Examining European practice. In Conference Proceedings of 16th European Regional Conference by the International Telecommunications Society (ITS), Porto, Portugal (pp. 4-6).
3. Bergvall-Kåreborn, B., Ståhlbröst, A., (2009), Living Lab: an open and citizen-centric approach for innovation. International Journal of Innovation and Regional Development, Vol.1, No. 4, pp. 356- 370.
4. Carstensen, H. V., Bason, C. (2012), Powering Collaborative Policy Innovation: Can Innovation Labs Help?, The Innovation Journal: The Public Sector Innovation Journal, 17(1), 1-26.
5. Dupont, L., Mastelic, J., Nyffeler, N., Latrille, S., Seulliet, E. (2019), Living Lab as a Support to Trust for Co-creation of Value: Application to the Consumer Energy Market, Journal of Innovation Economics & Management, 28(1), 53-78.
6. Howells, J. (2006), Intermediation and the Role of Intermediaries in Innovation, Research Policy, 35(5), 715-728.
7. Memon, A. B., Meyer, K. (2017), Towards the Functional Roles of an Innovation Laboratory as a Platform for Innovation: An Observational Approach, International Journal of Service Science, Management, Engineering, and Technology (IJSSMET), 8(1), 18.
8. Morel, L., Dupont, L., Boudarel, M.-R. (2018), Innovation Spaces: New Places for Collective Intelligence?, in Uzunidis, D. (ed.), Collective Innovation Processes, London ISTE/Wiley, 87-107.
9. Moultrie, J., Nilsson, M., Dissel, M., Haner, U.-E., Janssen, S., Van der Lugt, R. (2007), Innovation Spaces: Towards a Framework for Understanding the Role of the Physical Environment in Innovation, Creativity and Innovation Management, 16(1), 53-65.
10. Pittaway, L., Aissaoui, R., Ferrier, M., Mass, P. (2019), University Spaces for Entrepreneurship: A Process Model, International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, IJEBR-09-2018-0584.
11. Venessar, U., Kallaste, M., Küttim, M., Slava, S. (2014), Innovative laboratories in Ukraine and Belarus: concept development. Retrieved from:

1.6. Виртуальные третьи места

Ольга Мельник (Беларусь),

исследователь в области психологических наук,
член правления Восточноевропейской Ассоциации гражданского образования
(EENCE)

В условиях глобализации и виртуализации человеческого общения вопрос о непосредственной коммуникации в городской среде не теряет актуальности. При этом концепции, связанные с публичными пространствами, требуют переосмысления в связи с появлением новых технологий для общения.

Сегодня «третьи места» в той или иной форме переходят в виртуальное пространство. В эпоху цифровых технологий социальные сети позволяют пользователям общаться в гораздо более крупных сообществах, чем местные. Интернет становится местом для неформальной коммуникации для людей, живущих в разных концах мира.

Виртуальное пространство является одним из неформальных общественных мест, где люди могут восстанавливать аспекты городского сообщества, которые были потеряны в момент превращения любимых кофеен в обычные торговые центры, а любимых пабов в сетевые. Так, расплывчатый по минутам ритм жизни уничтожают не только природные экосистемы, но и экосистемы дискурсивные. Однако теперь они снова появляются уже в пространстве виртуального дискурса.

Использование интернет-пространства в качестве площадки для интерактивного взаимодействия является одной из развивающихся концепцией в литературе. В частности, выяснено, что социальные сети могут использоваться в качестве места сбора локального сообщества. Исследователь Элисон утверждает: «Интернет предоставляет людям новые способы взаимодействия с членами существующих сетей и возможность для создания новых связей через различные синхронные и асинхронные формы общения, <...> и даёт возможность социальный капитал из них» [4, p. 128].

Пользователи могут взаимодействовать и сотрудничать с гораздо более большой группой других пользователей, которые имеют схожие интересы. Те, кто использует цифровые социальные сети, могут общаться на форумах с другими пользователями, тем самым «культивируя» социальный капитал и, возможно, хотя бы немного приближая виртуальные «места» к физическим.

Социолог Коули говорит о том, что существующие платформы социальных сетей, служащие для поощрения и создания разговоров, и являются общественными местами [2-3] Форумы создаются для поощрения разговоров между участниками, и пользователи всех видов могут участвовать в этих беседах.

Кроме того, исследователь Гилпин утверждает, что «социальные сети или интерактивные онлайн-СМИ выступают в качестве каналов для отношений и передачи информации» [5, р. 247]. Также есть утверждение что «на практике разработчики сообщества могут позволять членам самостоятельно выбирать себе группы для общения, а не назначать их, а также использовать методы кластеризации, чтобы предлагать группы, к которым члены могли бы хотеть присоединиться» [9, р. 860].

МакАртур в своих исследованиях рассматривает цифровые субкультуры и отмечает: «Интернет предоставляет возможность потенциальным членам культурных групп искать единомышленников» [7, р. 62]. Используя средства массовой информации, пользователи могут находить себе контакты по общим интересам, находить коллективные решения и подтверждения своему мнению у других людей. Также он заявляет, что «идентичность формируется ценностями и убеждениями, поддерживаемыми членами этих групп» [7, р. 62]. При этом признает, что члены групп могут встречаться в Интернете, «создавая точку сбора» [7, р. 65], что в противном случае было бы невозможно из-за географического расположения пользователей. Социальные медиа предлагают пользователям возможность взаимодействовать в режиме реального времени.

Глубокий анализ теоретической концепции третьих мест в контексте новых медиа был предоставлен Сокупом [8]. Он утверждает, что существуют сходства между третьими местами и виртуальными сообществами, но есть и определенные различия. Например, согласно его концепции «виртуальные третьи места» должны подавать своим участникам сигналы от местного сообщества: «Виртуальное пространство, чтобы быть теплым и удобным для кого-то из небольшого города в Айове, пространство должно чувствовать себя как сельское место на Среднем Западе» [8].

В описаниях социального взаимодействия ученые и социальные критики часто рассуждали о том, что общение с помощью электронных устройств таких как чаты, многопользовательские среды даже доски объявлений могут функционировать как одно из «третьих мест». При этом нужно помнить, что третье место — это уникальный тип среды, и восемь характеристик «третьих мест», выделенные Ольденбургом, можно наблюдать и оценивать, основываясь на взаимодействии пользователей в физическом пространстве.

Так, в этнографическом исследовании Кендалла делается попытка доказать, что Интернет может предоставить нам виртуальное третье место, эквивалент одного из «великих хороших мест» Ольденбурга, где сообщество формируется, поддерживается и обновляется [6]. Характеристики, наблюдаемые в этих сообществах, отличаются от типичных для «третьих мест», но соответствуют персонализации, проницаемости, доступности и удобства.

Участники онлайн-сообществ часто описывают «потерю времени» из-за очень оживленных и захватывающих обмена сообщениями в онлайн-дискуссионных форумах. Можно сказать, что современные черты онлайн-дискуссий, такие как интерактивность и сокрытие идентичности способствует игривой форме взаимодействия. Маскируя личности или используя альтернативных персонажей, люди чувствуют себя менее подавленными и разговоры в формате онлайн часто активны. При этом постоянное посещение одних и тех же чатов и групп способствует «принятию» члена в группу, из новичка он становится завсегдатаем. Кроме того, часто появляются настоящие «виртуальные» пабы и кофейни функционально эквивалентные «третьему месту».

Цифровые сообщества ежедневно создаются онлайн-пользователями по всему миру на самых разных платформах: на форумах, таких сайтах как ВКонтакте, Facebook и Twitter. Пользователи, которые часто посещают чаты и группы, могут создавать некие «виртуальные третьи места». Подобно событиям, происходящим в локализованных третьих местах, разговор является основной деятельностью в сети. Постоянные члены не так эксклюзивны, как описывает их Ольденбург, но они приветствуют новых пользователей в чате и взаимодействуют с ними.

Пользователи могут делиться информацией о себе, например, ссылками на личные блоги или проекты, а также обмениваться личными и профессиональными мнениями по теме. Онлайн-пространство доступно в любое время, поэтому делает его действительно подходящим нейтральным пространством.

Площадки могут удовлетворять только шести из восьми характеристик, выделенных Ольденбургом (см. раздел 1.1), так как они не предполагают физического местонахождения и не дают «дом вдали от дома». Но при этом являются местом сбора, где пользователи могут общаться и обмениваться информацией. Каждый может присоединиться, наблюдать или участвовать. Некоторые участники с нетерпением ждут этих запланированных разговоров и встреч «в сети» могут становиться «завсегдатаями».

При этом существует ряд вопросов, связанных с характеристиками третьих мест. «Место» для виртуальной коммуникации может определяться как находящееся на сервере, на каждом рабочем столе или вызываться с помощью пальца или клавиатуры. Кроме того, оно способно существовать во взаимодействиях и

разговорах, но не быть привязанным к географии. При этом пользователи могут подключаться к разговору с нескольких устройств, показывать своё местоположение с помощью системы «check-in». Также ставится вопрос о времени в рамках «виртуальных третьих мест» — оно течет не так как в физических пространствах — к разговору можно вернуться.

Одной из проблем в понимании «виртуальных третьих мест» является тот факт, что концепция Ольденбурга была сформулирована до появления Интернета. Главным отличием «виртуальных третьих мест» от реальных можно назвать следующее: третье место в первую очередь нужно локализованному сообществу. При этом некоторые исследователи говорят о том, что «традиционные третьи места привлекают людей из местного сообщества, а электронные среды привлекают людей со всего мира» [1]. Кроме того локализованность можно укреплять с помощью Интернета: созданию веб-сайтов и групп для жителей и пр. Помимо этого, с одной стороны «виртуальные третьи места» кажутся доступными и «уравнивающими», с другой – этот способ коммуникации доступен далеко не всем — современные гаджеты и наличие свободного доступа в Интернет могут позволить не все члены общества.

Исследование различных специалистов показывают, что интернет-среда позволяет создавать сообщества, которые обладают рядом характеристик «третьих мест», но интернет-площадки не полностью подходят под определение Ольденбурга. Так как концепция исследователя была сформулирована до появления Интернета и его повсеместного распространения, то полного соответствия быть не может.

Появление «виртуальных третьих мест» обусловлено запросом современного общества и развитием технологий. При этом в сети пользователи также способны культивировать социальный капитал, обмениваться информацией и формировать полноценные сообщества, которые будут нужны и локальному сообществу, и более широкому.

Список использованных источников:

1. Bruckman, A. and M. Resnick (1995) 'The MediaMoo Project: Constructionism and Professional Community'. — URL: <https://llk.media.mit.edu/papers/convergence.html>
2. Cawley, R. Creating social capital: The great opportunity for public relations. Public Relations Strategist, 2010.
3. Cawley, R.. Take caution when connecting: 8 risks you are taking with social media marketing. Public Relations Tactics, 18(6), 2011
4. Ellison, N. B., Lampe, C., Steinfield, C. & Vitak, J. . With a little help from my friends: How social network sites affect social capital processes. In Z. Pappacharissi (ed.), A networked self: Identity, community, and culture on social network sites. New York, NY: Routledge, 2011

5. Gilpin, D. R. Working the Twittersphere: Microblogging as professional identity construction. In Z. Papacharissi (ed), A networked self: Identity, community, and culture on social network sites. New York, NY: Routledge, 2011
6. Kendall, L. Hanging Out in the Virtual Pub. Berkeley, CA: University of California Press. 2002
7. McArthur, J. Digital subculture: A geek meaning of style. Journal of Communication Inquiry, 33(58), 2008
8. Soukup, C. Computer-mediated communication as a virtual third place: Building Oldenburg's great good places on the world wide web. New Media & Society, 8 (3), 2006
9. Yuqing, R., Harper, F., Drenner, S., Terveen, L., Kiesler, S., Riedl, J., & Kraut, R. E. Building member attachment in online communities: Applying theories of group identity and interpersonal bonds. MIS Quarterly, 36(3), 2012

1.7. Третье пространство в форме общественного центра в развитии идей гражданского образования

Юрий Шеляженко (Украина),
 магистр права, магистр медиации и менеджмента конфликтов,
 кафедра государственно-правовых дисциплин
 Университета экономики и права “КРОК”

Общественный центр, или центр сообщества – это публичное пространство, где граждане собираются для групповой активности, проведения досуга, социальной поддержки, общения, доступа к публичной информации и для других целей. Это может быть специально построенное здание, как во многих населенных пунктах США и европейских стран, дворец или дом культуры, сельский клуб, подростковый клуб, центр образования для взрослых, зал собраний, торгово-развлекательный центр, парк, рыночная площадь или центральная улица города, школа или университет в свободное от занятий время, церковь или другое культовое сооружение в свободное время после религиозных обрядов, заброшенное и занятое активистами строение в качестве контркультурного «самоуправляемого общественного центра» и так далее.

Рэй Ольденбург подчеркивает особую историческую роль общественных центров (community centers) в развитии цивилизации и эволюции городов-государств из первых человеческих поселений. По его словам, в дописьменных обществах третье пространство было первоочередным: это была самая важная структура, центр поселения. Третьи пространства представляли собой общий дом, были древними предшественниками великолепных и элегантных клубных особняков на улице Пэлл-Мэлл в Лондоне. И в древнегреческом, и в древнем римском обществе

господствующие ценности предписывали, что агора и форум должны быть величественными, центральными институциями, а дома — простыми и незамысловатыми [1, с. 86].

Анализируя, как граждане объединяются в публичной сфере, Юрген Хабермас проводит различие между частными по своей природе интересами и теми интересами, которые влияют на *civitas* (гражданское общество), приходя к выводу, что авторитет демократического правительства отчасти обеспечивается тем, что оно отражает точки зрения, выработанные информированным населением в контексте публичных пространств, где люди могут собираться вместе, общаться и приходить к консенсусу относительно общего блага [2]. Поэтому нет ничего удивительного в том, что одновременно с процессами демократизации общественной жизни в Европе с 19 ст. силами меценатов и общественных деятелей строится множество общественных центров, открытых не только для «высшего общества» изысканных салонов и клубов, но прежде всего для широких масс людей. Среди них можно назвать «народные университеты», которые создавались по замыслу датского священника и философа Николая Грундтвига, и «народные дома» в царской России, где размещались библиотеки, театральные и лекционные залы, классы для вечерних занятий, чайные и книжные лавки (в советское время они стали дворцами и домами культуры, рабочими и молодежными клубами).

В коллективной монографии «Исучая город: культурные подходы к гражданскому обучению в городских пространствах» отмечается, что и сейчас западные общества склонны считать городские публичные пространства ключевыми местами формирования гражданской и политической сознательности, вовлечения в образовательные практики на основе демократических ценностей равенства, свободы и солидарности. Ари Сакре, один из редакторов этой монографии, работает руководителем городской лаборатории сверхразнообразия в общественном центре De Pianofabriek в Брюсселе, который объединяет под крышей здания кохаузинга различные образовательные и художественные пространства [3].

Третье пространство в форме общественного центра играет важную роль не только в развитии гражданского общества, но и в развитии рыночной экономики. Например, девелопер Рон Шер приобрел обанкротившийся торговый центр в Лейк-Форест-Парке, рассадник криминала и наркомании, и превратил его в великолепный общественный центр с этническими ресторанами, ночными развлекательными программами, книжным магазином и шахматным клубом; в результате, цены на недвижимость в окрестностях резко подскочили [4]. Кстати, изначально концепция крытых торговых центров, разработанная архитектором Виктором Грюном и изложенная в книге «Сердце наших городов», предусматривала выполнение

супермаркетами функций общественных центров и не сводилась к одному только получению коммерческой выгоды [5].

Осуществление проектов гражданского образования в общественных центрах может быть способом обучения через служение обществу (service learning) в процессе подготовки учителей. К.Келли, С.Харт и Дж.Кинг описывают партнерство между университетом и соседской городской общиной, в сердце которой общественный центр ежедневно собирает местных жителей в аудиториях, баскетбольных и детских площадках, вовлекая их во множество активностей на досуге. Руководство общественного центра постоянно изучает интересы местной общины и стремится отвечать на запросы общества. Поскольку местные жители с низким уровнем доходов были озабочены влиянием оценок при стандартизованном образовательном тестировании на жизненные перспективы молодого поколения, общественный центр совместно с университетом организовали добровольную программу обучения через служение обществу. Студенты-волонтеры из университета каждую неделю в течение семестра проводили один час в общественном центре, работая репетиторами с учениками начальной школы. Таким образом треть пространства в общественном центре стало местом встреч студентов и школьников в свободное время, помогло начинающим педагогам оттачивать мастерство и удовлетворило желание детей и их родителей подтянуть знания ради достойных тестовых оценок [6].

В Германии распространены такие типы общественных центров, как гражданские центры (Bürgerzentrum), культурные центры (Kulturzentrum), дома культуры (Kulturhaus), центры религиозных общин (Gemeindezentrum), а также сельские общинные центры (Dorfgemeinschaftshaus), где могут проводиться образовательные мероприятия, собираться группы по интересам, литературные клубы, дискуссионные группы и т.п. Такие общественные центры иногда осуществляют функции центров образования для взрослых (Volkshochschule), в качестве примера можно привести старое здание школы в пригороде Люте немецкого города Вунсторфа в Нижней Саксонии, которое со временем стало общественным центром и одновременно центром образования для взрослых [7].

Следует отметить, что центры образования для взрослых в Германии представляют собой самостоятельную хорошо развитую сеть общественных центров, фокусирующихся исключительно на образовательных целях (в отличие от других, многофункциональных общественных центров). Немецкая ассоциация образования для взрослых (Deutscher Volkshochschul-Verband) объединяет около 900 таких центров, а ее Институт международного сотрудничества (DVV International) поддерживает проекты гражданского образования в Украине и Молдове (в 2009-2021 годах такая деятельность осуществлялась и в Беларуси) [8].

Международная поддержка образовательных программ в общественных центрах Восточной Европы, включая постсоветские страны, еврейской организацией «Джойнт» (JDC; Американский еврейский объединённый распределительный комитет) способствовала проведению рыночных реформ, отмечается в докладе Организации экономического сотрудничества и развития [9].

Некоторые общественные центры, как Сахаровский центр в Москве, являются общественными и правозащитными организациями. Другие, как Американский Дом (America House) в Киеве, выполняют функции культурной дипломатии и в рамках международной политики продвижения демократии реализуют также программы гражданского образования. Интересный пример передвижного общественного центра представляет собой мобильный павильон Дома Европы (House of Europe), здание-трансформер площадью 180 квадратных метров с двумя амфитеатрами, которое способно разместить 100 людей и путешествует по городам Украины, создавая третье пространство общественного диалога и лекций на темы европейских ценностей, демократических трансформаций, новшеств в культурной жизни Украины, все больше стремящейся вписаться в европейский контекст [10].

В связи с пандемией COVID-19 многие активности общественных центров перешли в онлайн. Развиваются и чисто виртуальные общественные центры, обычно комбинирующие группу сообщества в социальных сетях и вебсайт, то есть место неформального общения и ресурсы для досуга – ведь именно функция места досуга, служащего развитию общества, отличает третье пространства от дома, работы или учебного заведения. В качестве примеров приведем фейсбук-группу Citizenship Education in Eastern Europe и сайт www.eence.eu Восточноевропейской сети гражданского образования, где на досуге (например, во время прогулки) можно послушать подкасты, или созданную первой женщиной-судьей Верховного Суда США Сандрой О'Коннор американскую фейсбук-сеть учителей гражданского образования iCivics Educators и ее сайт www.icivics.org со множеством занимательных образовательных игр. Датские исследователи рассматривают группы в Facebook, созданные студентами, как третье пространства между группами для обучения, которые создаются и руководятся преподавателями, и персональными страницами, которые представляют собой личное пространство в социальной сети [11].

Кроме социальных сетей, функции общественных центров онлайн могут выполнять веб-сайты средств массовой информации: например, онлайн-сервисы британского национального вещателя BBC, создающие возможности для обсуждения и участия желающих в образовательных, новостных и развлекательных программах, превратили этот сайт в гражданский форум, воплощающий демократические ценности [12].

Систематическое исследование многообразных видов общественных центров на основе публикаций в открытом доступе про их функционирование позволяет нам предложить ряд классификаций. Так, общественные центры можно классифицировать по видам специализации, доступных ресурсов и услуг (многофункциональные, образовательные, культурные, деловые и т.п.), целевой аудитории (общегражданские, клубы по интересам, профессиональные, молодежные, ученические, студенческие, для взрослых, для людей пожилого возраста и т.п.), по форме собственности (частная собственность, включая коммерческую и благотворительную, или публичная собственность, включая государственную, коммунальную и общественную, причем к последней следует отнести собственность общественных и международных организаций), по форме третьего пространства (помещение, строение, кампус или другой архитектурный комплекс, парк/улица/площадь или другое место под открытым небом, передвижные, онлайн-овые или виртуальные, гибридные и т.п.).

Хотя каждое третье пространство в каком-то смысле является центром своего спонтанного сообщества, особенностью общественных центров как таковых можно назвать акцент на пространстве для развития общества, а не обществе для развития пространства. Например, в кафе человек идет, чтобы расслабиться за чашкой кофе (а заодно и пообщаться); в театр идет ради развлечения (а заодно и знакомств); в обоих примерах человек выступает прежде всего в роли клиента, влияние которого на меню и театральную афишу минимально, и уж потом в роли участника общественных отношений. В общественный центр человек приходит как гражданин, для социализации, участия в жизни гражданского общества, и только затем становится клиентом предлагаемых сервисов, выбор и наполнение которых (особенно если речь идет о ключевых активностях общественных центров, к которым относятся образовательные) отвечает насущным проблемам, приспособливается к актуальным интересам и потребностям людей, создавая множество ниш для индивидуального и коллективного развития, самореализации и самовыражения в общественном пространстве. Таким образом, первичность общества по отношению к пространству можно назвать характерной чертой общественных центров.

Список использованных источников:

1. Ольденбург Р. Третье место: кафе, кофейни, книжные магазины, бары, салоны красоты и другие места «тусовок» как фундамент сообщества / Рэй Ольденбург. М.: Новое литературное обозрение, 2018.
2. Habermas, J. (1991). The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of Bourgeois society (T. Burger & F. Lawrence, Trans.). Cambridge: MIT Press.
3. Sacré, Hari & Visscher, Sven De, ed. (2017). Learning the City: Cultural Approaches to Civic Learning in Urban Spaces. Springer Briefs in Education Series. Springer: Cham, Switzerland.

4. Oldenburg, Ray (2014). Every Community Deserves a Third Place. The New York Times. 13 April 2014. URL: <https://www.nytimes.com/roomfordebate/2014/04/13/the-pros-and-cons-of-gentrification/every-community-deserves-a-third-place>
5. Gruen, Victor (1964). The Heart of Our Cities: The Urban Crisis, Diagnosis and Cure. New York: Simon and Schuster. 368 p.
6. Kelley, K.S., Hart, S., King, J.R. (2007). Negotiating Pedagogy Development: Learning to Teach Writing in a Service-Learning Context. Action in Teacher Education, 29 (2), pp. 94-108.
7. Wunstorf: So sah es früher in Luthe aus. Hannoversche Allgemeine. URL: <https://www.haz.de/Mehr/Bilder/Galerien/2020/11/Wunstorf-So-sah-es-frueher-in-Luthe-aus>
8. Eastern Neighbours. DVV International. URL: <https://www.dvv-international.de/en/worldwide/europe/eastern-neighbours>
9. OECD (1996). Assistance programmes for Central and Eastern Europe and the former Soviet Union. Paris: OECD. 93 p.
10. Мобільний павільон. House of Europe. URL: <https://houseofeurope.org.ua/mobile-pavilion>
11. Aaen, J., Dalsgaard, C. (2016). Student Facebook groups as a third space: between social life and schoolwork. Learning, Media and Technology, 41 (1), pp. 160-186.
12. Rowbottom J. (2006). Media freedom and political debate in the digital era. Modern Law Review 489, 508–12.

Глава 2. Практики третьих мест в странах Восточного партнерства

2.1. «Библио Хаб»

Игорь Фольварочный (Украина),
доктор педагогических наук, доцент,
кафедра психологии и педагогики Национального университета физического
воспитания и спорта Украины

| | |
|----------------------------------|--|
| Название: | «Библио Хаб» |
| Исполнитель: | Библиотека им. Н. Костомарова |
| Регион: | Украина, г. Киев |
| Предполагаемая аудитория: | Молодежь (пространство партнерской сети YouthFull) |
| Цели: | Идея Библиохаба заключалась в том, чтобы превратить старые библиотеки г. Киева на культурное пространство. Это очень важно для спальных районов, где не хватает культурных заведений. Именно поэтому было решено создать библиохаб на базе библиотеки им. Н. Костомарова. В библиотеке реализуются цели гражданского образования: избрание лидерского состава молодежных организаций, стратегические встречи по развитию скаутских объединений, ламповые поэтические вечера с пением под гитару, интеллектуальные настольные игры. |

Описание пространства



Проект «Современный библиотечный пространство – БиблиоHUB» начат в 2017 году. На сегодня его участниками стали 7 районов города Киева (Шевченковский, Днепровский, Святошинский, Деснянский, Подольский, Голосеевский и Дарницкий) и 8 библиотек.

МАРОВА БИБЛИОТЕКА И.М. КОСТОМАРОВА

Также с октября 2021 в библиотеке реализуется проект «Финансовая грамотность от Ротари Клуб Киев Интернешенал». Это настольные игры по финансовой грамотности, адаптированные к украинской экономике, на украинском языке. В стенах библиотеки проходят встречи патруля «Виноградные еноты» Скаутского Объединение «Отрада».



Библиотека – это пространство для чтения, общения и реализации креативных идей.



Ламповый вечер – это пение под гитару, общение и декламации стихов. Творческая молодежь должна иметь свободное пространство для общения и генерирования идей, самореализации и развития. Библиотека поддерживает молодежные инициативы гражданских организаций.

История

История библиотеки началась в 1950 году, на массиве Нивки, появившийся на окраине города Киева.

В 1957 году библиотека стала государственной и имела 5000 книг и тысячи посетителей. А в 1960 году библиотека № 10 получила звание «Библиотека отличной работы».

Здание библиотеки построили в 1981 году и с тех пор там не было капитального ремонта.

На сегодняшний день в столице появился еще один реализованный проект 3 Пространства – БиблиоХаб.



Библиотека размещена в отдельном двухэтажном помещении имеет инклюзивные элементы и лифт.

К услугам пользователей 18 компьютеризированные рабочие места (8 стационарных и 10 мобильных), Wi-Fi, новый мультимедийный зал, детская комната.

Преимущества

Кроме современного ремонта, в заведении модернизировано материально-техническую базу и обновлено библиотечное пространство. В результате

пользователи получили библиотеку нового формата – центр социокультурных событий, обучение, досуг.

Для просветительских проектов установлено современное оборудование: 3D-принтер, интерактивная доска и VR-очки.

Установлена новая система вентиляции, заменены все сети, проведения термомодернизации. Обеспечено безбарьерный доступ, для чего установили подъемник на второй этаж. Пол сделан в один уровень, и не имеет выступлений, которые могли бы мешать людям на колясках.

Помещение Библиохабу обустроено новой мебелью и книжными стеллажами, а в читальных залах установлены компьютеры с доступом в интернет.

Результаты и влияние

Библиотека им. Н. Костомарова способствует интеллектуальному, нравственному и духовному развитию молодых людей, популяризации здорового образа жизни, национально-патриотическому воспитанию и реализации творческого потенциала молодежи. Именно поэтому Библиотекой подписан меморандум о партнерстве с Киевским молодежным центром, и библиотека стала партнером организации, которая разделяет ее просветительские стремления и цели.

Куратор и доступность

Организатор - Библиотека имени Н. Костомарова находится по адресу г. Киев, ул. Данила Щербакивского 51-в

2.2. Библиотека имени Ивана Кудри

Юрий Шеляженко (Украина),

магистр права, магистр медиации и менеджмента конфликтов,
кафедра государственно-правовых дисциплин
Университета экономики и права “КРОК”

Название: Библиотека имени Ивана Кудри

Исполнитель: Централизованная библиотечная система Печерского района
г. Киева

Регион: Украина, г. Киев

Предполагаемая аудитория: Местные жители

Цели: Развитие культуры чтения в гражданском обществе; создание мирного комфортного пространства для досуга, общения и распространения знаний; реализация потребностей и интересов читателей; укрепление социальной сплоченности и взаимопонимания; поддержка культурного многообразия, литературного процесса, общественного диалога, свободного и всестороннего развития личности.

Описание пространства





В библиотеке имеется гостевой холл с рецепшеном, читальный/актовый зал на 35-40 мест, компьютерный класс на 4 места со сканером и принтером.

История

С момента основания публичной библиотеки в 1955 году в ней проводится клубная работа, которая всегда опиралась на народную инициативу. После обретения Украиной независимости в 1991 году уменьшилось количество идеологических требований, возникло больше возможностей для проявления самостоятельности и инициативы. В 2005 году в библиотеке был оборудован компьютерный класс с доступом в сеть Интернет. В Библиотеке имени Ивана Кудри регулярно проводятся выставки, концерты и лекции, проводятся образовательные мероприятия в связи с памятными датами, также были реализованы предложения читателей и общественности открыть клуб знатоков “Что? Где? Когда?”, проводить встречи с поэтами, литераторами, психологами и другими интересными людьми, организовать дискуссионную группу.

Преимущества

Читальный/актовый зал оборудован разборным круглым столом, который может быть раздвинут на 5-7 отдельных столов, стульями, креслами-мешками, пианино для исполнения музыки, а также крупнодиагональным монитором для демонстрации аудиовизуальных материалов. В холле есть детский уголок с мягкими игрушками и литературой для детей. Предоставляется бесплатный Wi-Fi доступ к Интернету.

Результаты и влияние

Библиотека является местным культурным центром, вокруг которого сложилось уникальное сообщество читателей и лидеров мнений. Нарботан многолетний опыт проведения культурно-образовательных и развлекательных

мероприятий. Созданы все возможности для того, чтобы гражданское общество собиралось и развивалось, проводя время с удовольствием и пользой в библиотечном пространстве. Проведены лекции на тему украинской, славянской, армянской истории и культуры, литературные встречи на актуальные темы, дискуссионный клуб по тематике философии гражданского общества, выставка документальных фотографий "Волна мира", распространение информационных материалов о противодействии домашнему насилию.

Куратор и доступность

ул. генерала Алмазова, 14, г. Киев, Украина.

Тел. +380-44-285-25-14

biblioteka_kudri@ukr.net

Заведующая библиотекой Борисова Надежда Александровна

eence

eence

eence

2.3. «Альфа Хаб»

Ольга Мельник (Беларусь),

исследователь в области психологических наук,
член правления Восточноевропейской Ассоциации гражданского образования
(EENCE)

Название: Коворкинг центр Альфа ХАБ

Исполнитель: Альфа Банк

Регион: Беларусь, г. Минск

Предполагаемая аудитория: бизнес-клиенты Альфа-Банка и их друзья, коллеги

Цели: место для работы и творчества для бизнес-клиентов Альфа-Банка

Описание пространства



Альфа-Бизнес Хаб – это свободное пространство для работы и творчества для бизнес-клиентов Альфа-Банка.



Многофункциональное пространство расположилось на двух этажах и вмещает до 150 человек. Посетителям доступны Open space, переговорные, конференц-зал (65+ человек), учебный класс (на 25+ человек), современное оборудование, скоростной интернет.



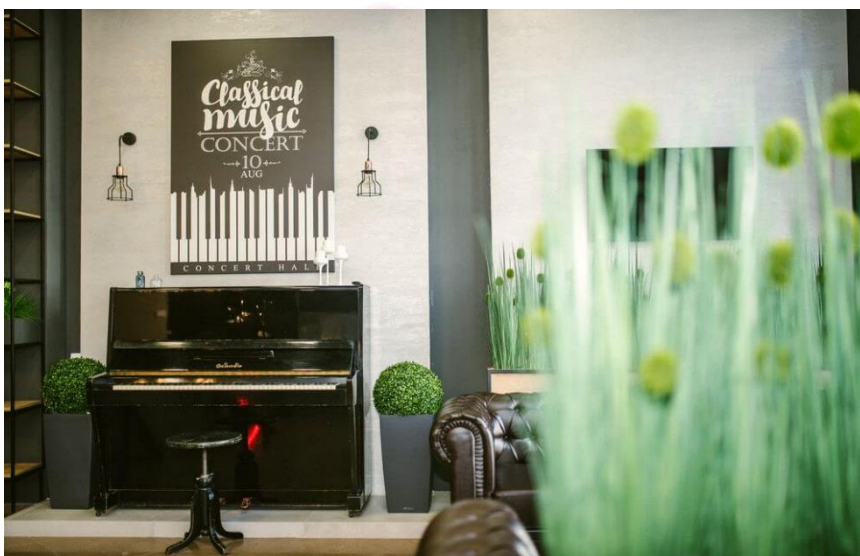
Чтобы можно было отвлечься от работы в Хабе есть и релакс-зоны: кофейня, лаунж, мини-библиотека.

Альфа-Хаб позволяет провести обучение, собеседование, презентацию или встречи с партнерами и единомышленниками,

доступные для бронирования в онлайн.

Помимо этого есть возможность без ограничений пользоваться

Хабом без предварительного бронирования, занимая свободные места самостоятельно. Совершите виртуальный [тур по Хабу](#).



Кроме доступа к бизнес-пространству, Альфа-НУВ предлагает клиентам Альфа-Банка образовательную программу – тематические офлайн- и онлайн-мероприятия, к которым клиенты смогут подключиться из любой точки Беларуси и мира.

В 2019 году в Минске открылся коворкинг для бизнес-клиентов Альфа-Банка. Раньше на месте хаба находился магазин. Поэтому ремонт помещения делался с нуля и в рекордные сроки. Дизайн — полностью внутренняя разработка, его разработал штатный дизайнер. Вместе с тем, вся команда — начиная с поставщиков мебели, людей, которые взаимодействуют с надзорными органами, девелоперов и заканчивая хозяином помещения, — была очень вовлечена.

Таковыми проектами Альфа инвестирует в своих клиентов и продолжает развивать экосистему из нефинансовых сервисов. И представленный хаб — её важный элемент.

Комфортный Альфа-Бизнес Хаб стал логическим продолжением экосистемы, которую строит банк для развития бизнес-сообщества.

«Для нашего банка клиенты — это не количество открытых расчетных счетов, депозитов или выданных кредитов. Это реальные люди — собственники, управленцы. С которыми мы хотим общаться, фиксировать их потребности и точки боли. Потому что банковский бизнес выигрывает, только когда бизнес клиента растет и развивается.

Поэтому достаточно давно мы начали проводить политику прямых инвестиций в наших клиентов. И сейчас стараемся давать им полезные инструменты для развития:

- Несколько лет назад был запущен Клуб Клиентов. Он начинался с дисконтной программы — участники предоставляют друг другу преференции, скидки на товары или услуги, с которыми работают их компании. Затем мы начали организовывать образовательные мероприятия. Это очень ценно: людям важно получать и вдохновение в бизнесе, и практические навыки

- Мы также реализовываем такой интересный интересный проект, как Академия бизнеса. Приглашаем опытных менторов, предпринимателей. Они проводят занятия и мастер-классы: дают прикладные инструменты.

И, проанализировав этот прошлый опыт, мы поняли: возникла потребность в следующем этапе развития отношений. В появлении пространства для бизнеса, творчества, обучения — Бизнес Хаб. Его запуск — логическое продолжение политики прямых инвестиций в бизнес клиента. Абсолютно бесплатно.» *(цит. по Александр Бобко, директор Департамента массового бизнеса, Ольга Солоненко, руководитель проектов по развитию массового бизнеса)*

Теперь же представители бизнеса, которые не имеют собственного офиса, но при этом периодически нуждаются в месте для переговоров, проведения

презентации для партнеров или просто в рабочем месте, чтобы поработать за ноутбуком, могут воспользоваться Альфа-Бизнес Хабом. Хаб может стать убежищем и тех, кому изредка просто нужно сменить обстановку или провести бизнес-мероприятие. Также здесь проводятся различные семинары (в том числе при поддержке банка).

В самом названии «бизнес-хаб» кроется его значение — транспортный узел, место, где пересекаются пути: тут можно назначить встречи, а в перерыве между ними плодотворно поработать.

За время работы минский Альфа-Хаб стал культовым местом для ИП и бизнесменов.

17 ноября 2020 проект «“Альфа-Хаб” коворкинг-пространство» от Альфа-Банка стал победителем в категории “Positive change / Вклад в общество и устойчивое развитие. Бренды” престижной премии в области эффективности маркетинга Effie Awards Belarus (<https://youtu.be/kcZwOJR3oLA>). С 1968 года премия Effie Awards в более, чем 50 странах и на глобальном уровне чествует идеи, которые реально работают, доказывая эффективность маркетинговых коммуникаций для развития бизнеса.

После этого началось дальнейшее развитие проекта. И вот с марта 2021 года такой же спейс доступен предпринимателям города Гродно. Разместился он также в самом центре города. Хаб готов принять до 50 человек. Внутри традиционно есть переговорки, быстрый Wi-Fi, кофемашина для бодрости и 15 метров столов. Одним словом, всё для быстрого решения бизнес-задач и комфорта.

Преимущества

Посетители смарт-зоны смогут решать как повседневные задачи, так и проводить серьезные мероприятия. По сути, сформирована новая экосистема, которая меняет представление о банках и их взаимодействии с клиентом. Теперь, оказавшись в городе, не нужно будет искать место, где можно посидеть в интернете, распечатать отчет или показать презентацию, встретиться с коллегами и просто единомышленниками – всё это можно сделать в «Альфа-хабе» совершенно бесплатно. За время работы минский Альфа-Хаб стал культовым местом для ИП и бизнесменов. Ежедневно в нём проводятся десятки встреч, переговоры бронируются наперёд, а бизнесмены экономят внушительные суммы, ведь бизнес-пространство абсолютно бесплатное. И максимально стильное.

В пространстве можно не только забронировать переговорки и проводить важные (и не очень) встречи, а также приходить работать за удобным столом с эргономичным креслом или посещать бизнес-мероприятия и обучающие семинары,

на которых можно подтянуть знания, например, в интернет-маркетинге и SMM. Клиенты, которые будут работать в хабе, разумеется, станут знакомиться друг с другом, общаться с менторами и преподавателями. И от этого будут обогащаться все: и кто делится экспертизой, и кто ее получает.

Здесь есть место для встреч и место для работы — одному в тишине или целой командой.

Результаты и влияние

Коворкинг – это новый взгляд на отделения банка. Пока все финансовые вопросы бизнеса решаются в мобильном банке, некоторые площадки могут выполнять функции офисов для клиентов Альфа-Банка, а также возможность пообщаться с коллегами и единомышленниками в непринужденной атмосфере.

Куратор и доступность

Организатор - Альфа Банк

Местонахождение Хабов:

Минск, ул. Немига, 5.

Гродно, ул. Ожешко, 6А

2.4. «Fabrika»

Рауф Раджабов (Азербайджан)

востоковед, руководитель Аналитического Центра 3-rd VIEW

Название: Один из главных креативных проектов в Грузии Fabrika

Исполнитель: Управляющая Fabrika Hostel and Suites Анна Сванидзе

Регион: Грузия, г. Тбилиси

Предполагаемая аудитория: Пространство Fabrika уже сейчас лидирует в списке самых актуальных и модных мест в Тбилиси, ее советуют друзьям жители города, ее посещают как местные, так и туристы, а для грузинской молодежи это любимое место встреч.

Цели: Fabrika в Грузии способствуют творческому взаимодействию людей. Кроме того, это «третье пространство» выполняет важные социально-экономические функции. В рамках Fabrika создается много креативных проектов, направленные на функционирование в республике «третьих пространств».

Описание пространства

Авторы идеи: основатели MUA, превратили пустое здание в новое урбанистическое пространство, платформу для молодой либерально-настроенной творческой молодежи, где они могут творить, делиться идеями и претворять свои проекты в жизнь.



Концепция советского дизайна сохранена, но модернизирован внешний и внутренний облик здания, что делает его ярким и современным. Пространство разделено на четкие строительные блоки, образующие прямоугольный внутренний двор.

Бюро МУА постаралось сохранить уникальную атмосферу и дух этого места, оставив непокрытые стены, полы, существующую покраску, старые материалы и декор, где это возможно. Была улучшена доступность и циркуляция внутри здания с добавлением доступа для людей с инвалидностью и заменой инженерных сетей на более современные.

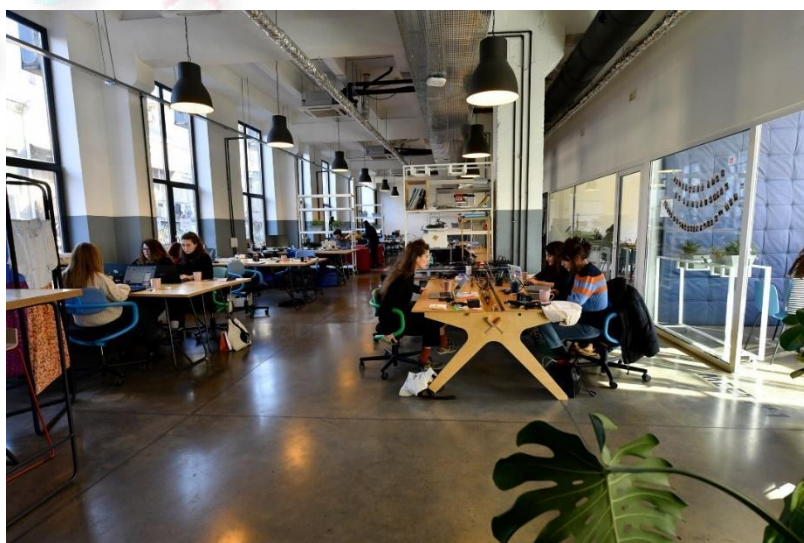
Fabrika – это объединение хостела, co-working-пространства, баров, кафе, дизайнерских магазинов и прочего. Раньше на территории располагалась швейная фабрика, отсюда и название творческого пространства. Фабричные детали теперь используются как элементы декора, а в освободившихся пространствах открылись магазины, кафе, бары, рестораны и большой коворкинг. Следует отметить, что аренда помещения на территории невысока, но надо выдержать длинную очередь и пройти строгий отбор.

Fabrika – пример масштабного и амбициозного проекта, который с 2016 года стал местом молодежной силы. Это много больше, чем гостиница и набор кафе вокруг, а полноценная точка притяжения для тбилисской молодежи, экспатов и путешественников. Днем в холле Fabrika грузины проводят рабочие встречи и обедают, после обеда двор наполняется детьми (они лепят что-то из глины, катаются на самокатах и просто носятся вокруг), к вечеру же подтягиваются тусовщики.

Культурные события в стенах пространства Fabrika происходят на регулярной основе: в мае Fabrika была частью масштабного фотофестиваля [Kolga](#), а за летним расписанием (в том числе и дружественных Fabrika площадок) можно следить в [Facebook](#).

Забронировать номер в хостеле Fabrika можно на [Booking.com](#), а следить за событиями – в [Facebook](#) или на [сайте](#), адрес места – улица Игната Ниношвили, 8.

В последние годы в Грузии стали набирать популярность такие «третьи места», как коворкинг. Коворкинг (англ. - coworking space) – специальное рабочее пространство, которое не является ни офисом, ни домом. Коворкинг может быть большим пространством или быть разделенным на отдельные кабинеты, в любом случае, это удобное место для работы, где можно найти все необходимое: столы, стулья, компьютеры, принтер, доступ в интернет и т.д. Для комфорта посетителей в коворкингах, как правило, предусмотрены зоны отдыха и кафе или кухни. Особой популярностью коворкинги пользуются среди фрилансеров, людей, которые особенно страдают от изоляции во время рабочего процесса и отсутствия коллектива. В коворкинге же возникает деловая, рабочая атмосфера, способствующая креативному мышлению и повышению качества работы.



В Тбилиси создана эффективная сеть третьих мест для фрилансеров. В частности, открыв офисы в Афинах, Вене, Сан-Франциско, Берлине и десятке других крупных городов, международный проект Impact Hub с 2016 года существует и в Тбилиси, предоставляя недорогую и эффективную площадку для творческих людей и стартаперов. Вы можете арендовать рабочее пространство единоразово или приобрести различной наполненности пакеты стоимостью примерно от 10 до 160 долларов.

История

Арт-пространство Fabrika открылась в Тбилиси в 2016 году на месте бывшей швейной фабрики. Примечательно, что в процессе реконструкции и ремонта, сохранилась концепция советского дизайна, в декоративных целях даже оставили островки «ветхой эстетики» — непокрытые стены, полы, советскую покраску, старые материалы и декор.

Здесь расположен хостел, кафе, бутики грузинских дизайнеров, ночной клуб и пространство для общения. Среди местных жителей Fabrika считается одним из самых модных тусовочных мест Тбилиси. Локация пространства в районе Чугурети (застроенный в 19 веке). В прошлом в этом квартале были расположены лавки, магазины, духаны.

Преимущества

Грузинский «коворкинг» включает в себя места, основным видом деятельности которых является предоставление в аренду рабочих мест. Необходимо отметить, что места, позиционирующие себя в качестве коворкингов, есть и в кафе. Однако, у данных объектов предоставление в аренду рабочих мест не является основным видом деятельности, чаще всего речь идет о наличии в кафе доступа в Интернет и розеток рядом со столиком, за которым посетитель может поработать на своем компьютере. Предприятия, работающие в рамках «коворкинга» предоставляют полный спектр офисных услуг.

Результаты и влияние

Fabrika стала местом для общения, поиска вдохновения и сотрудничества, местом, где рождаются новые идеи, где художник находит свое искусство, где ведутся увлекательные беседы с иностранными путешественниками и свободными бунтарскими натурами.

Популярное мировое туристическое издание Big Seven Travel составило список лучших городов для удаленной работы в 2021 году. По версии авторитетного тревел-гида, рейтинг возглавил Таллин. На второй строчке оказался Тбилиси.

Big Seven Travel также отмечает, что в Тбилиси по всему городу можно найти огромное количество кафе, идеально подходящих для полноценного рабочего дня. Кроме того, есть удачные коворкинг-пространства.

Big Seven Travel также напоминает, что в свете пандемии Грузия ввела специальные визы для удаленных работников, позволяющие переехать в страну в нынешних условиях.

Грузинские хостелы не относятся к «третьим местам», т.к. не отвечают критериям, указываемым Рейем Ольденбургом. Классификационно хостелы следует отнести к местам временного размещения, к временному дому, т.е. к «первому месту». Тем не менее, хостелы часто включают в себя кафе, являющиеся «третьими местами», или же сами хостелы являются частью кластеров «третьих мест», например, функционируя при коворкинге.

Культурные события в стенах пространства Fabrika будут происходить на регулярной основе: Fabrika уже была частью масштабного фотофестиваля [Kolga](#), а за летним расписанием (в том числе и дружественных «Фабрике» площадок) можно следить в [Facebook](#).

Куратор и доступность

Адрес: ул. Ниношвили 8, на территории креативного хаба «Фабрика».
<https://www.facebook.com/impacthubtbilisi>

2.5. «TEKWILL»

Вероника Гарбуз (Молдова),
Ph.D., Бельцкий государственный университет "Алеку Руссо"; координатор
программы НГО "Моштениторий"

| | |
|----------------------------------|--|
| Название: | ★ Центр передового опыта в области ИКТ «Tekwill» |
| Исполнитель: | Центр «ТЕКWILL» создан при поддержке Агентства США по международному развитию (USAID) и правительства Швеции через Sida / Шведское агентство международного развития в рамках проекта «Центр передового опыта развития Молдовы в области ИКТ», реализуемого Ассоциацией ИКТ компаний Молдовы (АТИС) в партнерстве с Техническим университетом Молдовы. |
| Регион: | Молдова, г. Кишинев |
| Предполагаемая аудитория: | Молодежь и взрослые из Республики Молдова, интересующиеся ИТ и предпринимательством |
| Цели: | ТЕКWILL это место где люди имеют возможность познакомиться с идеями, ресурсами, наукой и промышленностью, чтобы повысить качество ИТ. |

Описание пространства



Tekwill™
Be great together

Tekwill приносит престиж и влияние технологическому сектору, принимающему университету (UTM) и Молдове, внося непосредственный вклад в экосистему

предпринимательства. Кроме того, Tekwill стремится улучшить навыки, необходимые в ИТ-секторе, тем самым создавая высококачественные и хорошо оплачиваемые рабочие места и удерживая эмиграцию талантливой молодежи. Обеспечивая дальнейший рост технологического сектора, Tekwill поощряет местные стартапы и существующие компании к расширению и привлечению международных ИТ-компаний для инвестирования в Молдову.



Центр Tekwill, расположенный в самом сердце Технического университета Молдовы (UTM), занимает площадь в 4000 м², там есть все необходимое для постоянного роста, от коворкинг-пространств, технических лабораторий (IoT, 3D-печать) и общественных мероприятий.

Tekwill предлагает доступ к 150 коворкинг-площадкам, 12 конференц-залам, 10 офисным помещениям, предпринимательским и общественным мероприятиям, возможность подключения к локальным сетям.

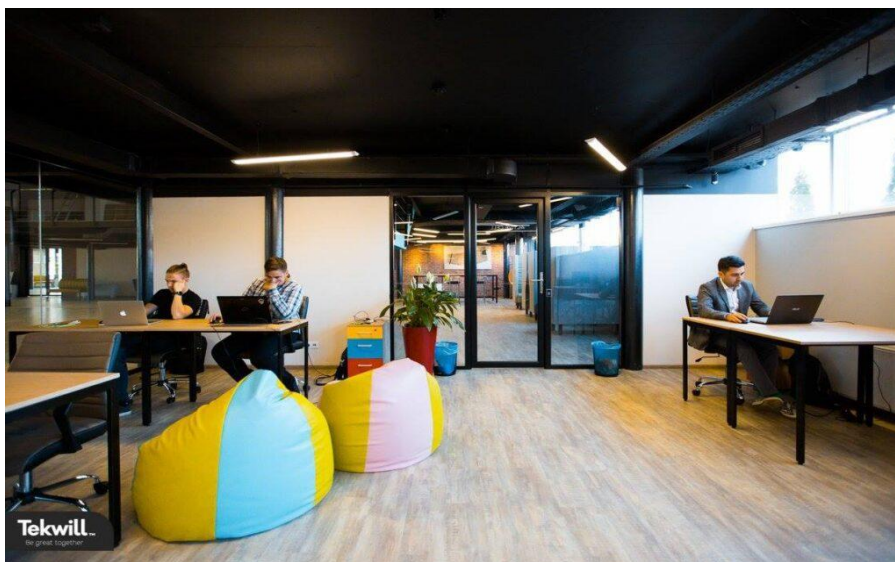


Ежегодно более 1000 человек принимают участие в деятельности и инициативах Tekwill.

Коворкинг

Tekwill Коворкинг – это не только совместное использование пространства. Это возможность делиться энергией и идеями, это и постоянно вдохновляться удивительной сетью энтузиастов, нестандартных мыслителей и потрясающих людей! Это область неограниченных возможностей и реализации самых прекрасных стремлений, где люди, коллегиальные отношения, убеждение, вовлеченность и много страсти вносят свой вклад в повседневные истории успеха.

Это место с международной атмосферой, предлагаемое по системе открытого пространства и имеющее все необходимое для постоянного роста.

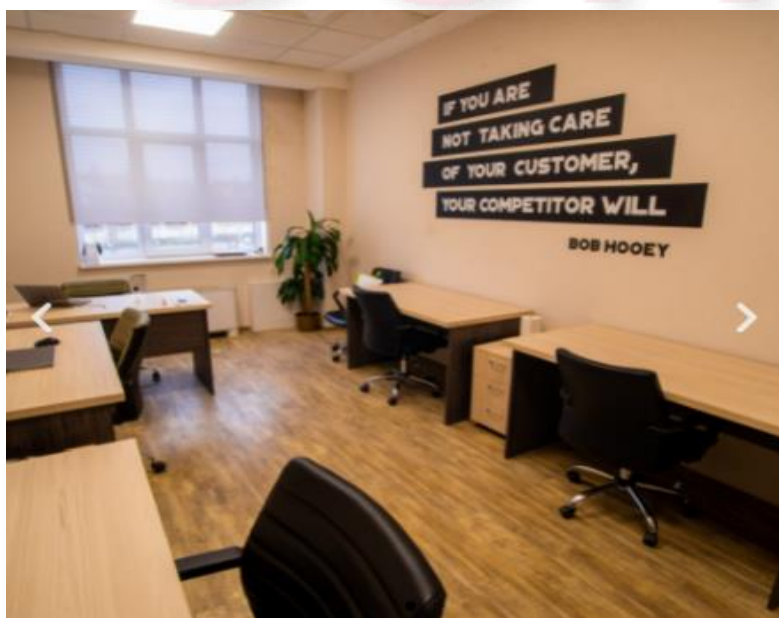


Например, открывая новый малый бизнес, здесь растущие стартапы и фрилансеры могут обнаружить несколько выделенных пространств Hotspot, которые могут быть эффективным решением в начале пути ведения экономической деятельности. Коворкинг спроектирован профессионалами и

отличается высокими потолками, прекрасным естественным освещением и оптимальным климат-контролем. Каждый, кто присоединяется к Tekwill Family, выбрав личный офис или рабочее место в оживленном пространстве для совместной работы, получает бесплатный доступ ко всем подключаемым к нему функциям.

Офисные помещения

ТЕКWILL предлагает удобные помещения для аренды. Офисные помещения бывают 12 типов:



1) Кабинет А - 19,6 кв.м / до 4-х столов;

eence

2) Кабинет В - 36,4 кв.м / до 8
столов;



3) Кабинет С - 20,2 кв.м / до 4-х
столов;

4) Кабинет Е - 18,2 кв.м / до 4-х
столов;

eence





5) Yellow Office - 22,3
кв.м / до 4-х столов;



6) CLOUD - 42,8 кв.м / до 10
столов;

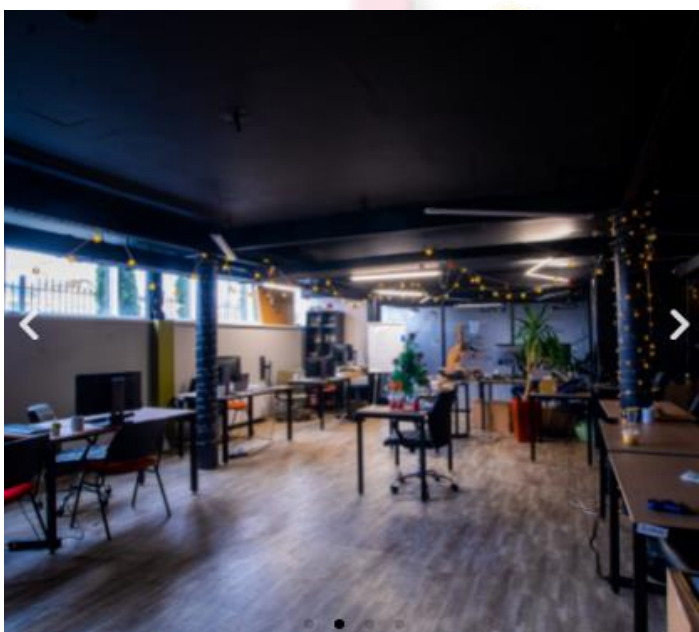


7) Ателье 99 - 35,7 кв.м / до 8
столов;



eence

8) Jobs Room - 55,5 кв.м / до 12 столов;

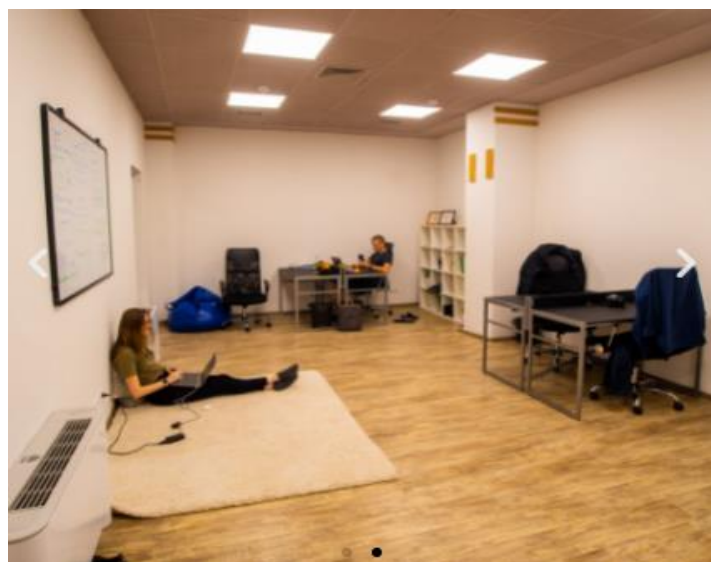


eence

9) Active Cell - 51,5 кв.м / до 10 столов;

10) ESC - 35,5 кв.м / до 8 столов;

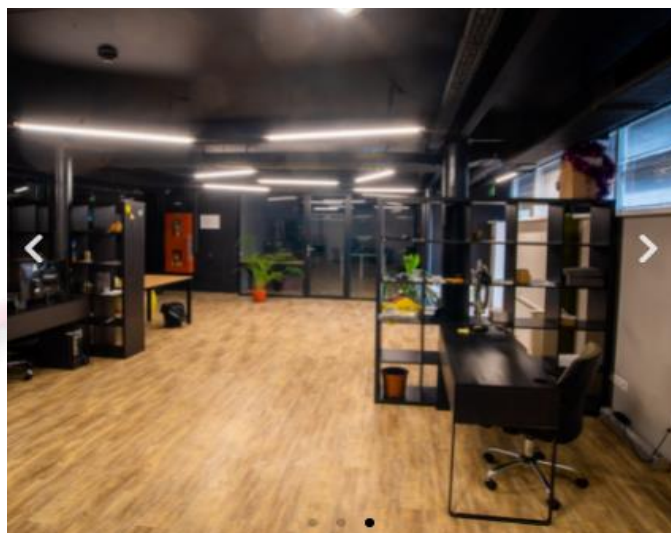
eence





11) iMAC - 70,1 кв.м / до 16 столов;

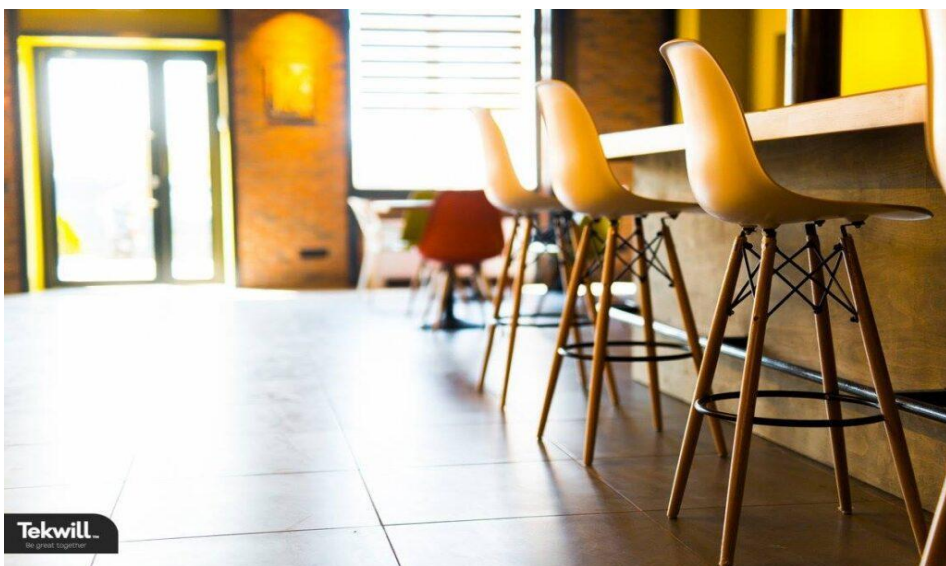
12) Link & Network - 118,8 кв.м / до 20 столов.



Помещение для встреч и мероприятий вмещает до 400 человек. Зал укомплектован мебелью и оборудованием для проведения различных мероприятий.



В центре ТЕКВИЛ также есть необходимые удобства для своих гостей:



Tekwill Café - кафе самообслуживания со столиками для закусок, пространство, которое способствующее продуктивности.

Relax Room - место для медитации, оформленное и обставленное с элегантным вкусом.



Спортивная зона - рабочее место с тренажерным залом и оздоровительным центром на территории. Спортивная зона, направлена на здоровье и работоспособность участников. В основе деятельности центра ТЕКВИЛЛ лежат 3 основных направления:



1) Образование

Образовательная программа Tekwill была создана для того, чтобы помочь преодолеть разрыв между тем что изучается в ИТ-образовании, и тем, что необходимо в отрасли. Tekwill разработал программы для различных целевых групп. Программа направлена на развитие местных талантов в области ИКТ, передачу знаний, содействие лучшему пониманию технологического сектора и заинтересованности в нем, а также поощрение регионального строительства и участия в цифровом сообществе.

На следующем этапе проекта предполагается укрепление существующего потенциала Tekwill, налаживание связи с другими университетами и расширение деятельности до национального уровня. Планируются новые мероприятия, которые позволят превратить Tekwill в стратегический центр Молдовы в том что касается развития творчества, инноваций и роста в секторе ИКТ.

Правительство Молдовы предусматривает создание сети мини-Tekwills вокруг Кишинева и по всей стране, для того чтобы держать в курсе всех основных заинтересованных сторон (академические круги, частный сектор, доноров, правительство) с целью достижения высокого воздействия на экономику в целом.

Еще несколько университетов стремятся стать частью этой инициативы, которая вовлекает частный сектор и партнеров по развитию в модернизацию содержания учебных программ, а также Министерство Образования открыто для продвижения факультативных программ, разработанных Tekwill, чтобы они были доступны в школах в рамках программы „Теквилл в каждой школе”.

Каждая программа будет разработана и адаптирована к условиям региона, школы, университета, участвующего в процессе. Программы будут комплексными, направленными на вовлечение различных целевых групп, таких как дети, женщины, студенты и т. д.

Tekwill стал визитной карточкой и для молдавской промо-сцены, но он может быть намного больше благодаря своему содержанию: Tekwill in Every School, Startup Moldova, Tekwill in Every School Program, Startup Moldova, Tekwill Academy, Tekwill Academy Kids - это программы, которые стали обязательными и уже могут быть признаны абсолютными брендами в области ИТ и STEM-образования в Молдове.

2) Предпринимательство

TEKWILL выступает в качестве основной точки для привлечения стартапов и других заинтересованных сторон в Молдову через свои программы, расширяя и продвигая образовательный и предпринимательский контент по всей стране - сеть, которая будет воспроизводить и продвигать великие достижения, постоянно создавать новые услуги, поощрять новые партнерские отношения, определять новые потоки и устанавливать новые тенденции.

Предпринимательские программы, реализуемые TEKWILL:

- Startup Moldova;
- Accelerators;
- Tekwill Ambassadors Programs | Community.



3) Инклюзия

Эта область содержит два основных направления:

а) *Инициативы по привлечению частного сектора* - относятся к применению информационных технологий в различных областях, таких как: образование, сельское хозяйство, финансовые услуги, здравоохранение, электронная коммерция и т. д.



б) *Tech Women*. Привлечение большего числа женщин к рабочей силе в секторе ИКТ, а также сокращение заработной платы и профессионального дисбаланса остается приоритетом для проекта Tekwill. Вот почему ТЕКWILL поощряет женщин из Республики Молдова к более активному участию в общественной жизни страны, тем самым гарантируя всему миру лучшее будущее. Таким образом, более 42% бенефициаров программ ТЕКWILL - женщины.

Tekwill предоставляет равные возможности для развития и поощряет женщин к изучению информационных технологий и наук, внедрению инноваций, повышению конкурентоспособности и более активному участию в общественной жизни.

Tech Women Moldova пробуждает стремления женщин в Республике Молдова, объединяя множество мероприятий предназначенных для обмена опытом, передачи знаний, программ наставничества, мотивационных конференций, образовательных мероприятий, а также для облегчения доступа к карьерным возможностям, повышения профессионального уровня в области технологий и других смежных областях. Таким образом, Tekwill объединяет женщин-членов сообщества для вдохновения, образования и участия, а также для развития индустрии ИКТ.



История

Tekwill был создан в 2017 году как Центр передового опыта ИКТ-сектора в Молдове с основной целью: привести эту область в соответствие с требованиями XXI-го века.

Для внесения вклада в повышение конкурентоспособности ИТ-отрасли и других стратегических секторов экономики, центр расширил текущие сферы деятельности, став в 2019 году комплексным проектом национального уровня. Основная цель проекта Tekwill как платформы, посвященной прогрессу ИТ-сектора, заключается в обеспечении значительного влияния на экономическое развитие страны за счет улучшения предпринимательских и образовательных возможностей членов общества, а также увеличение потенциала исследований и научных разработок в рамках вузов, в соответствии со спросом ИТ-рынка.

Центр ТЕКWILL будет иметь 3 территориальных офиса: в Кагуле, Бельцах и Комрате.

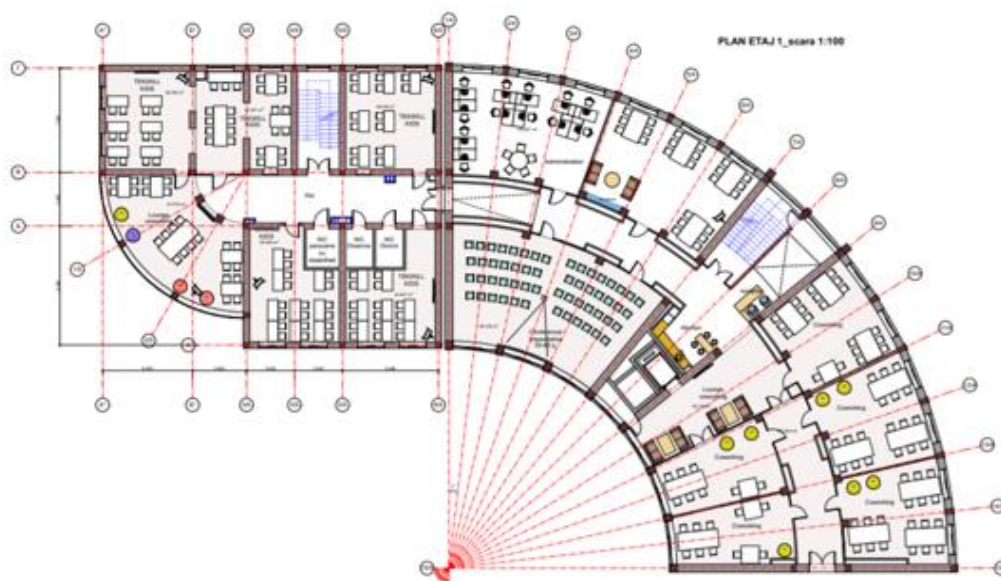
Кагул становится первым региональным «СТАРТ-АП ГОРОДОМ» на юге Республики Молдова.

Согласно грантовому соглашению, подписанному между Ассоциацией Компаний Информационных и Коммуникационных Технологий Молдовы (АТИС) и Швецией 15 сентября 2020 года, в регион будет вложено несколько инвестиций для усиления потенциала цифровой экономики. Это увеличит местную занятость в

сфере ИКТ, будет развивать бизнес, основанный на инновациях, и повысит конкурентоспособность и привлекательность региона.

Центр EU4Innovation - региональный центр передового опыта в области информационных технологий планируется создать в Кагуле. Центр площадью 1500 м² будет развивать несколько местных услуг и около 137 программ и мероприятий, для стимулирования использования технологий.

Центр инноваций и трансфера технологий в Бельцах, при Бельцком Государственном Университете, откроется осенью 2021 года и будет служить инновационным и экономическим ускорителем для северного региона страны, предоставляя студентам и молодым специалистам и бизнес-офисам для стартапов в сфере ИКТ, автомобилестроения, производства модной одежды и других региональных отраслей.



В рамках регионального расширения, Tekwill нанял субподрядную компанию по проектированию будущего Бельцкого центра для согласования с целями проекта, разработал дорожную карту мероприятий по региональному развитию, а также пилотные курсы Tekwill Academy и Tekwill Academy Kids.

В то время как физическая инфраструктура предоставляется и финансируется из источников Национального фонда регионального развития (FNDR) и реализуется ADR Nord, Tekwill взяла на себя обязательство разработать дизайн интерьера с учетом необходимости развертывания своих программ. В рамках проекта Tekwill запланировано благоустройство и отделочные работы по превращению помещения в пространство управляемое Tekwill. Стоимость инвестиций, запланированных для Центра инноваций и трансфера технологий, финансируемых из источников USAID и Швеции, в размере 500 000 долларов США, направляется на оснащение Центра и запланированные отделочные работы.

Tekwill в Комрате. ICTES восполнит пробелы в отрасли за счет образовательной деятельности, вспомогательных услуг и современной технологической среды. Этот центр будет представлять собой сочетание лучших образовательных практик и новейших технологий, направленных на то, чтобы помочь студентам, специалистам отрасли и населению АТО Гагаузия приобрести необходимые ИТ-навыки и разработать новые продукты и идеи, основанные на ИКТ.

ICTES поможет создать обучающую и предпринимательскую экосистему для развития отрасли ИКТ и повышения ее конкурентоспособности. Это будет способствовать росту инноваций, увеличению количества и более высокооплачиваемых рабочих мест, улучшению жизни молдавского народа. Местные власти АТО Гагаузия готовы инвестировать 5 миллионов леев в физическую инфраструктуру, поэтому Tekwill изучает возможность поделиться своими знаниями и предоставить дополнительную техническую помощь в этом смысле.

Центр передового опыта в области ИКТ будет расположен в Комратском государственном университете и откроет свои двери для широкой публики этой осенью. Он организует несколько мероприятий для продвижения использования технологий, программ предпринимательства, ИТ-образования и программ обучения, отвечающих потребностям частного сектора. Инвестиции в оснащение Центра передового опыта в области ИТ будут осуществляться в рамках проекта TEKWILL, а власти Гагаузии, подписавшие Меморандум, обязались построить и отремонтировать центр за свой счет.

Преимущества

Создание и консолидация ICTES как института

Поскольку проект считается одним из крупнейших государственно-частных партнерств, ключевым моментом его успеха является обеспечение надлежащего вовлечения в процесс всех заинтересованных сторон:

TEKWILL был разработан как национальное государственно-частное партнерство между Правительством Молдовы, USAID, Microsoft и IBM, для удовлетворения потребностей отрасли ИКТ, восполнения дефицита человеческого капитала, а также поддержки развития экосистемы предпринимательства.

Развитие потенциала в сфере труда, связанного с ИКТ

TEKWILL приносит престиж и влияние в технологический сектор, принимающий университет (UTM) и Молдову, внося непосредственный вклад в экосистему предпринимательства. Кроме того, Tekwill стремится улучшить навыки, необходимые в ИТ-секторе, тем самым создавая высококачественные и хорошо оплачиваемые рабочие места и удерживая эмиграцию талантливой молодежи. Обеспечивая дальнейший рост технологического сектора, Tekwill поощряет местные стартапы и существующие компании к расширению и привлечению международных ИТ-компаний для инвестирования в Молдову.

Приносит престиж и влияет на технологический сектор и Молдову

Проект TEKWILL внес значительный вклад в создание репутации Кишинева как центра, ориентированного на ИТ. В 2020 году за поддержку ИТ-сектора, Кишинев был назван городом года в Юго-Восточной Европе. Столица Молдовы получила награду, опередив такие города, как Тбилиси и София, на одном из самых важных мероприятий в этой области, таком как «CEE Business Services Summit and Awards», проведенный в 2020 году в Варшаве, Польша.

Поощрение предпринимательства

TEKWILL поощряет местные стартапы и существующие компании к расширению и привлечению международных ИТ-компаний для инвестирования в Молдову, тем самым способствуя росту сектора. TEKWILL основан на убеждении, что для того, чтобы быть экономически конкурентоспособными в ближайшие годы, молдавские стартапы и новаторы должны начать внедрять и создавать революционные технологии уже сегодня. Следовательно, это сообщение было закодировано в имени центра; «Тек» - для технологий и «will» - будущее.

Результаты и влияние

TEKWILL - это новаторский подход к проведению полезного и приятного времяпрепровождения в современном и хорошо оборудованном пространстве. Молодые люди и взрослые из Кишинева, а также из регионов, приезжают в TEKWILL с удовольствием, чтобы узнать новое, открыть для себя профессии будущего, а также провести день с максимальной эффективностью.

Куратор и доступность

Организатор - Молдавская Ассоциация Компаний ИКТ (АТИС) в партнерстве с Техническим Университетом Молдовы.

Местонахождение Центра «ТЕKWILL»:

Молдова, Кишинев, ул. Студенческая, 9/11.

Библиографические ресурсы

- 1) <https://tekwill.md/about/>
- 2) <https://www.coworker.com/moldova/chisinau/tekwill>
- 3) <https://diez.md/2017/03/17/video-fost-inaugurat-tekwill-spatiul-ce-va-gazdui-inovatia-si-excelenta-republica-moldova/>

2.6. «Культурный центр «Чайный дом»»

Рауф Раджабов (Азербайджан)

востоковед, руководитель Аналитического Центра 3-rd VIEW

Название: Культурный центр «Чайный дом»

Исполнитель: Директор Фазиль Гасанов

Регион и контекст: Грузия, г. Марнеули

Предполагаемая аудитория: Молодежь

Цели: Повышение культурной осведомленности и обучение молодежи

Описание пространства



национальной кухни.

Следует отметить, что архитектурный проект «Дом чая» в 2013 году в Лондоне стал обладателем престижной премии «European Property Awards» в номинации «Социальная архитектура».

На территории «Центра» установлены памятники Низами Гянджеви и Шота Руставели.

Жили они примерно в одно и тоже время – 12-13 века. В честь первого называют главные улицы в городах Грузии, в честь второго – в соседнем Азербайджане.

История

12 сентября 2012 года Президент Грузии Михаил Саакашвили и Президент азербайджанской госкомпании SOCAR Ровнаг Абдуллаев приняли участие в церемонии открытия культурно-развлекательного центра «Чайный дом» в Марнеули, где компактно проживают азербайджанцы.

6 ноября 2015 года Президент Азербайджана Ильхам Алиев и Президент Грузии Георгий Маргвелашвили ознакомились с учебным центром «Чайный дом» в Марнеульском районе.

Проект реализован на основе Меморандума, заключенного между Грузинским представительством SOCAR и Марнеульским молодежным центром.



Преимущества

В течение года в многофункциональном учебном центре молодежи из Марнеули, Болниси, Дманиси и Гардабани бесплатно преподаются грузинский, английский и французский языки. Здесь также функционируют шахматные курсы, танцевальный кружок и курсы коворкчества.

Результаты и влияние

Поскольку азербайджанцы в Грузии тесно связаны со своим родным языком, грузинский язык остается вторым. Но сегодня большая часть населения заинтересована в знании государственного языка. Примечательно, что азербайджанская молодежь региона Квемо-Картли изучает в Центре грузинский язык, а затем продолжает свое обучение на государственном грузинском языке.

Куратор и доступность

Грузия, Мцхета, ул. Коставы, 12.

2.7. «Бакинский книжный центр»

Рауф Раджабов (Азербайджан)

востоковед, руководитель Аналитического Центра 3-rd VIEW

Название: Бакинский книжный центр

Исполнитель: Директор, писательница Гюнель Рзаева

Регион и контекст: Азербайджан, г. Баку

Предполагаемая аудитория:

Основная часть посетителей Центра – молодежь: студенты, школьники, дети. В Центре имеется специальная детская зона, в которой можно хорошо провести время родителям с детьми. Там есть удобные подушки, где можно не только почитать сказки, но и полежать.

Цели:

По инициативе первой леди Мехрибан Алиевой для Центра было приобретено оборудование Брайля. Это ценное оборудование позволяет Центру проводить социальные акции для детей с нарушениями зрения. Дети приезжают вместе со своими воспитателями, прогуливаются по залам и радуются, что оказались здесь. Некоторые из них, воспользовавшись оборудованием Брайля, читают и делают это очень даже неплохо, и все благодаря увеличивающемуся шрифту на экране. Те же, которые вообще не видят, читают книжки по методике Брайля. Таким образом, дети не чувствовали себя в отрыве от общества, а наоборот, были в центре внимания.

Описание пространства



и какие тут собраны книги, уже не хотят уходить.

Центр расположен в центре города Баку, в старинном здании, на пересечении самых популярных пешеходных улиц столицы Азербайджана. Благодаря этому с первого дня у Центра высокая посещаемость. Всех привлекает это большое, красивое и необычное здание, и проходящие мимо люди вначале просто заходят, чтобы посмотреть, что здесь, а потом, видя все это великолепие

В частности, Клуб любителей литературы Баку «Books, not guns» проводит в Центре свои встречи, и это прекрасная возможность для людей всех возрастов присоединиться к команде профессиональных книголюбов и стать свидетелями их бурных и интересных обсуждений, узнать много нового и при желании пополнить ряды членов клуба.



На втором этаже Центра имеется уголок для слабовидящих людей, для которых созданы самые благоприятные условия.

В Центре можно заказать любую книгу. Для этого нужно всего лишь оставить запись с указанием книги и ее автора в журнале заказов у кассовой стойки.

Полную информацию об имеющихся в Центре книгах можно получить, воспользовавшись электронной системой поиска. Вся информация выводится на сенсорный экран. Таким же образом можно узнать обо всех новинках на книжных полках.

В Центре готовят прекрасный кофе, где готовят фирменный десерт «Босток» из миндальной муки. Кстати, цены в кафе приятно удивляют.

В Центре имеется возможность потренироваться в знании иностранных языков. Каждую субботу здесь проводится Conversation Club, где можно серьезно подучить не только английский, русский и азербайджанский языки, но и французский, немецкий и др.



История

Бакинский Книжный Центр создан в 2018 году, но уже лидирующий в рейтинге самых знаковых и культовых заведений Баку. <https://bakubookcenter.az/ru/contacts>

Бакинский книжный центр был открыт по инициативе Фонда Гейдара Алиева и первого вице-президента Азербайджана Мехрибан Алиевой. Его площадь составляет 2500 квадратных метров.

Преимущества

Современные «третьи места» для Азербайджана не менее важнее чайханы. Тем более, что сегодня количество подобных заведений растет в геометрической прогрессии. Современная азербайджанская молодежь все чаще предпочитает кафе чайхане, и не только досуг является их мотивацией: творчество, деловые переговоры, обучение, знакомства, фриланс – все это постепенно переходит в кафе. Кафе приобрели свою конкретную направленность, востребованная в современном мире.

Несмотря на разнообразие стилей вышеуказанных кафе, их объединяют значимые для бакинцев и гостей столицы Азербайджана факторы. Свободное общественное пространство противостоит прессингу мегаполиса, его нервозности и многозадачности, дает возможность сбалансировать энергию человека. Непринужденная обстановка нивелирует статусные роли, уравнивая посетителей (и мужчин, и женщин) в сочетании отдыха, рабочих моментов и трапезы. Другими словами, атмосфера кафе дает возможность каждому быть самим собой.

Кафе – одна из немногих локаций города Баку, где синтезируется ценность живого общения людей и где таятся безграничные возможности для развития креативного класса азербайджанской молодежи.

В Бакинский Книжный Центр заходят, чтобы за чашкой чая, в приятной обстановке провести время, читая книги, без запретов или ограничений. Посетители Центра могут взять любую книгу с полки, сесть и почитать ее столько, сколько им угодно. Никто не ставит лимитов по времени или каким-то изданиям, и не обязательно при этом что-то покупать.

Помещение Центра поделено на сектора, и никто никому не мешает. Первый этаж шумный, там находится кафе, кассы. Второй – это тихие зоны, где есть образовательная для студентов, где они что-то пишут, читают. В Центре имеется зона встреч с писателями, с роялем для музыкальных вечеров, место общения клуба книголюбов. В уютной детской зоне малыши могут взять книжки и листать их вместе с родителями.

Результаты и влияние

Молодежь читает главным образом на азербайджанском, государственном языке. Тем не менее, много читающих и на английском и русском языках. Особенно популярен Центр у молодежи. Примечательно, что среди писателей огромной популярностью пользуется Джордж Оруэлл.

В Центр можно идти не только за покупкой книг. Периодически здесь организуют интересные мероприятия, встречи с деятелями культуры и искусства, презентации книг, литературные и музыкальные вечера. Более того,

литературные чтения и тематические мастер-классы. Вход на большинство таких мероприятий – свободный.

К сожалению, последние полтора года в связи со сложившейся пандемической ситуацией в стране и в мире в целом, Центр находится в карантинном режиме, и массовые мероприятия отменены.

Доступность

Азербайджан, г. Баку, ул. Узеира Гаджибейли, 5; ул. Гоголя, 2



2.8. «Сеть книжных магазинов «Али и Нино»»

Рауф Раджабов (Азербайджан)

востоковед, руководитель Аналитического Центра 3-rd VIEW

Название: Сеть книжных магазинов «Али и Нино»

Исполнитель: Директор Нигяр Кочарли

Регион и контекст: Азербайджан, г. Баку

Предполагаемая аудитория: Молодежь

Цели: Приобщить большее количество людей к чтению. Открывать новые книжные магазины, разрабатывать и проводить мероприятия, которые будут способствовать максимальному вовлечению населения, особенно детей и подростков, в процесс чтения, формированию и поддержанию интереса к книге, любви к литературе.

Описание пространства с фото (организатор (лого) + интерьер)

В книжном клубе постоянно проходят встречи с писателями, проводятся презентации книг. Н. Кочарли основала книжную премию.



Ушедшие образы. Красивые люди, красивая эпоха.

В единственном book-кафе также проводятся литературные вечера и встречи с известными людьми. В Баку на улице Зейналабдина Тагиева расположено кафе «Али и Нино» - дореволюционные буржуазные гостиная и будуар, наполненные светом, уютом и незабываемым ощущением утерянного времени. Винтажная мебель, антикварные предметы, старинный граммофон, на стенах – портреты. Аристократы в котелках, беки в папахах, женщины в шляпах, дети в матросках, генералы с

На втором этаже – спальня Нино. Резной ажурный балкончик, старинное трюмо, антикварные рамка и флакон из-под духов, портьеры, приглушенный свет, птичья клетка, торшер, книги. Насладитесь кухней кафе. По утрам вас ждет свежемолотый ароматный кофе, днем – вкусный и сытный ланч всего за 5 манат, вечером – романтический ужин при мягком свете свечи.

История

В 2005 году возникла идея открыть полноценный книжный магазин по роману Курбана Саида «Али и Нино». На сегодня сеть «Али и Нино» - это магазины, издательский дом и первый в Азербайджане книжный интернет-магазин. В виртуальном магазине (www.alinino.az) выложено более 4 тысяч книг с самой подробной информацией и аннотацией. Среди книг – издания на азербайджанском, русском и английском языках.

На сайте размещены книги самых разных жанров – от детективов до философских трактатов. Каждый день десятки новинок поступают на виртуальные книжные полки интернет-магазина. Легким нажатием кнопки вы можете выбрать и приобрести любую понравившуюся вам книгу – она будет доставлена Вам в течение одного дня, если вы житель Баку, и в течение нескольких дней – в регионы Азербайджана.

Н. Кочарли очень хочет, чтобы в сети появился большой трехэтажный магазин, где модно было достойно представить все продукты, которые тщательно отбираются. Место, где можно было бы посидеть, отдохнуть, в котором могли бы поиграть дети. Это ее мечта, и она к ней идет.

Преимущества

Личные правила ведения бизнеса Н. Кочарли: во-первых, быть честной по отношению к себе, коллективу и покупателям. Во-вторых, быть гибкой и уметь быстро перестраиваться под реалии. В-третьих, уметь слушать людей.

Правда, пандемия COVID-19 меняет мир и вместе с тем его будущее. Учиться и работать мы можем из дома. Однако, мы не готовы жить в «каменном склепе» собственной квартиры.

Поэтому именно неправительственные (или некоммерческие) организации ((НПО) либо (НКО) могут использовать потенциал «третьих пространств». Ведь потребность в третьих пространствах сохраняется и сегодня.

На фоне пандемии COVID-19 куда податься сегодня пресыщенному городскому жителю? Вариантов не так много по причине ограничений. К сожалению, пространства НПО (либо НКО) сегодня не могут стать третьим пространством из-за закрытости. Если представить себе НПО (либо НКО) с по-настоящему «открытыми дверями», то реальная трансформация общественной организации в третье пространство неизбежна.

Тем самым, со временем третьи пространства трансформируются в универсальные места взаимодействия с НПО (либо НКО). В них, как и

традиционные трети пространства, можно будет пойти, чтобы послушать лекцию, выпить чай, кофе и почитать книги. А еще найти и предложить помощь.

Результаты и влияние

Сеть «Али и Нино» – это симбиоз любви к чтению, желания изменить мир к лучшему и стремления построить удачную бизнес-модель.

Одной из своих самых больших ошибок Н. Кочарли отмечает книжное кафе, которое оказалось убыточным.

Доступность

Азербайджанская Республика, г. Баку, ул. 3. Тагиева, 19 (Площадь Фонтанов), <https://alinino.az/>

2.9. Спорткластер

Игорь Фольварочный (Украина),
доктор педагогических наук, доцент,
кафедра психологии и педагогики Национального университета физического
воспитания и спорта Украины

Название:

Спорткластер (урбан-парк, беговые и велодорожки, локации для занятий TRX, кроссфитом, йогой и фитнесом, зоны с тренажерами для силовых и кардиотренировок, столы для настольного тенниса, бассейн с трамплином).

Исполнитель:

Компания по трансформации городских пространств Big City Lab вместе с соавтором плана развития – литовским урбанистом Тадасом Йонаускисом

Регион и контекст: Украина, г. Киев

Предполагаемая аудитория:

Частью пространства Спорткластера является Street Culture Hub, который объединяет сообщество уличных культур из разных городов Украины, а также известных атлетов, артистов и различные команды.

Цели:

Безбарьерности уделялся особый приоритет в процессе разработки концепции спортивного кластера.

Описание пространства

Философия спорткластера ВДНХ – в создании кросс-культурной среды для молодежи, включая спорт, арт, музыку, различные уличные культуры. Кластер был создан на принципах уважения к природе, безбарьерности, визуальной красоте.



Разработкой спорткластера занималась команда архитекторов из четырех стран, специализирующихся на публичных пространствах и уличных культурах, а также привлекли сообщества киевских

спортсменов, любителей, посетителей ВДНХ, чтобы создать наполненное жизнью пространство.

Урбан-парк начал свою работу в конце лета 2021 года. Это пространство предназначено прежде всего для активных занятий уличными культурами, проведения батлов и джемов, реализации спортивных проектов и медийных мероприятий.



Важной частью пространства стал Street Culture Hub, который объединил сообщество уличных культур из разных городов Украины и известных атлетов, артистов и разнообразные команды.



Чтобы можно было отвлечься от работы в Хабе есть и релакс-зоны: кофейня, лаунж, мини-библиотека.

История

Спортивный кластер имеет самую большую и самую спортивную инфраструктуру в стране.

В 2021 году проект реализован на территории 11 гектаров, в целом же спортивный кластер ВДНХ, согласно концепции, занимает 22 гектара. Появление такой локации очень важно для города – это прекрасная возможность для киевлян оставаться спортивными и здоровыми, даже не тратя лишних средств на фитнес-клубы.

Общую концепцию спортивного кластера формировали с учетом данных из исследования массового спорта в Киеве, а также данных опроса профессиональных спортсменов, представителей уличных культур и посетителей Экспоцентра.

В инфраструктуру Кластера попали: беговые и велодорожки с профессиональным покрытием, локации для занятий TRX, кроссфитом, йогой и фитнесом, оборудованные зоны с тренажерами для силовых и кардиотренировок, столы для настольного тенниса, бассейн с трамплином, баскетбольные и футбольные площадки, скалодром, бетонный скейт-парк и другие локации.

Преимущества

Здоровье – самый ценный ресурс, который есть у человека, и оно обязательно должно стать новым трендом Украины. Именно поэтому президентские программы «Великое строительство» и «Здоровая Украина» предусматривают обустройство современных спортивных площадок во всех регионах Украины.

Результаты и влияние

Спорт и здоровье становятся новым трендом в Украине.

В дальнейшем предполагается создавать такие спортивные объекты в каждой области страны.

В рамках программы «Здоровая Украина» планируется создание 873 «активных парков» и современных спортплощадок со свободным доступом для каждого в различных населенных пунктах страны.

Куратор и доступность

Президентские программы:

«Великое строительство» и «Здоровая Украина»

Местонахождение Спорткластера:

Киев, Общественное место отдыха Проспект Академика Глушкова 1, ВДНХ.

2.10. «Винный завод №1»

Рауф Раджабов (Азербайджан)

востоковед, руководитель Аналитического Центра 3-rd VIEW

Название: Винный завод №1

Исполнитель: Директор по развитию завода Вероника Баранова

Регион и контекст: Грузия, г. Тбилиси

Предполагаемая аудитория: Уникальность Винзавод №1 состоит в том, что здесь собираются «сливки сливок» не только грузинского общества.

Цели: Это самая модная тусовка Тбилиси: местные жители, люди, которые родились буквально в соседних домах, т.е. в районах Вере и Ваке, и жители города, которые прекрасно знают свой город от и до. И для них создали такую совершенно новую атмосферную локацию, где они могут провести свой досуг.

Описание пространства



Винный завод №1 если в прошлом считался местом исключительно с производственной функцией, сегодня Винзавод №1 стал одним из самых модных мест города – пространством не только для приятного досуга, на территории Винзавод №1 представлены огромное количество хостелов, отелей, барбер-шоп, кафе, баров, фермерских лавок и концептуальных магазинов одежды, посуды, мебели и украшений, а также художественных студий и мастерских, коворкингов и школа творческого образования. Плюс здесь постоянно проводятся выставки, концерты, мастер-классы для детей и взрослых, воркшопы и другие развлечения.

Большая территория позволяет перемещаться из заведения в заведение.

На территории Винзавод №1, площадь которого составляет около 4 тысяч квадратных метров, представлено множество гастрономических проектов, при этом здесь вы встретите не только грузинскую кухню, но и итальянскую и мексиканскую. Кроме того, маленькая пекарня, кулинарная школа, стритфуд внутри старинных винных бочек, винтажный бар, цветочный, винный и фли-маркеты, кинотеатр под открытым небом, концепт-стор и шоурум грузинских дизайнеров, арт-студия и компактный спортзал.

Следует также, что Винзавод №1 в 20 веке привлекал многих художников и



режиссеров страны и всего Советского союза. К примеру, в его стенах в 1966 году был снят знаменитый фильм Отара Иоселиани «Листопад».

Сейчас на территории завода можно найти уникальный экспонат – большую деревянную винную бочку №49 («GENIUS LOCI», что в переводе с латинского значит «Гений места»). Она посвящена режиссеру Отару Иоселиани.

Иными словами, Винзавод №1 и сегодня в полную грудь дышит искусством. Большинство кафе-баров, духанов и ресторанов названы в честь культовых фигур грузинской культуры. Здесь проводятся светские вечеринки, необычные выставки, фестивали вина и кино. Одним словом, это успешный пример превращения истории в моду.

История

В 19 веке, в 1894-1896 годах, в одном из старейших районов Тбилиси – Вере – Александр Озеров, рожденный в Грузии известный архитектор русского происхождения, спроектировал и построил уникальный в своем роде завод по заказу князя Давида Сараджишвили.

Винзавод №1 благополучно работал до 80-х годов 20 столетия, пока не пришел в полный упадок.

В 2017 году группа частных инвесторов, из трех стран – Израиля, Великобритании и России задумала возродить Винный завод как привлекательное пространство для туристов со всего света, так и для местных жителей. При этом, инвесторы полностью сохранили здание Винзавода и внутреннюю территорию.

Преимущества

Известно, что энотека Винзавод №1 до Гражданской войны насчитывала 120 тысяч бутылок вина. Самое старое из них датировалось 1810 годом.

Сегодня этот погреб – это одно из самых загадочных и мистических мест Винзавод №1. От той винной коллекции сохранилась только треть богатства. Старинные, лохматые от пыли и винного грибка бутылки не могут не впечатлить.

Дорогие винные бутылки хранятся в погребе при постоянной температуре 18 градусов.

Но истинная жемчужина коллекции Винзавод №1 – это, безусловно, образцы из личного погреба Наполеона Бонапарта и любимые вина из Крымской коллекции Иосифа Сталина.

В путеводителе по Тбилиси издания 1957 года этому заводу уделено несколько страниц. В частности, что о нем пишут: «Завод бережно изучает и использует в своей деятельности богатейший опыт виноделия Грузии, других республик Советского Союза, а также зарубежных стран».

После революции предприятие перешло в собственность государства. Рассказывают, что после этого коллекцию вин прокляли потомки князя Сараджишвили. Ведь им после национализации так ничего и не досталось. Зато продукцией завода заинтересовался И. Сталин.

Если со Сталиным все понятно, то старые запасы коньяков Бонапарта, говорят, попали сюда благодаря одному русскому генералу, перехватившему обоз полковника при отступлении последнего из Москвы.

Здесь также сохранилась венгерская водка 16 века и другие неповторимые экземпляры. Так что коллекцию тбилисского завода смело можно назвать одной из самых редких в мире.

Результаты и влияние

Управляющая компания Винзавод №1 активно развивает образовательную (в том числе Школа сервиса и «хоспиталити» только зарождается, и эта сфера нуждается в учителях высокого класса. Необходимо объяснять молодым специалистам, что у их профессии есть будущее, что из рядового официанта ты можешь стать управленцем с именем и высоким окладом), и экспозиционную часть – это все, что связано с современным искусством, дизайном, поэзией, литературой и музыкой. Основная идея галереи: оказать воздействие на общество Тбилиси через искусство Южного Кавказа. Вместе с выставками современного искусства в пространстве проходят многочисленные образовательные и культурные мероприятия, связанные с историей Грузии, Тбилиси и Южного Кавказа. Внутри галереи создано особое арт-пространство, которое переносит посетителей в прошлое. А еще здесь гениальный выбор книг о Грузии и о грузинском фотоискусстве.

В будущем на территории Винзавод №1 планируется осваивать и детский досуг для разных возрастных категорий.

Доступность

Грузия, г. Тбилиси, ул. Петриашвили, 1

2.11. «Chay Evi 145»

Рауф Раджабов (Азербайджан),
востоковед, руководитель Аналитического Центра 3-rd VIEW

Название: «Chay Evi 145»

Исполнитель:

Регион и контекст: Азербайджан, г. Баку

Предполагаемая аудитория:

Аудитория классической чайханы – главным образом мужское население Азербайджанской Республики.

Аудитория современных «третьих мест» - азербайджанская молодежь обоих полов.

Цели:

Популярность чайханы связана с тем, что там человек не отвлекается от главного – общения, раскованного, живого разговора. «Пойдем посидим», - говорят, встретившись, бакинцы. И без слов ясно куда – в чайхану. Примечательно, что чайхана располагается на бульваре, рядом с гостиницей или вокзалом.

В чайхане раскрываются такие черты характера азербайджанца, как простота и добродушие. Склонность к созерцательности, расслабленности, компенсируемая, как и у других восточных народов, повышенной коммуникабельностью и надежностью в личных отношениях.

Ведь чайхана – место для философских разговоров и обсуждения жизненно важных проблем. В чайхане не спорят, в чайхане ищут истину. В чайхану ходят серьезные люди, они выпивают не одну чашку чая перед тем, как что-то сказать. Тему в чайхане может задать любой участник. В том-то состоит и мудрость, и демократизм чайханы, что здесь никого ни к чему не принуждают.

Иными словами, чайхана в Азербайджане – настоящий демократический институт. Где еще одинаковое времяпрепровождение может объединить ответственного госслужащего и простого рабочего, профессора и студента, азербайджанца и иностранца?

Описание пространства

В Баку в VIP-чайханах, держащих марку заведения, можно заказать различные восточные сладости, сухофрукты, различные варенья – ореховое, тутовое, розовое, кизилковое, арбузное, баклажанное, малиновое, дынное и т.д.

(более 60 сортов). А любителям древних обычаев могут предложить покурить кальян и расслабиться. Сейчас эта услуга набирает популярность.

В чайхане много молодых людей. Это говорит о том, что традиции азербайджанцев продолжают. Чайхана – это то место, где передаются эти традиции своеобразным способом.

Летом чайханщики выносят столики на свежий воздух. В большинстве чайхан можно не только освежиться чаем, утолить жажду, но и поиграть в нарды, шахматы, домино. В некоторых заведениях, где от посетителей нет отбоя, за эти услуги взимают отдельную плату. А там, где посетителей немного, наоборот, настольными играми привлекают клиентов и денег за это не берут. Лишь бы играли! А за многочасовой игрой и чай закажешь, а к нему и сладости.

И еще одна характерная черта азербайджанских чайхан: чай могут отпустить бесплатно неимущим, в особенности старикам, да и вообще человеку, который говорит, что у него нет денег. К счастью, материальное положение подавляющего большинства граждан Азербайджана позволяет провести несколько приятных часов за размеренным чаепитием и приятным общением в кругу друзей и получить массу удовольствий.

История

Азербайджанская интеллигенция в 19-20 веках ходила в чайхану, обсуждала проблемы нации, национального движения, а также международные проблемы. В чайхане нет ограничений и запрета, поскольку обычно за стаканом чая сидят друзья и близкие люди.



Чайхана конца 19 – начала 20 веков

В Азербайджане в 19-20 веках именно чай считался самым популярным напитком, а не спиртные напитки. В конце 19-го – начале 20-го года 20 века было издано много газет и журналов, их выпустили азербайджанские интеллигенты. После работы они выходили на Бакинский бульвар, на берег моря, и они сидели за стаканом чая, обсуждали настоящее и будущее Азербайджана.

Закономерно, что в Азербайджане начала 20 века чайхана стала местом обсуждения передовых идей. К 1918 году те, кто обсуждал в чайхане порочность российской монархии, добились провозглашения Азербайджанской Демократической Республики (АДР).

После оккупации АДР 11-й Красной Армией одним из первых шагов советской власти в борьбе с чайханой была попытка использовать ее в идеологических целях.

Даже термин возник «красная чайхана», родственный «красной избе» в России. На столиках рядом с «армуды» (чайными стаканчиками) появились газеты, перед посетителями выступали лекторы. Чайхана первой обзавелась «лампочками Ильича» задолго до того, как они появились в жилых домах.

Однако чайхана, к счастью, так и не трансформировалась в советский «агитклуб». Поэтому «красная чайхана» в Азербайджане не прижилась. Ведь чайхана в Азербайджане была чем-то вроде собрания общины, где обсуждали наиболее насущное. В сельских территориях собраться было больше негде. Где еще обсуждать общие проблемы? На улице без разрешения советских властей собираться запрещалось. А в центре села стояла чайхана, и она была своеобразным мужским клубом. Женщин туда приглашали в редких случаях. В чайхане, как правило, заседали аксакалы (старейшины) и другие мужчины поселка.

Хотя, вскоре появились уже специфические советские учреждения – дворцы культуры, комсомольские кафе и прочее в этом же роде.

Чайхана же по мере формирования в азербайджанском обществе почвы для диссидентства становилась местом, где можно было говорить все что угодно. И когда советские власти осознали это, начались гласные или негласные гонения главным образом на городскую чайхану. Сельская чайхана в Азербайджане в силу своей ограниченной аудитории не представляла опасности советским властям.

К примеру, по рассказам повидавших жизнь коренных бакинцев, накануне открытия кафе «Садко» на приморском бульваре 1-й секретарь горкома партии Баку самолично выбросил в море чайник. Жест был символическим: не следует придерживаться отсталых восточных традиций и проводить время в чайханах, где собираются инакомыслящие. Следующим испытанием для чайханы стал партийно-коммунистический курс на некрепкие спиртные напитки – пиво. Однако, популярность пивбаров в Азербайджане росла среди пьяниц, а среди городской интеллигенции падала. Другими словами, традиции чайханы неизменно сохранялись.

Притом, что общественно-политический контент чаепития потерял смысл до конца 80-х годов 20 века. В 90-х годах 20 века чайхана как институт городского быта все сильнее политизировалась. Причем не сверху, как пыталась когда-то политизировать ее советская власть, а снизу.

В эпоху перестройки в бакинскую чайхану пошли носители новых передовых идей. Как один из активных участников национально-освободительного движения могу констатировать, что в Азербайджане национальное движение, идея о восстановлении независимости Азербайджана зарождалась именно в чайхане. После работы передовые представители азербайджанской интеллигенции сидели на

бульварах в чайхане и обсуждали проблемы нации, политику советского правительства на Кавказе и в Азербайджане, давление на национальную культуру, политику Москвы в целом. Другими словами, в Азербайджане национальное движение началось с чайханы.

Трансформация чайханы в независимом Азербайджане

Новые времена в Азербайджане начинались опять-таки с чайханы. Именно в спорах за чайничком чая рождались политические программы первых после распада Советской империи общественных организаций, одни из которых впоследствии канули в небытие, другие трансформировались в политические партии. Чайхана стала как бы продолжением коридоров и буфетов институтов Академии Наук Азербайджана и Высших учебных заведений (ВУЗ), и ее заполнили научные работники, творческая интеллигенция, интеллектуалы разного возраста, но больше всего – молодежь.

Азербайджанская интеллигенция собиралась в чайхане, чтобы обсуждать национальные проблемы и развитие национального движения. Идеи многих общественно-политических изменений, появлявшихся на страницах азербайджанских газет и журналов, получали свое начало в чайхане. Содержание первых независимых азербайджанских изданий составлялись редакторами сидя за столом в чайхане.

Следует отметить, что идея появления азербайджанского национального движения и восстановления независимости Азербайджана зародились в чайхане. Так же, как в начале 20 века люди обсуждали будущее Азербайджана, в чайхане, в 1990-1991 годах азербайджанские политики обсуждали возможность создания независимого государства.

Сегодня чайхана не отстывает под напором «Макдоналдсов», ресторанов и кафе, ориентированных в основном на иностранцев. Компьютеры, ускоренное обучение в школах, ПК в домах – все это лишает человека самого главного – живого, а не виртуального общения друг с другом и всестороннего и глубокого познания мира.

И азербайджанцы не только в прошлом, но и сегодня не мыслят жизни без чайханы – места, где человек чувствует себя вольно и раскованно, где можно сбросить груз жестко регламентированных норм рабочего дня и семейного общения. Притом, что с 1 сентября 2021 граждане Азербайджана старше 18 лет могут воспользоваться услугами ресторанов, кафе, отелей и крупных торговых центров только имея ковид-паспорта. Такое требование было введено постановлением Кабинета министров страны, принятым в конце июля т.г. с целью предотвращения распространения вируса и ускорения процесса вакцинации в республике.

Для азербайджанцев чайхана приблизительно то же, что пивная для европейцев, но с той большой разницей, что от чая не хмелеешь, а, наоборот, трезвеешь и успокаиваешься. У восточных народов бытует мнение: если человек во сне сидит в чайхане, то в его жизни обязательно случится радостное событие.

Чайхана – своего рода мужской клуб, где обсуждают любые темы. Исторически сложилось, что женщины не посещали общественные места, поэтому,

чайхана раньше была местом исключительно для мужчин. Но в последние годы число женщин, пьющих чай в чайхане возросла.



«Chay Evi 145» — это первый чайный дом в Баку, история которого насчитывает уже десятилетия. Интерьер и атмосфера, напитки и еда, подаваемая в «Chay Evi 145» переносят вас в Баку начала 20-го века. В «Chay Evi 145» вам предложат кальяны на любой вкус. Мучные блюда, такие как хинкали, кутабы и манты завоевали любовь постоянных гостей.

Кроме того, здесь можно заказать такие сорта чая, как «bavariya mint», «milk oolong», «french rose», «spice punch», «gunpowder zhu cha», «jasmine ting yuan», «manila mango», «kiwi colade», и т.д.

Преимущества

Ценовая политика, а также меню во всех подобных заведениях идентичны, поэтому нет необходимости приводить их в отдельности. Сегодня бакинские чайные предлагают большой выбор разнообразных блюд и других услуг, для привлечения большего количества клиентов. В связи с этим, чайные превратились в небольшие кафе.

Результаты и влияние

Чайхана – это прежде всего клуб, где обсуждают новости, дела, строят планы, вспоминают прошлое, а главное – поддерживают отношения. В известном смысле это заведение, призванное сохранять общественно-политическую стабильность в азербайджанском обществе. Повздоровившие днем соседи встречаются вечером в чайхане. И здесь, в кругу соседей, друзей, за стаканом чая они могут спокойно обсудить свои проблемы и найти взаимоприемлемый выход из ситуации. Лишь в одном случае азербайджанец не предлагает чай: если он не желает видеть этого человека в своем доме и считает его врагом.

Доступность

Азербайджан, г. Баку, Нефтяников пр-т. 145, Насиминский район,
<https://citymag.az/product/cay-evi-145/>

Глава 3. Современные аспекты развития третьих мест партнерства

3.1 Право отказать в услуге: мифы, сложности и перспективы современных третьих пространств

Римма Миленкова (Украина),
кандидат педагогических наук,

Сумский государственный университет, доцент

Функция третьего пространства «быть не дома» и «быть не на работе», то есть избежать пресса рутинных обязанностей и привычной атмосферы, стала невероятно затребована в период карантинных ограничений и, в то же время, невыполнима. Она родилась из запроса на общение с людьми, близкими по духу, по информационной среде, из психологической необходимости в социализации вне дома и работы, пребывания вне иерархической системы и взятых на себя ролей.

Дома (квартиры, места проживания), по результатам исследований, проведенных в США, являются уютными, созданными самими же владельцами, капсулами для изоляции от общества. И эта их функция выполняется, «независимо от количества девайсов, включенных в розетку и количества электронных писем, принятых на диване» [4].

Дополнительным фактором, актуализирующим потребность в третьих пространствах является «фриланс» и дистантные виды работ, выполняемые из дома, которые лишают человека возможностей иметь поверхностное общение в комнатах для курения, столовых на предприятиях, офисных праздниках, характерных для оффлайн занятости.

«Это – общий симптом атомизации, ведущий к тому, что единственным местом социализации является собственный дом. Даже в компании близких, дома вы часто являетесь «изолированными вместе». Нет реальной связи, лишь физическое присутствие. Третьи пространства возвращают эту связь и знакомят вас с людьми, которые отличаются от вас, что является значимым фактором роста для каждого человека» [4].

Идеальное «великое хорошее место» Р. Ольденбурга имеет такие характеристики: физический комфорт и приятная атмосфера – удобные диваны в кафе, скамейки в зонах общения на открытом воздухе, продуманный дизайн. Это пространство расположено поблизости дома или работы, туда можно легко и быстро добраться, это не вызывает никаких трудностей. Это место, которое, в идеале, является бесплатным, но может иметь символическую, очень низкую цену

(независимо, включает она членский взнос или плату за напитки), так, чтобы это, с одной стороны, не стало ограничением, с другой, стирало социальные границы посетителей.

Третье пространство, как правило, предполагает еду или напитки, процесс коммуникации в такой расслабленной атмосфере обладает иными характеристиками. Такие места неформальны, обычно, без дресс-кода (за исключением тематических встреч, клубов по реконструкции исторических событий и т.д.). В своем классическом варианте они не имеют расписания, жесткого начала событий. Посетитель может зайти и уйти в любое удобное для него время без каких-либо ограничений. Эти места обычно имеют «завсегдатаев» - людей, посещающих пространство регулярно, это те, о ком можно сказать: «все знают, как его зовут». Предусматривается, что третье пространство создано для удовольствий (что отличает его от места работы) – тут могут быть яркие дискуссии и масса эмоций (не переходящих на физический уровень решения недоразумений). Это пространство управляется сотрудниками (которые, в идеале, сами получают моральные дивиденды социализации и личностного роста в процессе работы), имеет владельцев или управляющих, которые приходят для общения с посетителями на равных.

В данном же исследовании нас интересует анализ процессов трансформации, рисков и возможностей для существования и развития третьих пространств после карантинных ограничений начала третьей декады XXI века. В обобщенном виде наиболее проблемными точками в развитии третьих пространств сейчас являются такие аспекты:

- финансовый (монетизация услуг);
- дискриминационный (низкая доступность для определенных групп);
- психологический (проблемы адаптации после периода пандемии);
- технологический (дигитализация третьих пространств).

Не смотря на то, что к классическим широко доступным третьим пространствам относят спортивные площадки, библиотеки, клубы и кафе (последние названы самим Ольденбургом) образцом третьего пространства), в XXI веке мы обязаны признать неправдивым миф о «доступности» всех третьих пространств. Вопреки установившемуся стереотипу, третьи пространства открыты далеко не для всех и с трудом могли бы заявлять о доступности и инклюзивности.

Анализируя **финансовый аспект** доступности, следует говорить не только о доступности членского взноса или оплаты за чашку кофе (которые тоже часто становятся инструментом целенаправленной калибровки посетителей). С этой точки зрения наиболее доступными третьими пространствами являются коммунальные, которые содержатся местными сообществами, поддерживаются государством или социальными фондами.

Коммерческие же институции используют неолиберальные подходы к формированию собственных бизнес-пространств, превращая их в третьи места – Икеа делает площадки и игровые зоны для детей, книжные магазины оборудуют места для комфортного чтения и общения, что, в конечном итоге, должно привести к повышению прибыли. В таком случае, если вы не являетесь поклонником мебели Икеа или она не является доступной для вашего финансового уровня, вы, *argiori*, не пойдете общаться с родителями, в то время, как ребенок играет на детской площадке при этом магазине. Такие зоны обостряют кластеризацию, впрочем, одновременно стремятся охватить наиболее широкий круг посетителей.

Следует честно признать, что каким демократичным не было бы третье пространство, «посетитель оказывается под необходимостью выполнять правила собственника. Корпорации же оставляют за собой право отказать в услуге» [1]. Такой подход, без сомнения, приводит к разным видам *дискриминации*.

В 2018 году двое темнокожих мужчин были арестованы в «Starbucks» в Филадельфии практически, за то, что использовали ресторан как третье место [6]. Двое мужчин вошли и воспользовались туалетом, после чего тихо сели за столиком, не сделав заказ. На вопросы официантов они ответили, что ожидают коллегу на деловую встречу, после прихода которого решат, делать ли заказ. Администрация «Starbucks» вызвала полицию, и мужчины были арестованы шестью вооруженными полицейскими за вход на частную территорию. Многочисленные просмотры видео этого ареста содержат комментарии с замечанием, что с белокожими посетителями этого не происходит.

Одним из последствий инцидента (кроме митингов, скандалов, и потери репутации ресторана) стала разработка новой миссии Чикагской сети «Starbucks» с переориентацией бизнес-стратегии на «третье пространство». Для нашего же исследования этот эпизод является важным с точки зрения публичной артикуляции ограничений в доступности публичных мест. Столкнувшись с конфронтацией концептов гуманности, безопасности, и «блага для большинства», общество неотвратимо подходит к потребности честно ответить на «неприятные» вопросы: допустят ли, например, бездомного в уборную публичной библиотеки? Примут ли человека с ментальной инвалидностью в клуб защитников экологии? Будут ли рады наркозависимому на спортивной площадке? Ведь третье пространство обеспечивает коммуникантам политику включения, а не исключения и стимулирует как сотрудничество, так и полемику [2]. Оно обеспечивает трансформацию культурных значений и размывает существующие границы.

Новые вызовы, такие как *психологические барьеры* возвращения в места общения, которые появились в последние годы, тоже требуют серьезного изучения. Период пост-карантинной реабилитации становится объектом исследования как

социологов, так и психологов. По словам Н. Педж, психотерапевта Британской ассоциации консультирования и психотерапии (British Association for Counselling and Psychotherapy), есть люди, которые привыкли общаться с друзьями, но сейчас испытывают беспокойство, размышляя, как не примкнуть к личностям, игнорирующим социальную дистанцию, и как адаптироваться к тому, что на публике приходится быть среди незнакомых людей. Исследовательница обращает внимание на то, что еще одним психологическим барьером периода пост-карантина является пересмотр собственного имиджа. В то время, как одни надевали костюмы и делали макияж для онлайн-заседаний, другие, ввиду специфики профессии, потеряли физическую форму и не готовы снова вернуться к официально-деловому стилю одежды. Эти факторы сдерживают посетителей третьих пространств от возвращения к докарантинным привычкам [5]. Фактически, интроверты и домоседы оказались в наиболее комфортных условиях при переходе общения в онлайн. Большинство же рискует ощущать неуверенность и тревогу в многолюдных местах даже после прекращения пандемии.

Именно потребности в чувственном и сенсорном опыте привели к переходу многих видов общения на открытые площадки – обеды на открытом воздухе, спортивные занятия в парках и на крышах домов.

Ношение защитных масок является не менее значимым фактором отказа от новых социальных контактов в оффлайн формате – общение, в ходе которого плохо считаются эмоции или знакомство с человеком, у которого закрыта большая часть лица, не являются привлекательными для большинства посетителей третьих пространств.

Кроме обозначенных выше изменений, возможностей и рисков, наибольший интерес вызывает *дигитализация* общественного пространства. Карантинные ограничения спровоцировали рывок в уже давно назревшем переходе многих сообществ на формат онлайн общения. Исследования показали, что 48% молодых людей в возрасте от 18 до 24 лет (Generation Z) ищут в онлайн-опыте замену тому, что они делали до пандемии [11]. Это же поколение заявляет о присутствии гнетущего чувства одиночества даже чаще, чем представители пожилого возраста. Естественным инструментом преодоления чувства отверженности для молодежи является дигитальный контакт.

Дискуссия о том, являются ли виртуальные пространства третьими местами, усложняется тем, что теория Ольденбурга была сформулирована до появления интернета. Самым спорным в этой дискуссии становится аспект физического присутствия в третьем пространстве. Может ли человек, находящийся на работе или дома физически, пребывать в третьем месте виртуально? Или все же домашняя

(рабочая) обстановка накладывает шаблоны и ограничения в общении через социальные медиа?

По словам психолога Сеты Лоу, физические атрибуты места дополняют его социальную ценность. Запах, фактура, ощущение не менее важны чем общение. А виртуальные места, по своей сути, не являются местом [9]. Впрочем, эта позиция в споре является довольно шаткой ввиду появления разнообразного оборудования, такого как очки виртуальной реальности, которое уже сейчас может воспроизвести эффект реального места при виртуальном общении.

Виртуальные третьи пространства выросли на опыте уже существующих виртуальных сообществ, которые родились из потребности взаимодействия с единомышленниками, географически отделенными, а значит, отличающимися от тех, которые находятся в ближайшем окружении. Сама эта потребность уже является индикатором не только глобализации, но и поиска инструментов развития и расширения кругозора. Открытый информационный ресурс Wikipedia вполне можно отнести к разновидности третьего пространства, основанного на информационном вкладе участников и распространении информации. Такими же пространствами являются и виртуальные классные комнаты, если они функционируют за рамками формального образования. Если Twitter в целом не относят к третьим пространствам, то его отдельные части, несомненно, являются таковыми [11].

Проанализируем отдельные характеристики виртуальных третьих пространств. Являясь частью индустрии развлечений (так же как и реальные), виртуальные места всех типов подталкивают логику неолиберального рынка коммерческих третьих мест к тому, что социологи называют «экономикой внимания» [3]. Согласно этой теории, внимание людей является наиболее важным ресурсом, за которое стоит бороться и который порождает поле острой конкуренции. Это коммерческая конкуренция за внимание целевых групп, которая охватывает направления киноиндустрии, рынок привлечения рекламы, инвестиционной оценки, потенциального политического влияния и т.д. [10].

Фактически, большинство виртуальных платформ сводят в единое сообщество «покупателей» и «продавцов», даже, если речь идет о нематериальных ценностях.

При этом виртуальные сообщества обладают огромным потенциалом социального влияния, являясь выгодными как самим участникам, организаторам, менеджерам, так и рекламодателям, инвесторам, политикам, и в перспективе составят виртуальную версию общества со всеми его функциями и законами [10].

Виртуальные пространства, в отличие от реальных, не так зависят от дизайна интерьера, устройства и вкуса кофе, которые часто становятся важными при выборе

места, это «пространство, лишенное заранее заданных характеристик, формируемое исключительно самим его обитателем – пользователем» [7].

Одним из рисков таких сообществ является отсутствие гарантии подтверждения личных данных, когда одновременно демократичный инструмент презентации личности через аватар, может нести разнообразные риски для участников сообщества. Таким примером являются сайты знакомств и сообщества для поисков партнеров – с одной стороны, они легитимизируют в закрытых группах то, что участники не могут декларировать на работе или в семье, с другой же, поддают риску использования их личностных данных. Кроме того, виртуальные сообщества часто допускают случаи кибербуллинга, хейтинга, выхода информации профессионального характера за рамки группы и т.д. В целом эти нарушения отражают системные правовые проблемы современного интернет-пространства.

Более того, возможность скрытой идентичности и интерактивности в режиме реального времени, придают общению элементы игрофикации. Онлайн-пространство доступно в любое время, это делает его действительно подходящим нейтральным местом, привлекательным для взаимодействия [8]. В своем исследовании В.Темкина обращает внимание на то, что «участники онлайн-сообществ часто описывают «потерю времени» из-за очень оживленных и захватывающих обмена сообщениями в онлайн-дискуссионных форумах» [8]. Пребывание же в реальных третьих пространствах можно описать как более осознанное.

По мнению Эмили Вильямс, существуют и другие плюсы резкой дигитализации в период карантина. Это пресыщенность онлайн-коммуникацией, которая неизбежно ведет к более осознанному потреблению онлайн-контента, дигитальной диете [11].

Таким образом, «великие хорошие места», вопреки идеалистическому представлению о них, не лишены слабых мест, таких как дискриминация в доступе. Корпорации, которые позиционируют себя как сеть третьих пространств через демократичные кофейни и рестораны, оставляют за собой право отказать в услуге. Кроме того, можно говорить о наметившейся трансформации третьих пространств в сторону дигитальных изменений. В этом контексте ожидается прекращение функционирования многих мест, формат которых оказался неконкурентоспособным в эпоху карантинов. Многие из пространств отказываются от государственной поддержки, выбирая экономическую модель, основанную на знаниях.

Вопросы для дальнейшего анализа трансформации третьих пространств на сегодня вызывают интерес и беспокойство одновременно.

Являются ли виртуальные площадки полноценными третьими пространствами или это всего лишь симулякры?

Каковы черты пост-карантинного третьего пространства?

Каковы социальные потребности пост-карантинного человека?

Каковы риски деспециализации третьих пространств?

Смогут ли третьи пространства стабилизировать напряжение между высокотехнологическими подходами и потребностью в реальном присутствии собеседника и осязательном опыте взаимодействия?

В целом, эксперты смотрят оптимистично на возвращение третьих пространств в режим докарантинной работы. Возможно, мы станем свидетелями еще более активной работы третьих мест, пусть даже в несколько измененном формате, что переформатирует их теорию и практику.

Список использованных источников:

1. Budds, Diana (2018) It's time to take back third places. Retrieved from <https://archive.curbed.com/2018/5/31/17414768/starbucks-third-place-bathroom-public>
2. Communicating in the Third Space / ed. by K. Ikas and G. Wagner. – London & New York: Routledge, 2008. – 218 p.
3. Davenport, T., & Beck, J. (2000). Getting attention. Harvard Business Review, 119, 118-126.
4. Dzubak, Johnny What Is a Third Place and Why Do You Need One? Retrieved from: <https://theartofcharm.com/art-of-personal-development/what-is-a-third-place-and-why-do-you-need-one/>
5. Henshall, Angela (2021) Third places: The ways losing our local haunts hurts us. Retrieved from <https://www.bbc.com/worklife/article/20210428-third-places-how-losing-responsibility-free-zones-hurts-us>
6. Stewart, Emily (2018) Two black men were arrested in a Philadelphia Starbucks for doing nothing. Retrieved from <https://www.vox.com/identities/2018/4/14/17238494/what-happened-at-starbucks-black-men-arrested-philadelphia>
7. Пестова А.В. Третьи места» третьего тысячелетия: революция рабочего и досугового пространства // Человек в мире культуры. Актуальные социокультурные практики, 2017, №2/3, с. 183-187
8. Темкина В. В. Социальные медиа как третьи места: некоторые аспекты вопроса .Режим доступа: https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/59155/1/978-5-91256-403-1_2018_082.pdf
9. Volpe Allie (2021) Covid Ruined Our Hangout Spots. Here's How They Come Back. Retrieved from: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2021-04-06/the-death-and-post-covid-rebirth-of-third-places>
10. Wexler, Mark, Oberlander, Judy (2017) The Shifting Discourse on Third Places: Ideological Implications. Retrieved from: <https://scholarcommons.sc.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1018&context=ji>
11. Williams, Emily (2020) The new third places. Retrieved from <https://bornsocial.com/articles/the-new-third-places>

3.2. Мирное гражданское образование в третьих пространствах

Юрий Шеляженко (Украина),

магистр права, магистр медиации и менеджмента конфликтов,
кафедра государственно-правовых дисциплин
Университета экономики и права “КРОК”

Создание культуры мира через единство в многообразии – насущная необходимость, отмечается в глобальном докладе ЮНЕСКО за 2016 год о роли культуры в устойчивом развитии городов. Ответом на эту необходимость, согласно докладу, являются инклюзивные города и развитие «третьих пространств» в понимании американского социолога-урбаниста Рэя Ольденбурга – то есть, мест, которые не являются ни домом, ни работой, но которые позволяют людям собираться неформально, общаться, укреплять доверие, строить отношения и самоорганизоваться: например, общественные сады, парки, площади, рынки, библиотеки и кафе. В докладе подчеркнуто, что городская культура и наследие стали важным компонентом гражданского образования, направленного на формирование автономных и равноправных граждан, а также приводится мнение Исмаила Серагельдина, директора Александрийской библиотеки: музеи, культурные центры и открытые общественные места могут использоваться в качестве пространств для диалога и социальной интеграции, помогая уменьшить трения и способствовать сплоченности общества [1].

Декларация и Программа действий в области культуры мира, единогласно принятая Генеральной Ассамблеей ООН, определяет культуру мира как сочетание ценностных установок, мировоззренческих взглядов, традиций, типов поведения и образов жизни, основанных на уважении к жизни, прекращении насилия, поощрении ненасилия и практическом отказе от насилия через посредство диалога и сотрудничества, а также образования. Статья 4 Декларации гласит, что образование на всех уровнях является одним из основных средств созидания культуры мира, и в этом контексте особое значение имеет образование в области прав человека. Статьей 6 Декларации предусматривается включение гражданского общества в дело становления культуры мира [2].

Кэндис Картер видит содержание мирного образования в обучении избегать причинения вреда себе и другим, гражданском образовании на основе стремления к миру через общее благополучие и проактивную реализацию разнообразных потребностей. В монографии «Обучение и учеба всестороннему гражданству: глобальная перспектива мирного образования» приводятся примеры

образовательных практик в третьих пространствах, например, прогулка со школьниками в парк, изучение жизни городской фауны в рамках нарратива «чувствовать себя в гостях у обитателей окружающей среды, не тревожить, не вредить», распространение «коробочек доброты», сконструированных из старых открыток, наполненных конфетами и записками школьников с добрыми пожеланиями – при этом могут обсуждаться традиционные подходы к примирению людей между собой и с природой [3].

Мирное образование связано с третьими пространствами достаточно давно. Яркий пример – художнику Василию Верещагину в конце 19 века удалось показать цену войны за счет человеческих жизней в модных картинных галереях, где проводило досуг светское общество. Еврейский пацифист и один из основателей немецкого мирного движения, лауреат Нобелевской премии мира Альфред Герман Фрид вспоминал, что в 1881 году, когда ему было 16 лет, он посетил выставку батальных полотен Верещагина, которая и сделала его противником войны. Знаменитая немецкая пацифистка Берта фон Зуттнер одной фразой объяснила, насколько полезна для мирного образования наглядность таких картин, как верещагинский «Апофеоз войны» – она воскликнула: «Что значат мои чернила в сравнении с его красками!» [4].

Движение за гражданские права в США и холодная война во второй половине 20 века послужили катализатором развития идей мирного образования в Европе и США, например, в известной работе Марии Монтессори «Образование и мир», опубликованной в 1972 году. Тематика мирного образования включалась в учебные программы, прогрессивно развивались и нетрадиционные методы обучения, включая внешкольные. Для этого создавались музеи мира и общественные центры мира [5]. Специально организованные кофейни (GI coffeehouses) в городах неподалеку от военных баз в США были местом неформальных встреч гражданских и военнослужащих противников войны во Вьетнаме и обучения методам ненасильственных гражданских кампаний [6].

В результате общественных движений и образовательных программ в духе мира и социальной справедливости во многих американских городах возникли неправительственные общественные центры мира и справедливости, которые строились по принципу «дома сообщества» – места, где можно проводить время всем вместе независимо от религиозных и расовых отличий и политических убеждений. Организаторы этих центров приняли как руководство к действию речь Мартина Лютера Кинга о том, что мир – не просто отсутствие напряженности, но также присутствие справедливости [7]. Примером может служить Центр мира и справедливости Esperanza (Надежда) в городе Сан-Антонио (штат Техас, США), с 1987 года укрепляющий сплоченность многообразного местного сообщества

латиноамериканцев, афроамериканцев, азиатов, коренных американцев и белых. В центре Esperanza неоднократно выступали писатели, историки, философы и правозащитники, в том числе, известная активистка Анджела Дэвис [8].

Городские и виртуальные третьи пространства нередко используются для проведения мероприятий, включающих компоненты мирного образования. Некоторые из них, например, Всемирный конгресс мира (World Peace Congress), который регулярно проводит Международное бюро мира (International Peace Bureau), носят гибридный характер: участие возможно и онлайн, и оффлайн [9]. Социальные форумы, включая Международный социальный форум (World Social Forum), тоже включают мирную повестку и образовательную инфраструктуру [10]. Представляет интерес «Инициатива виртуального обмена», проект продвижения межкультурного понимания, взаимного уважения и социальной ответственности посредством образовательных онлайн-диалогов для молодежи, семей и сообществ, в рамках которой было создано виртуальное третье пространство для общения между подростками из США, Ближнего Востока и Северной Африки [11].

Городские библиотеки тоже могут служить третьим пространством для мирного образования. Например, в московской Библиотеке братьев Grimm в 2016 году проводился показ фильма «Белая Роза» о группе ненасильственного сопротивления в Германии времен нацистского режима [12], а в киевской Библиотеке имени Ивана Кудри в 2021 году была организована выставка фотографий последствий атомной бомбардировки японских городов Хиросимы и Нагасаки [13].

Таким образом, в мирном гражданском образовании могут успешно использоваться как существующие, так и специально созданные с этой целью третьи пространства всевозможных видов. Нелишне будет напомнить, что право на свободу мирных собраний, гарантированное статьей 21 Международного пакта о гражданских и политических правах [14] и статьей 11 Конвенции о защите прав человека и основных свобод [15], позволяет собираться в публичных городских третьих пространствах и проводить образовательные мероприятия. Однако образование под открытым небом, при всей его привлекательности, слишком зависит от хорошей погоды и множества других факторов. Стабильным долговременным образовательным программам нужен свой дом, наподобие общественного центра мира и справедливости, или хотя бы более-менее постоянное место под крышей – а значит, нужны соответствующие усилия и средства.

Хотя мир традиционно высоко ценится в Восточной Европе, уровень мирной культуры и мирного образования в этом регионе довольно низкий, широко распространены вооруженные конфликты и политическое насилие – которые, естественно, перекрывают кислород гражданскому обществу. Мирным гражданским

образованием систематически занимаются только отдельные энтузиасты, возможности которых ограничены [16]. В таких условиях особенно актуальна международная поддержка мирного гражданского образования в Восточной Европе, направленная на расширение пространства знаний о путях к миру, возобновление безопасного и грамотного общественного и культурного диалога, печально свернувшегося в условиях эскалации конфликтов.

Список использованной литературы:

1. UNESCO (2016). Culture: Urban Future. Global Report on Culture for Sustainable Urban Development. URL: <https://en.unesco.org/creativity/publication/culture-urban-future>
2. Декларация и Программа действий в области культуры мира от 13.09.1999 г. URL: https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/culture_of_peace.shtml
3. Carter, Candice C., ed. (2021). Teaching and Learning for Comprehensive Citizenship: Global Perspectives on Peace Education. New York: Routledge.
4. Шалимов О.А. В плену у фурии войны (Антимилитаристский протест художника В.В.Верещагина) // Долгий путь российского пацифизма: идеал международного и внутреннего мира в религиозно-философской и общественно-политической мысли России. Москва: Институт всеобщей истории Российской Академии Наук, 1997. С. 215-224.
5. Stomfay-Stitz, A. M. (2008). A history of peace education in the United States of America. In Monisha Bajaj, ed. Encyclopedia of peace education online. URL: https://www.tc.columbia.edu/epe/epe-entries/Stomfay-StitzUnited-States_22feb08.pdf
6. Cortright, David (2008). Peace: A History of Movements and Ideas. Cambridge University Press.
7. Peace Talks (2007). Peace and Justice Centers. URL: <https://www.goodradioshows.org/peaceTalksL46.html>
8. Esperanza. Our History. URL: <https://esperanzacenter.org/who-we-are/our-history/>
9. World Peace Congress. URL: <https://www.ipb2021.barcelona/>
10. Rucht, von Dieter (2007). Social Fora as Public Stage and Infrastructure of Global Justice Movements. Rosa Luxemburg Stiftung. URL: <https://www.rosalux.de/publikation/id/1019/social-fora-as-public-stage-and-infrastructure-of-global-justice-movements/>
11. Helland E., Smolenchuk O. (2016). Promoting Peace Through the “Third Place”. Diplomatic Courier. URL: <https://www.diplomaticcourier.com/posts/promoting-peace-third-place>
12. Файналова Е. Сопrotивление или протест? Радио Свобода. URL: <https://www.svoboda.org/a/27706894.html>
13. Человеческая жизнь несовместима с ядерным оружием. Волна за мир в Украине. URL: <https://truth.in.ua/ru/rpublic/1124/>
14. Международный пакт о гражданских и политических правах. URL: https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/declhr.shtml
15. Европейская конвенция по правам человека. URL: https://www.echr.coe.int/documents/convention_rus.pdf
16. Sheliashenko Y. (2021). Peace education for citizenship: a perspective for Eastern Europe. URL: <https://www.peace-ed-campaign.org/peace-education-for-citizenship-a-perspective-for-eastern-europe/>

МОНОГРАФИЯ

«Третьи пространства» - места для гражданского образования: теория и практика в регионе Восточного партнерства

Под общей редакцией
О.А. Мельник, Ю.Н. Петрушенко

Монография разработана коллективом авторов, членов Сети гражданского образования в Восточной Европе (EENCE):

Гарбуз Вероника (Молдова), Ph.D., Бельцкий государственный университет «Алеку Руссо»; координатор программы НГО «Моштениторий»;

Мельник Ольга (Беларусь), исследователь в области психологических наук, член правления Восточноевропейской Ассоциации гражданского образования (EENCE);

Миленкова Римма (Украина), кандидат педагогических наук, Сумский государственный университет, доцент;

Петрушенко Юрий (Украина), доктор экономических наук, профессор, Сумский государственный университет;

Раджабов Рауф (Азербайджан), востоковед, руководитель Аналитического Центра 3-rd VIEW;

Фольварочный Игорь (Украина), доктор педагогических наук, доцент, кафедра психологии и педагогики Национального университета физического воспитания и спорта Украины;

Шеляженко Юрий (Украина), магистр права, магистр медиации и менеджмента конфликтов, кафедра государственно-правовых дисциплин Университета экономики и права «КРОК».

Монография разработана в рамках проекта «Третьи пространства как места для гражданского образования», который реализовывался рабочей группой Сети EENCE «Исследования в области гражданского образования» при поддержке Федерального агентства по гражданскому образованию (Bundeszentrale für politische Bildung) за счёт средств Федерального министерства иностранных дел Германии.