

МУНИЦИПАЛЬНОЕ МОЛОДЕЖНОЕ АВТОНОМНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ МОЛОДЕЖНЫЙ ЦЕНТР НОВЫЕ ИМЕНА

И.Ю. Кудинова, Е.И. Долгова, О.Н. Захарова

**Работа молодежного центра в открытых пространствах**

Методические материалы

2023

Работа молодежного центра в открытых пространствах [Текст]:  
Методическая разработка/ И.Ю. Кудинова, Е.И. Долгова, О.Н.  
Захарова. — Красноярск: ММАУ МЦ «Новые имена», 2023. — 19 с.

# Оглавление

Введение .....	4
Глава 1. Открытое пространство: понятие и виды .....	5
1.1. Понятие открытого пространства/третьего места .....	5
1.2. Характеристика открытых пространств.....	6
1.3. Современные разновидности открытых пространств .....	6
Глава 2. Молодёжный центр как открытое пространство .....	12
2.1. Кто конкурирует с молодежным центром за «третье место»? .....	12
2.2. Три базовых возможности в третьем месте .....	12
2.3. Позиционирование открытого пространства молодежного центра.....	15
2.4. Требования к резидентам открытого пространства молодежного центра .....	17
Библиографический список .....	19

## Введение

*Жизнь сообщества существует, когда можно каждый день приходить в конкретное место в конкретное время и видеть там много знакомых людей.*

Филипп Слэйтер

Современная организация деятельности молодежных центров подразумевает создание особых общественных пространств, в которых реализуются потребности и раскрывается потенциал молодежи.

Одним из новых форматов работы с молодежью являются «опен спейс», открытые пространства. Еще их называют «третье место», противопоставляя дому и работе. Казалось бы, очередной вариант на тему досуговой деятельности.

Но специалистам молодежных центров не стоит поддаваться соблазну, организовывая очередной клуб и просто называя его модным термином «открытое пространство». Это не привычные досуговые клубы по интересам, не студии, не кружки или секции. Это более крупный формат со своими целями.

«Во всех великих культурах кипела неформальная общественная жизнь, и в них обязательно развивались собственные версии мест, где эта жизнь происходила», — сообщает автор понятия «третье место». Как пример он описывает стихийные тусовки в тавернах и кафешках, причем нередко здесь собираются пообщаться пенсионеры в «мертвые часы». К счастью, автор не ограничивает разнообразие открытых пространств исключительно общепитом. Поэтому рассмотрим, насколько молодежный центр может стать открытым пространством, в чем будет его специфика.

# Глава 1. Открытое пространство: понятие и виды

## 1.1. Понятие открытого пространства/третьего места

Понятие «открытое пространство» сегодня используется в российских социальных практиках как синоним понятия «третьего места». В частности, такое понимание распространено в сфере молодежной политики, в работе библиотек и других культурных площадок [1], [2].

Третье место – общее понятие для большого разнообразия публичных мест, в которых происходят регулярные, неформальные, добровольные, радостно ожидаемые встречи людей вне рамок дома и работы. Проблему необходимости таких общественных мест описал социолог и урбанист Р. Ольденбург еще в 80-е годы XX века [3].

К третьим — после дома и работы — местам относятся все те общественные пространства, что содействуют сближению людей и формированию той среды, которую и называют человеческим сообществом. Например, классическими третьими местами являются кафе, таверны, библиотеки, парикмахерские салоны и даже почтовые отделения. Туда могут прийти люди любого социального статуса, чтобы пообщаться в неформальной обстановке.

По классике, самое типичное третье место — это питейное заведение, чьи посетители заняты преимущественно разговорами. Напиткам, которые играют роль своеобразного ритуала приобщения, отводится особо важное место. Не обязательно алкогольным. Бывают (или были в прошлом) чайные салоны, кафе-молочные, и это далеко не все. Интересно, что почти во всех странах есть заведения или традиции, название которых произошло от слова «кофе», например, чешские kavata, немецкие Kaffeeklatsch и французские café.

«Это простое понятие напоминает нам о том, что связи между людьми необходимо подпитывать и что для объединения общества порой нужны лишь несколько столиков, радушный хозяин и готовность к живому общению» [4].

## **1.2. Характеристика открытых пространств**

Открытое пространство подразумевает, что ты можешь свободно прийти туда в любое время после школы, работы, чтобы чувствовать себя уютно, поработать, провести какие-то встречи.

Основные признаки третьего места частично пересекаются с особенностями клубов по месту жительства:

- сюда любой может прийти без приглашения;
- приходить и уходить можно когда угодно;
- доступные цены (или вовсе не нужно платить);
- находится близко от дома или работы, в идеале — в шаговой доступности;
- есть свои завсегдатаи, но двери открыты и для случайных посетителей;
- доброжелательная непринужденная атмосфера.

Основное занятие посетителей (в отличие от секций, студий и кружков) — просто разговоры. Они могут сопровождаться чашечкой кофе, как в классических вариантах, или настольными играми, но именно неформальное общение остается главным содержанием.

## **1.3. Современные разновидности открытых пространств**

Традиционные места общепита брать не будем, рассмотрим некоторые примеры более современных и актуальных форматов.

С середины 90-х годов в России под видом открытых пространств организуются **«открытые офисы»**. Это не совсем те пространства «вне работы», которые представлял Р. Ольденбург. Многие эксперименты показали, что данный формат в большинстве случаев не способствует коммуникации, а работает деструктивно [5].

Более удачный опыт реализации концепции совмещения открытых пространств с рабочим местом представляют общественные **коворкинги, антикафе**. Не удивительно, что эту форму реализуют некоторые современные молодежные центры, имеющие достаточный ресурс (рис.1, рис.2).



Рис.1. Коворкинг для музыкантов



Рис.2. Коворкинг «Фургон»

Коворкинг — это концепция, при которой различные профессионалы и предприниматели работают в общем рабочем пространстве, поделившись ресурсами и удобствами.

В открытом пространстве коворкинга обычно есть общие рабочие столы, переговорные комнаты, комфортные зоны отдыха, а также доступ к различным услугам и инфраструктуре, таким как интернет, принтеры, кофе и т.д. Это позволяет людям работать независимо от своего профессионального статуса или организации, а также обмениваться идеями и устанавливать связи с другими профессионалами, находящимися в том же пространстве.

Коворкинг-пространства обычно создаются с целью поддержки и стимулирования творческого процесса, сотрудничества и предпринимательства. Они предлагают гибкую и доступную альтернативу для тех, кто ищет рабочую среду, отличную от традиционного офиса или из дома.



Таким образом, открытое пространство как общественный коворкинг может быть привлекательным вариантом для предпринимателей, фрилансеров и других профессионалов, которые ищут совместное рабочее пространство и возможность взаимодействия с коллегами.

**Буккроссинг, интеллектуально-досуговый центр.** Это общественные пространства «вокруг книг». В условиях падения востребованности печатных изданий, библиотеки ищут новые форматы между «храмом знаний» и «досуговой площадкой» [6].

В пространстве муниципальных библиотек разрабатывают, реализовывают, поддерживают, продвигают в первую очередь книжные, читательские, просветительские, образовательные проекты [7]. Такое позиционирование не противоречит историческим примерам «третьих мест». Еще в 17 веке в Англии кофейни часто называли «университетами за пенни» — во столько обходился вход в заведение, открывающий доступ не только к этому напитку, но и к участию в беседах на литературные и интеллектуальные темы [4].

Формат буккроссинга не завязан на инфраструктуру библиотеки и более демократичен, ведь начать можно с устройства одной книжной полки.

**Уличные промежуточные пространства:** парки с большим количеством мест для сидения, скверы, аллеи, бульвары, набережные (рис.3, рис.4).



Рис.3. Набережная Красноярска (Арт-берег)



Рис.4. Сквер у МТБЦ «Пилот» в Красноярске

В этих открытых публичных пространствах представлен «весь спектр местной человеческой породы» [3].

**Событийное пространство** — общественное место, насыщенное досугом разного плана (лектории, проектные лаборатории, выставки, концерты и др.). Можно не только посмотреть и поучаствовать, но и организовать здесь что-то своё. Что это будет? Зависит от инициативы посетителей, на то оно и открытое пространство. Но в «третьем месте» для молодежи есть определенные табу. Например, там не проводят продажи шуб и ярмарки меда. Однако есть обнадеживающие данные насчет варенья.

Многофункциональные **молодежные центры** потенциально могут стать «третьим местом». В следующей главе рассмотрим их особенности.

## **Глава 2. Молодёжный центр как открытое пространство**

### **2.1. Кто конкурирует с молодежным центром за «третье место»?**

Если молодежный центр претендует на «третье место» в жизни молодых людей, ему нужно обыграть множество конкурентов:

- другие культурные или социальные учреждения;
- торговые центры, кафе;
- компьютерные игры, соцсети;
- тусовки с друзьями;
- преступные группировки.

Решить эту задачу помогут открытые пространства, проекты и занятия, которые окажутся более привлекательными для молодых людей, чем вышеперечисленное. Цель открытого пространства молодежного центра состоит в том, чтобы создать модную, интересную, комфортную, насыщенную и притягательную среду для молодежи, которая «между домом и работой» станет приоритетной.

### **2.2. Три базовых возможности в третьем месте**

Открытое пространство молодежного центра обычно представляет собой зоны, предназначенные для активной деятельности и взаимодействия молодежи. Оно может включать в себя различные общественные помещения разного функционального назначения. На этой базе у молодежи должны быть предусмотрены возможности:

- для развития (выбирайте самые модные, небанальные и востребованные у молодежи форматы интеллектуального и творческого досуга);
- для работы (коворкинги, мастерские, фестивали-презентации результатов работы, помощь в продвижении);

- для приятного общения, тусовки (возможность зайти попить чаю, посмотреть кино, поиграть в настолки или просто посидеть).

Современные молодежные центры так или иначе пытаются реализовать эти возможности, опираясь на имеющиеся ресурсы. Вот некоторые примеры из практики молодежного центра «Новые имена»: рис.5, рис.6, рис.7.



Рис.5. Арт-резиденция. На протяжении месяца молодые художники прослушивали образовательные лекции и работали над своими произведениями. Жанр, в котором работали художники - концептуальный автопортрет.



Рис.6. Дизайн-цех «Сибирские бренды» — уникальный проект для молодых дизайнеров одежды и аксессуаров города Красноярск, позволяющий его участникам выйти на новый уровень творческого развития.



Рис.7. «Под небом». На протяжении всего лета у каждого была возможность присоединиться к настольным играм на открытых площадках. Ребята-активисты и просто заинтересованные люди смогли открыть для себя новые игры и новые знакомства.

Итак, основная идея открытого пространства молодежного центра — это быть доступным и открытым для всех молодых людей, независимо от их интересов и потребностей. Это место, где они могут найти поддержку, вдохновение и возможности для саморазвития.

### **2.3. Позиционирование открытого пространства молодежного центра**

Рассмотрим некоторые конкурентные преимущества, которые помогут молодежному центру стать третьим местом в жизни молодого человека.

1. Многофункциональность и мобильность среды. Современный молодежный центр предлагает большое разнообразие активностей. Вместо жестких регламентов мы можем предложить поддержку огромного спектра молодежных инициатив различного масштаба. Особенно, если инфраструктура пространства способна к трансформации. Мебель должна легко переставляться в зависимости от текущих задач. В этом молодежным центрам повезло больше, чем, например, более консервативным библиотекам или коммерческим заведениям.

2. Эстетичный и узнаваемый дизайн, запоминающееся название. Многие городские молодежные центры сегодня отличает удобный дизайн в стиле минимализма. Интерьер не загромождается и ощущается как открытый, приветливо вовлекающий посетителя.

Чтобы молодой человек лучше запомнил место и приходил сюда снова и снова, используйте актуальный для современного дизайна фирменный стиль. Этот стиль должен использоваться и в оформлении печатной продукции, сайта, соцсетей, афиш.

Рекомендуется особый упор сделать на информационное сопровождение в социальных сетях — зачастую, всё, что не отражено в социальных сетях, «не существует» для молодежной аудитории. Но важно «не только переносить в социальные сети анонсы мероприятий, но и адаптировать их. Например, «для тех, кто не может ни дня прожить без саморазвития...» гораздо лучше вместо скучного «уважаемые друзья, приглашаем всех заинтересованных на лекцию...» [8].

Названия рекомендуются на русском языке, ведь деятельность молодежного центра реализует задачи молодежной политики России. Название должно быть благозвучным, оригинальным, не вызывать негативных ассоциаций.

### 3. Особенности зонирования.

В многофункциональном свободном пространстве предусмотрены зоны для работы, переговоров, мероприятий, отдыха. Пусть не с супероснащением лучших мировых залов, но с приемлемым качеством оборудования. Молодые посетители оценят возможность выпить кофе или чай, воспользоваться буккроссингом и бесплатным интернетом.

Изучите глубже потребности вашей аудитории. Возможно, помимо общепринятых мест, нужны дополнительные. Например, уголок для чтения и беседы. Или для кошки (рис. 8). Такие детали тоже помогут позиционировать ваше пространство как наиболее гуманистичное.





Рис.8. Кошка — обязательный элемент открытого пространства молодежного центра.

#### **2.4. Требования к резидентам открытого пространства молодежного центра**

Резиденты — молодые люди (до 35 лет) или организации, которые работают на площадках молодежного центра, проводят коммерческие и некоммерческие мероприятия.

Работа резидентов не должна противоречить законам Российской Федерации. Площадками молодежного центра не могут пользоваться в качестве резидентов представители некоторых видов бизнеса. Например, «сетевики», риелторы, мастера маникюра, игорный бизнес и некоторые другие. Логично, что деятельность резидента не должна наносить репутационный вред, а также нести риски для инфраструктуры молодежного центра. Ведь фактически они действуют на взаимовыгодной основе вместе с командой специалистов молодежного центра, формируя привлекательное для молодежи «третье место».

Итак, одной из тенденций развития молодежных центров становится формирование открытого многофункционального пространства реализации культурного потенциала молодых людей. Эксперты определяют такие площадки как «третьи места» [8], [9].

В качестве сущностных характеристик «третьих мест» для молодежи выделяют многофункциональность — разнообразные активности и сценарии без жесткого регламента, контроля формата и содержания активности; открытость для взаимодействия разных молодых людей и молодежных сообществ; комфорт; эстетику.

В качестве основных принципов работы таких молодежных центров выделяют новые интересные форматы; открытую и насыщенную среду; учет культурного разнообразия.

## Библиографический список

1. Кряжева М. Ф., Шакирова Э. С. Библиотека как «третье место»: реализация концепции // Библиосфера. 2019. № 3. С. 93–98. DOI: 10.20913/1815-3186-2019-3-93-98.
2. Третье место: чем открытое пространство отличается от клуба и ДК // МКУ ИА «Новосибирск». Дата публикации: 28 апреля 2022 г. Доступ: <https://nsknews.info/materials/trete-mesto-chem-otkrytoe-prostranstvo-otlichaetsya-ot-kluba-i-dk/>
3. Третье место: кафе, кофейни, книжные магазины, бары, салоны красоты и другие места «тусовок» как фундамент сообщества / Рэй Ольденбург; пер. с англ. А. Широкановой. — М.: Новое литературное обозрение, 2014. — 456 с.: ил. (Серия STUDUA URBANICA). ISBN 978-5-4448-0201-4
4. Рэй Ольденбург, Кэрен Кристенсен. Третье место: общественное пространство в полном смысле слова // Курьер ЮНЕСКО. Дата публикации: 3 апреля 2023 г. URL: <https://courier.unesco.org/ru/articles/trete-mesto-obschestvennoe-prostranstvo-v-polnom-smysle-slova> . Доступ: 12.09.23
5. Исследователи измерили эффекты стресса от офиса открытой планировки // URL: <https://habr.com/ru/news/566408/>. Доступ: 12.09.2023
6. Мазурицкий А. М., Кузичкина Г. А. Библиотека: «храм знаний» или «досуговая площадка»? // Библиотека в школе. 2018. № 3. С. 13–16.
7. Чалова З. В. «Превращать нас в досуговые центры – это путь в никуда» // Университетская книга. 2018. № 2. С. 16–21.
8. Современные принципы работы молодежного центра / Е. Сачкова [и др.]. – Казань: АНО «Творческие индустрии», 2019. – 39 с.
9. Саликов, А.Э Особенности развития молодежных центров в контексте культуротворчества / А. Э. Саликов // Современная молодежь и общество: сб. науч. ст. Выпуск 10. / под науч. ред. И. И. Калачевой. — Минск: РИВШ, 2022. — С. 54—60.