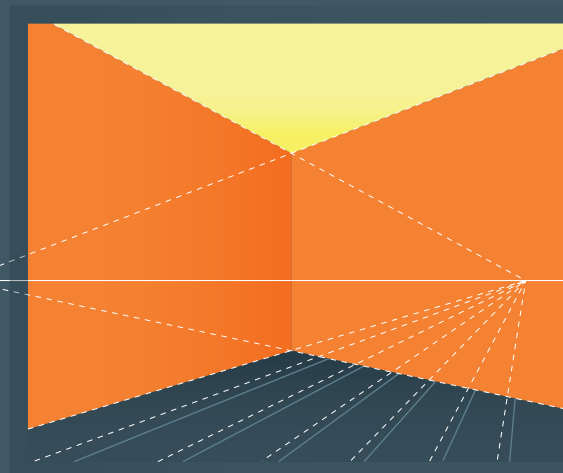
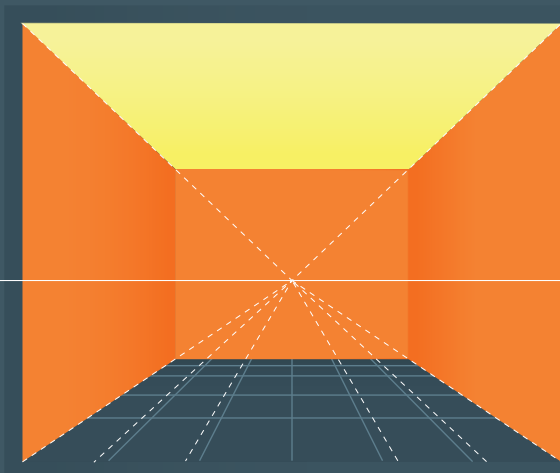




БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫЙ  
ФОНД ВЛАДИМИРА  
ПОТАНИНА

ЦЕНТР РАЗВИТИЯ ФИЛАНТРОПИИ

# ОБЩЕСТВЕННЫЕ ПРОСТРАНСТВА



# ОБЩЕСТВЕННЫЕ ПРОСТРАНСТВА

Февраль, 2024 год

## Авторы-составители

Наталья Каминарская  
Елена Темичева

## Идея и финансовая поддержка

Благотворительный фонд  
Владимира Потанина

## Издательская группа

Андрей Высоцкий  
Валерия Чернякина  
Заяна Ользеева  
Тимофей Андросов

## Благотворительный фонд Владимира Потанина

г. Москва, Муниципальный округ Тверской,  
ул. Тверская, д. 16, стр. 1

+7 (495) 149-30-18

[fondpotanin.ru](http://fondpotanin.ru)

[t.me/fondpotanin](https://t.me/fondpotanin)

[vk.com/potaninfoundation](https://vk.com/potaninfoundation)



Благотворительный фонд  
Владимира Потанина, 2024

Данное произведение распространяется по лицензии Creative Commons «AttributionNonCommercial-NoDerivatives» («Атрибуция — Некоммерческое использование — Без производных произведений») 4.0 Всемирная.

© Благотворительный фонд  
Владимира Потанина, 2024

© Каминарская Н. Г., 2024

© Темичева Е. В., 2024

© Издательство «ДПК Пресс», 2024

[dpk-press.ru](http://dpk-press.ru)

# СОДЕРЖАНИЕ

Вступительное слово	5	
	6	I. Теория общественных пространств и «третьего места»
II. История развития институций, исполняющих функции общественных пространств в России с 1700 года	10	
	14	III. Оценка успешности и принципы эффективности общественных пространств
IV. Модели современных общественных пространств в России	22	
	30	V. Зарубежные модели общественных пространств
VI. Тренды развития общественных пространств	33	
	36	Основные источники информации
Об авторах	37	



# ВСТУПИТЕЛЬНОЕ СЛОВО

Это сейчас нам кажется, что музеи с кофейнями и арт-резиденциями, антикафе и коворкинги, доступные публичные пространства в культурных учреждениях, городские общественные центры и арт-кластеры на месте бывших промзон были «примерно всегда». Нет, ещё недавно это было новинкой и мало кто напрямую связывал это с развитием общества. А сейчас это направление распространено широко. Предметом этого дайджеста является общественное пространство как новый социальный феномен: не просто как инфраструктура, а как акселератор и двигатель социальных изменений.

Впервые термин «общественное пространство» (public space) в близком к современному значению употребляет в своей книге «Vita Activa, или О деятельной жизни» (1958) немецко-американская учёная Ханна Арендт. В последующие десятилетия понятие активно развивается в контексте как урбанистических, так и более общих социокультурных теорий. Сегодня можно сказать, что под общественным пространством в большинстве случаев подразумеваются общедоступные городские территории (площади, парки, общественные здания), которые позволяют людям организовать свою жизнь «вне стен

домов». То есть это понятие включает в себя как открытые городские пространства (open space), так и пространства «под крышей».

Действительно, парки и набережные, сады и придомовые территории обретают сегодня новые смыслы и несут новые социальные функции для современных жителей городов и поселений. Но в этом обзоре мы будем рассматривать те общественные пространства, которые находятся именно в закрытых помещениях, где происходит жизнь вне зависимости от времени года. И рассматривать их не через призму архитектуры, а через призму того, что именно происходит в этих зданиях, какое влияние это оказывает на жизнь общества и привычных нам культурных и социальных институтов, будь то государственные, коммерческие или некоммерческие субъекты, а также на производство общественных смыслов и социальных изменений.

В одном эти пространства выступают трендсеттерами для новых общественных процессов, а в другом — показателями развития общественной жизни и современной культуры. Мы постараемся показать, как эти пространства меняют саму архитектуру сектора НКО, какие новые возможности открывают для инициаторов социальных, благотворительных, культурных проектов и где находятся «точки взаимодействия» с такими институтами.

**Наталья Каминарская**  
**Елена Темичева**

# I. ТЕОРИЯ ОБЩЕСТВЕННЫХ ПРОСТРАНСТВ И «ТРЕТЬЕГО МЕСТА»

Большинство исследователей, так или иначе рассматривающих феномен общественных пространств, сходятся на том, что их появление и развитие напрямую связано с потребностями современного человека, процессом урбанизации и возникновением новых функций городов и поселений.

## ЖИЗНЬ И СМЕРТЬ ГОРОДОВ

Теория общественных пространств берёт своё начало ещё в Древней Греции, где все важные решения для горожан — жителей полиса, — должны были приниматься публично на Агоре так, чтобы это вело к улучшению жизни всех. На протяжении многих веков происходили значительные изменения как публичной, так и частной жизни. Именно городская жизнь во многом привела к упорядочиванию общественных процессов и появлению жёстких правил поведения. С другой стороны, общественные места, где люди могли бы взаимодействовать вне правил, и являлись залогом нормального функционирования городов.

Особое внимание исследованию этих процессов стали придавать только в XX веке. Одновременно в разных странах мира социологи и урбанисты занялись изучением поведения горожан в связи с развитием или упадком городов и их отдельных районов, а также связи этих процессов с политикой.

Значительные реформы городской жизни в США в начале XX века приводили к усилению централизованного планирования, разрывам с традиционным поведением и рациональной организацией использования пространства. Классическим примером реализации этой политики был план обновления городов, разработанный в 1950-е, одним из ярых апологетов которого был Роберт Мозес, застройщик Нью-Йорка. В ответ на эту политику Джейн Джейкобс — активистка,

урбанистка, а позднее писательница — фактически возглавила кампанию по борьбе с крупными проектами градостроительства, направленными на разрушение старых общин и сообществ, и обрушилась на чиновников, которые не хотели учитывать интересы жителей и идти на компромиссы.

Джейн Джейкобс — автор одной из самых известных книг по градостроительству XX века — «Жизнь и смерть больших американских городов» (The Death and Life of Great American Cities, New York: Random House and Vintage Books, 1961). По её словам, «Города имеют возможность предоставления чего-либо для всех только потому и только тогда, когда они созданы всеми». Учитывая, что уже сейчас почти три четверти земного населения живёт в городах, то, как организована жизнь людей и учёт их интересов, приобретает первостепенное значение.

## ПОНЯТИЕ «ТРЕТЬЕ МЕСТО»

Термин «третье место» применительно к общественным пространствам сформулировал социолог Рэй Ольденбург. Его книга «Третье место: кафе, кофейни, книжные магазины, бары, салоны красоты и другие места "тусовок" как фундамент сообщества», изданная в 1989 году, фактически явилась продолжением и ответом на труды Джейн Джейкобс и завершила формирование теории общественных пространств, которой мы активно пользуемся и в настоящее время.

Что такое «третье место» и какие пространства могут претендовать на данное название? Ольденбург считал, что «первое место» — это дом человека, «второе место» — это работа или учёба, где человек проводит много времени, но этих двух мест для современного человека недостаточно. Необходимо ещё одно — третье — место, которое не является домом или работой, но восполняет потребность человека в общении, самовыражении, установлении новых социальных связей и взаимодействии.

К таким «третьим местам» он отнес кафе, кофейни, бары, магазины и клубы, которые и вынесены в название книги. Он анализирует пабы, скверы, таверны и классические кофейни для того, чтобы понять их особенности и функции, которые они могут выполнять для отдельных граждан и для сообществ.



### Ольденбург:

*«Третье место» должно быть недорогим или бесплатным, регулярно посещаемым; местом, где легко вступить в беседу; предлагать напитки и еду; быть доброжелательным и комфортным, стимулировать людей остаться или вернуться вновь; местом по выбору.*

В результате Ольденбург формулирует следующие **8 основных признаков «третьих мест»:**

- Нейтральное пространство

Можно посещать «третьи места» тогда, когда хочется, проводить там столько времени, сколько хочется, в зависимости только от собственного желания. Посещение таких мест является добровольным и свободным и не зависит от экономических, политических, социальных или каких-либо иных факторов.

- «Уравнивающее» пространство

Очень важно, что никакой статус посетителей не имеет значения друг для друга. В одном пространстве могут находиться люди разных слоёв или образования, социальных или демографических ограничений, финансовых или каких-либо других формальных критериев членства. В «третьих местах» ценятся личностные качества, а не жизненный успех.

- Беседа — основная деятельность

Пожалуй, главная цель посещения «третьих мест» — это возможность общения, точка, где можно найти самых разных собеседников и обменяться мнениями на интересующую вас тему. Можно говорить то, что думаешь, конечно, уважая собеседников и избегая тем, неприятных для других. Важно и то, что можно хранить молчание, не участвовать в обсуждении.



### Ольденбург:

*В беседе люди узнают друг друга; они находят и развивают общие интересы и реализуют коллективные способности, жизненно важные для общества и демократии.*

## ○ Доступность и размещение

«Третье место» должно быть расположено так, чтобы туда было удобно добираться от дома или работы. Сюда можно прийти в любое время и встретить знакомых, а все гости желанны. Важно, чтобы «третье место» работало в нерабочее время — вечера и выходные, когда потребности в общении возрастают.

## ○ Завсегдатаи

В настоящем «третьем месте» всегда есть постоянные посетители. Они фактически и являются теми, кто формирует атмосферу или создаёт характер пространства. Они чувствуют здесь себя как дома, и в их обязанности входят поддержка и ориентация новичков, передача правил и традиций места.

## ○ Неприметность

«Третье место» — не пафосное или модное, оно способствует ощущению комфорта каждого посетителя, а также не затмевает их личности.

## ○ Позитивный настрой

Так как задача «третьего места» — это формирование комфортного ощущения для посетителей, то враждебность, тревоги и отчуждение остаются за дверьми, а внутри помещаются радость и взаимная поддержка.

## ○ Дом вдали от дома

Если бы было необходимо описать «третье место» совсем коротко, то можно было бы сказать именно так. Ведь именно дома мы чувствуем себя максимально комфортно и расслабленно, а в общественном пространстве мы ещё и получаем близкое по духу окружение, что способствует душевному спокойствию.

Ольденбург также описывает функции, которые общественные пространства выполняют для местных сообществ. Сам факт прямой связи — «"третье место" — сообщество» — является определяющим для всех, кто так или иначе думает о формировании современной городской среды и жизни горожанина.

## ФУНКЦИИ «ТРЕТЬИХ МЕСТ»

### ○ Объединение района

«Третье место» является «точкой сборки» разных жителей, представляющих интересы всех возможных обитателей и гостей территории. Так как главная отличительная черта и занятие в общественном пространстве — это беседа, то именно через неё и происходит объединение.

### ○ Ассимиляция

Для вновь прибывших или ищущих возможность реализовать себя на территории, где расположено общественное пространство (как горожан, так и бизнесменов), именно участие в событиях общественного пространства даёт возможность быстро перезнакомиться со знаковыми людьми и структурами, а также понять основные ценности и принципы функционирования района.

### ○ Сортировочный узел

Именно в «третьем месте» можно получить совет/направление, в котором можно развиваться или искать соратников, потому что именно там знают всех и всё.



### **Ольденбург:**

*Третьи места часто служат тому, чтобы впервые свести людей вместе.*

### ○ Организационный пункт

Если необходимы какие-то общие действия или выработка совместных инициатив даже для какой-то малой группы, общественное пространство представляет собой идеальное место, где можно собираться, обсуждать их и планировать работу.



- Продюсирование новых публичных лидеров

Сегодня, когда, казалось бы, интернет предоставляет все возможности для появления новых лидеров мнений и знаменитостей, всё так же важны личные знакомство и поддержка. Поэтому именно в ходе дискуссий и других событий в общественных пространствах есть отличная возможность выявить нового общественного деятеля и выказать ему поддержку. Кроме того, публичные персоны знают всех и могут подсказать, что и как устроено. Их не надо путать с завсегдатаями, которые «рулят» в «третьем месте». Публичные лидеры — держатели района, присматривают за тем, что в нём происходит.

- Связь поколений

Так как общественное пространство — «точка сборки» всех жителей, то там можно найти применение как пожилым, которым хотелось бы быть кому-то полезными, так и молодым, которые не всегда получают должную поддержку и внимание дома. Следствием такого процесса является и большая безопасность на территории, где все друг друга знают и друг за другом присматривают.

- Укрепление института дружбы

Если у вас есть место, где можно встречаться с друзьями, то сама дружба будет более качественной. Даже современные средства связи никогда не заменят возможности выпить вместе чашку чая или посидеть у окна.

- Общение как развлечение

Как уже сказано не один раз, беседа — главная отличительная черта и занятие в общественном пространстве. Но разговор не должен быть навязанным, кем-то спродюсированным или обязательно проблематизированным. Общение должно доставлять удовольствие, за ним должны возвращаться и его поддерживать и за пределами «третьего места».

- Форум

В «третьем месте» можно обсуждать любые темы, от политики до сейсмологии, и это их достоинство — нет ограничения ни по формам, ни по содержанию бесед и событий, которые можно там проводить.

- «Офис»

Со времени пандемии и хронической «удалёнки» у многих понятия «офис» и «дом» стали единым. Но необходимо, чтобы было нейтральное место, где можно было бы и поработать, а в некоторых странах и вовсе существует культура проведения деловых встреч именно в публичных пространствах.

Теория общественных пространств со времени первой публикации работы Ольденбурга получила значительное развитие в разных странах мира. Сегодня речь идёт о создании «третьей миссии» университетов, превращении библиотек и музеев в культурные «третьи места», а исследованиями таких общественных пространств, как скверы, набережные и площади, занимаются самые разные социологические и урбанистические институты. То, какие формы и направления развития приобретает эта концепция в каждой стране, конечно, зависит от её культурных и исторических аспектов.

Современный социолог и исследователь городских общественных пространств Ричард Сеннет пишет: «Самое важное, что характеризует публичную сферу, — это то, что в ней происходит. И это — собрание незнакомцев, делающее возможным определенные виды активности, которые нельзя себе представить или нельзя реализовать в приватной сфере».

Общественные пространства — всего лишь форма, неразрывно связанная с содержанием деятельности, которая в этих пространствах происходит.

## II. ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ ИНСТИТУЦИЙ, ИСПОЛНЯЮЩИХ ФУНКЦИИ ОБЩЕСТВЕННЫХ ПРОСТРАНСТВ В РОССИИ С 1700 ГОДА

Этот раздел дайджеста мы создали на основе исследования\*, проведённого по заказу центра «Благосфера» Агентством содействия развитию территорий и культурного предпринимательства «Творческие индустрии» в 2022 году (текст исследования ранее не публиковался).

### 1700–1910-Е ГОДЫ

1700 год как точка отсчёта появился не случайно. Конечно, и в более давние времена существовали институции, выполнявшие роль общественных пространств, — прежде всего храмы, если говорить о российской истории. Но именно в начале XVIII века, в русле петровских реформ, в России начинают происходить гораздо более быстрые, по сравнению с предыдущими веками, социальные преобразования, повлиявшие на изменение публичной сферы

\* Исследование истории развития и трансформации институтов и институций, выполнявших (выполняющих) функции общественных пространств в России в период с 1700 по 2015 год. Авторский коллектив: Елена Зеленцова, кандидат культурологии, зав. кафедрой территориального развития им. В. Л. Глазычева, научный руководитель Центра креативных индустрий ИОН РАНХиГС, основатель Агентства «Творческие индустрии»; Николай Гладких, кандидат филологических наук, педагог-организатор ГБПОУ «Воробьёвы горы»; Ольга Рубцова, магистр культурологии, продюсер просветительских проектов, преподаватель МВШСЭН; Екатерина Сачкова, кандидат философских наук, директор Агентства «Творческие индустрии», преподаватель кафедры территориального развития им. В. Л. Глазычева.

и вызвавшие к жизни новые виды общественных пространств.

Если сравнивать эти изменения с европейской историей, мы увидим существенные различия в «дорожной карте». На появление общественных пространств в Европе влияние оказали, прежде всего, буржуазные революции, уничтожившие сословия и провозгласившие принцип гражданского равенства. Процессы социальной мобильности, появление новой социальной группы — буржуазии и развитие публичной сферы города поставило на повестку дня вопрос о создании общественных пространств для коммуникации горожан. Эти коммуникационные рамки уже не ограничивались родом, семьёй и церковью. Выросло не только количество городских общественных пространств, появились их новые формы — парки, скверы, бульвары, кафе. Развитие сферы потребления вызвало к жизни магазины и торговые центры, развитие сферы досуга — музеи и картинные галереи, позже концертные залы и кинотеатры, развитие сферы путешествий и туризма — гостиницы и общественные пространства на курортах, в новой реальности преобразились также древние институции — театр, стадион, библиотека.

В России же образ жизни и элит, и простого народа был крайне замкнутым, что исключало потребность в больших пространствах, просторных залах для балов и увеселений и т. п. Общение происходило исключительно внутри семейных или родственных связей, а остальные взаимодействия осуществлялись исключительно по конкретному поводу — административному, религиозному, хозяйственному и т. п. Послы допетровской эпохи отмечали «тёмные и тесные палаты», неуютные храмы и т. д.

В ходе петровских реформ внедряются новые принципы не только градостроительства, но и публичного поведения. Появляются **ассамблеи**, новые стандарты общественной, светской жизни.

В екатерининскую эпоху «Жалованная грамота городам» 1785 года определила привилегии для состоятельных горожан и сами городские сословия. Тем самым было создано

(и/или официально признано) городское население, чей быт и образ жизни в большей степени нуждались в общественной жизни.

На рубеже XVIII–XIX веков в России появляются **салоны** и становятся центрами светской и культурной жизни. Отличительной российской особенностью были салоны известных писателей — Николая Карамзина, Ивана Дмитриева, Сергея Аксакова, Владимира Одоевского и других. Зачастую салоны становились площадками, где обсуждались острые политические и социальные вопросы, формировались планы переустройства мира, задумывались и впоследствии реализовывались инновационные по тем временам проекты — просветительские, социальные, культурные. Так, например, дом Михаила Нарышкина, сосланного в Курган в 1830-х годах, приобрёл статус клуба и центра социальной жизни.

В 1751 году в Ярославле открылся первый публичный театр Фёдора Волкова. Он был общедоступным, в отличие от театров придворных, а публика занимала места в зависимости от цены билета, а не от социального статуса.

С развитием промышленности в России начинает формироваться система массового просвещения и образования — школы и университеты, общедоступные музеи, картинные галереи, публичные библиотеки. Скачкообразный рост числа образованных людей, занятых умственным трудом, вызывает к жизни новые формы коммуникации и потребления. Плодятся художественные салоны, кафе, бары, торговые центры, первые гостиницы, курорты со своими общественными пространствами, спортзалы, игорные дома. В 1822 году был отстроен главный торговый центр царской России — Нижегородская ярмарка.

В 1882 году в Томске, а в 1883 году в Петербурге появились прообразы домов культуры — **«народные дома»**. Предполагается, что образцами послужили народные дома (People's Houses) в Англии, где первый народный дом появился ещё в XVIII веке. В народных домах размещались библиотеки и читальни, лекционные залы, музеи, сценические площадки, столовые и чайные,

воскресные школы и вечерние классы для взрослых, амбулатории для алкоголиков. Работа народных домов была направлена на просвещение, рекреацию, адаптацию крестьянских масс к жизни в городе, к работе на заводе, помощь в освоении элементарных социальных и культурных навыков.

## ВВЕДЕНСКИЙ НАРОДНЫЙ ДОМ

Введенский народный дом был одним из десяти народных домов Москвы, построенных по решению Правительства Российской империи в окраинных промышленных районах города с целью просвещения населения. Здание в стиле модерн было возведено в 1903 году по проекту архитектора Иллариона Иванова-Шица. Здесь имелся синематограф, устраивались бесплатные утренние спектакли, музыкальные вечера, читались лекции, работала библиотека.

С 1907 года народным домом заведовал Александр Бахрушин, известный коллекционер и меценат (в будущем основатель театрального музея). Он организовал самодеятельный рабочий театр с отличной труппой, игравшей Шекспира, Островского, Чехова и других классиков и современных драматургов.

В 1947 году здание было полностью перестроено архитектором Б. В. Ефимовичем в стиле сталинского ампира. Сегодня это Театрально-концертный зал «Дворец на Яузе».

## СОВЕТСКИЕ ОБЩЕСТВЕННЫЕ ПРОСТРАНСТВА

В конце 1920-х годов под эгидой Главполитпросвета началось массовое строительство общенародных и общедоступных пролетарских дворцов и **домов культуры**.

Складывалась система залов советского общественного здания: большой зал для митингов и празднеств, малый зал для собраний актива, клубная часть (лекционный зал, библиотека, читальный зал, музей, комнаты для занятий, красный уголок), кружковая зона, зоны для общения, фойе и зимние сады. Строительство продолжилось в 30-х,

а затем в 50-х годах. Для людей, занятых тяжёлым трудом, клубные учреждения культуры были местом разрядки — танцевальные вечера, народные театры, концерты. ДК стал таким же неотъемлемым элементом городской среды, как театр или библиотека. В 1973 году в СССР действовало более 134 тыс. клубов, домов и дворцов культуры, к концу 1980-х — около 137 тыс. клубных учреждений, 95,5 тыс. зданий.

В период социальной революции общественные пространства пытались строить даже там, где традиционно была территория приватная. Одной из таких попыток стало массовое строительство **«фабрик-кухонь»**, призванных создать условия для коллективного проведения времени на работе и отдыхе и даже во время приёмов пищи. Ещё более последовательными в попытках сделать частное общественным были создатели **домов-коммун**. Дома-коммуны воплотили пролетарскую идею «обобществления быта», или, другими словами, объединения жилого и общественного пространства.

## ДВОРЕЦ КУЛЬТУРЫ ЗИЛ

В конце XIX века в Симоновской слободе на берегу Москвы-реки располагались склады и нефтехранилища братьев Нобель и несколько заводов, самым большим из которых был «Котельный завод Бари». Собственно, именно отсюда на территорию Российской империи была распространена идея культурно-просветительской деятельности, которая затем оформилась в виде рабочих районных клубов и в итоге дала самый масштабный клубный проект 1920–1930-х — дворец культуры Пролетарского района.

Идея его создания была выдвинута в 1929 году профсоюзом металлистов (рабочих заводов «Динамо», «АМО», «Парострой» и «Трубоединение»). Правительственная комиссия учла пожелания жителей района и приняла решение снести Симонов монастырь. Проект дворца культуры Пролетарского района доверили архитекторам-конструктивистам — братьям Александру, Виктору и Леониду Весниным. Планировка здания напоминала очертания самолёта, а в центре идеологии дворца культуры находилась идея создания

нового человека. В структуру ДК входили научный и атеистический (кино)лекторий, планетарий, библиотека, драматический кружок, изостудия и т. д.

Старейший из кружков дворца — театральный (сегодня Драматический театр им. С. Л. Штейна) — основан в 1937 году. Работавшая и сегодня Образцовая изостудия существует также с 1937 года. В разные годы здесь работали шахматный клуб и кружок по шитью, здесь учились фотоделу и цирковому искусству, в студиях занимались радиолюбители, авиа- и автомоделлисты, пели и танцевали. В ЗИЛе проходили балы и карнавалы, выставки, встречи, лекции. Вероятно, самым зрелищными событиями ДК были новогодние ёлки. Помимо лекций и концертных мероприятий, здесь проходили встречи работников завода, болельщиков клуба «Торпедо», вручения дипломов студентам зиловского втуза (МАСИ, МГИУ). На протяжении советского периода, вплоть до 1990-х, ДК был центром жизни района.

## ПОСЛЕ ПЕРЕСТРОЙКИ

В конце 1990-х в России появились **торгово-развлекательные центры**, и с начала 2000-х их строительство становится фактически непрерывным. Первым стал ныне уже не существующий «Рамстор» на улице Ярцевской (1997) и торговый центр «Охотный ряд» (1997). Люди сделали эти площадки фактически центрами неофициальной общественной жизни. Для ряда социальных групп (например, подростки) ТЦ до сих пор являются таковыми, особенно в зимний период.

Взрывную популярность приобрели частные проекты, такие как **бары-кафе** «О.Г.И.», которые в конце 90-х стали сразу всем, — первым коворкингом, первым антикафе, первой площадкой для дискуссий и обсуждения новых проектов, первым лекториумом и т. д. Середина 1990-х — начало 2000-х стали временем расцвета **неформальных клубов**. С 1994 по 1997 год в Москве в 5-м Монетчиковском переулке работал культовый клуб «Птюч», в 1998-м открылся первый гибридный клуб и книжного магазина — «Проект О.Г.И.», в 1999-м — «Китайский лётчик Джао Да». В 2003-м открылась «Билингва» — место множества общественных дискуссий 2000-х.

С конца 1990-х годов, сначала в Москве и Санкт-Петербурге, начали появляться **креативные кластеры** — Центр современного искусства «Винзавод», Центр дизайна ArtPlay, дизайн-завод «Флакон», Лофт-проект «Этажи» и другие. Они не были связаны традиционными стереотипами культурных услуг, более современны в части культурных событий и активно сотрудничают с творческими индустриями. Для сравнения: ежегодная посещаемость Центра современного искусства «Винзавод» в 2010 году составляла 0,5 млн человек в год: одна эта площадка охватывала четверть аудитории всех дворцов и домов культуры Москвы. Примечательно, что все те, кто создавал первые общественные пространства нового типа, — это частные инвесторы и меценаты. Главной особенностью этих пространств было то, что они открыты для людей, но не навязывают и никак не предписывают им форматы досуга.

Ещё один феномен, который родился в Москве в 2010-х, — **антикафе**, или **тайм-кафе**, тип общественных заведений, в которых оплачиваются не еда и напитки, а проведённое время, в стоимость которого входят различные угощения, развлечения и мероприятия. Первой такой площадкой стало антикафе «Циферблат» на Покровке. Феномен антикафе привлёк огромное внимание не только посетителей, но и других предпринимателей. Антикафе, организованное московским творческим предпринимателем Иваном Митиным, заработало даже в Лондоне. В российских регионах также было открыто много подобных проектов.

Появляются **музеи нового типа** — такие как Еврейский музей и центр толерантности, Центр современной культуры «Гараж», Ельцин-центр и другие. Эти проекты объединял самый высокий уровень архитектурного и художественного исполнения, а также заложенная в концепцию открытость для общества.

Переосмысление государственных культурных учреждений начинается в 2010-е годы во многом как раз под влиянием новых частных проектов и развития креативных кластеров.

В 2014 году Минкульт утверждает «Модельный стандарт деятельности общедоступной **библиотеки**». Согласно стандарту, публичная библиотека превращается в центр социальной активности и коммуникации. Библиотека реорганизуется из книжного хранилища (хотя одна из основных функций библиотеки — продолжать хранить книги как ценность) в общественное пространство нового типа, где человеку должно быть удобно общаться, работать, проводить интеллектуальный досуг и пользоваться дополнительными сервисами.

## НЕКРАСОВКА, БИБЛИОТЕКА ГОГОЛЯ

В 2012–2015 годах Департамент культуры города Москвы реализовывал проект развития московских **домов культуры**, увидев в них потенциал общественных пространств нового типа. Флагманским проектом модернизации стал Культурный центр ЗИЛ. В домах культуры появляются Wi-Fi, буккроссинг, комфортные зоны для работы и отдыха, куда можно прийти позаниматься, пообщаться, поработать на компьютере, поиграть в настольные игры, выпить кофе.

Принципы создания и функционирования общественных пространств, сформированные в начале века передовыми площадками — как государственными, так и частными, — отражали основные принципы работы аналогичных пространств за рубежом. Горожане, заинтересованные в новых точках досуга, просвещения, работы, встреч и творческой самореализации, обеспечили рост трафика в этих новых пространствах. В то же самое время в начале 2010-х годов в развитии общественных пространств наметился перелом — городские, региональные, а затем и федеральные власти стали замечать это движение и всё больше «брать под крыло» частные инициативы. Таким образом, это движение, начавшееся «снизу», всё-таки стало движением навстречу.

## III. ОЦЕНКА УСПЕШНОСТИ И ПРИНЦИПЫ ЭФФЕКТИВНОСТИ ОБЩЕСТВЕННЫХ ПРОСТРАНСТВ

Принципы оценки общественных пространств активно обсуждаются экспертами по всему миру. Они сталкиваются в этом процессе с рядом непростых вопросов: как сравнивать разные по сути пространства — например, арт-кластеры и библиотеки; кто должен быть экспертом при оценке — пользователи или представители некоторых групп, эксперты; можно ли вообще выработать какой-то единый набор критериев? Специалисты в разных странах разрабатывали и продолжают разрабатывать не только методологию, но и, по сути, язык для описания самого процесса создания «третьих мест» с участием сообществ.

Базой этой работы явились труды Джейн Джейкобс и Уильяма Уайта, которые в 60-е годы XX века первыми сформулировали прорывную идею создания городов для людей, а не для машин и торговых центров. Они фокусировались на культурных и человеческих аспектах создания живых соседских (neighbourhoods) и общественных (public) пространств, где бы жители брали на себя ответственность за них и развивали их в соответствии со своими интересами и потребностями на благо сообщества.

В продолжение этих идей в 1975 году в США появился Проект общественных пространств (Project for public spaces, PPS) — объединение архитекторов, социологов и урбанистов, которые и занялись созданием комплексного подхода к созданию общественных пространств (placemaking).

За эти годы эксперты и партнёры PPS проанализировали более 3500 различных общественных пространств во всех штатах США, а также более чем в 50 странах мира. Результатами их работы стали не только кейсы

пространств в самых разных странах мира, но и руководства для сообществ, желающих изменить или создать свои собственные пространства.

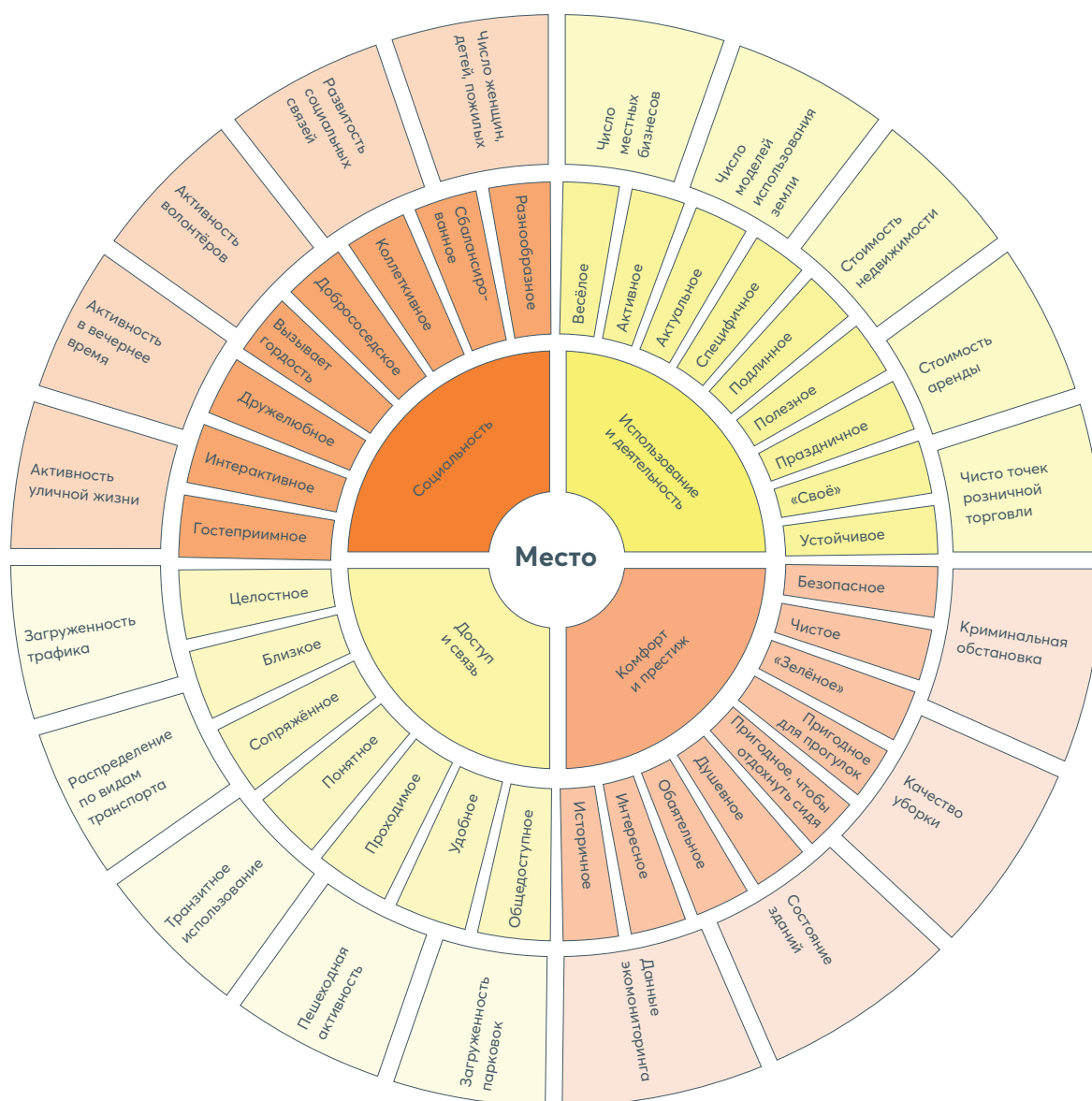
Одним из основных достижений Проекта стала «диаграмма места» — специальная методология проверки пространств на успешность.

Диаграмма состоит из трёх основных блоков: внутреннее кольцо — это основные атрибуты/характеристики пространств; второе кольцо — нематериальные активы по каждому из четырёх блоков; внешнее кольцо — количественные характеристики, которые позволяют оценить основные атрибуты в измеряемых параметрах.

**К основным характеристикам принято относить только четыре** — именно они объединяют все успешные пространства:

- они доступны;
- люди вовлечены в активности, которые там происходят;
- сами пространства комфортны и обладают положительным имиджем;
- они открыты (социальны) — принимают всех людей, которые туда приходят.

Главный критерий для оценки «живости» пространства и его «общественности» — использование пространств жителями



и членами сообщества, которые раз за разом возвращаются в него. Именно это делает его общественным, а одновременно — уникальным и особенным. Пространство, в котором нет обитателей и не происходит никакой деятельности, вряд ли можно считать общественным, заключают эксперты PPS.

Вот на что, по их мнению, нужно обращать внимание при оценке эффективности работы общественного пространства:

- Чем больше активностей, в которых люди могут принять участие, тем лучше.
- Есть баланс разных возрастов и разных полов среди участников событий.
- Пространство используется в течение всего дня.
- Пространство используют как группы граждан, так и отдельные жители, что говорит о том, что это место, где можно провести время с друзьями, оно более социальное и, следовательно, весёлое.
- Главный определяющий фактор — насколько хорошо пространство управляется.

## САМООЦЕНКА

Для самооценки эксперты предлагают задать себе следующие вопросы:

- Используется ли пространство или стоит пустым?
- Используется ли пространство людьми разных возрастов?
- Люди объединяются в группы?
- Сколько разных типов активностей происходит одновременно — например, люди ходят, едят, говорят, играют во что-то, читают, отдыхают?
- Какие части пространства используются, а какие — нет?
- Есть ли возможность выбрать, что делать?

- Можно ли однозначно определить, кто отвечает за пространство и к кому можно обратиться с вопросом?

Используя «диаграмму места», можно выписать характеристики своего пространства и сравнить с модельными, а также оценить число местных бизнесов как таковых и число тех, кто взаимодействует с пространством, виды использования пространства (коммерческая аренда / партнёрство), стоимость аренды вокруг пространства и наличие розничной торговли как вокруг, так и в самом пространстве.

Используя материалы PPS, можно найти информацию по каждому из четырёх ключевых атрибутов, а также кейсы и комментарии держателей пространств из разных стран мира.

## 11 ПРИНЦИПОВ СОЗДАНИЯ ОБЩЕСТВЕННЫХ ПРОСТРАНСТВ

PPS в ходе своей аналитической работы впервые сформулировал 11 принципов, которые теперь считаются универсальными для проверки эффективности работы «третьих мест».

1. Лучший эксперт — сообщество.
2. Вы создаёте место, а не дизайн-концепцию.
3. Вы ничего не добьётесь в одиночку.
4. Всегда будут те, кто скажет, что это невозможно.
5. Наблюдая, можно увидеть.
6. Создавайте образ общественного пространства.
7. Форма поддерживает функцию.
8. Триангулируйте.
9. Легче, быстрее, дешевле.
10. Деньги — это не проблема.
11. Ваша работа никогда не заканчивается.



Здесь обратим внимание на некоторые из них.

Главный принцип состоит в том, что **само сообщество является** лучшим и самым важным **экспертом** по развитию и деятельности общественного пространства. Ещё на этапе создания «третьего места» нужно оценить ресурсы сообщества, которые можно привлечь. Это не только талантливые жители, это могут быть и знатоки истории вашего места, и местные предприниматели, которые понимают экономическое устройство сообщества, а также визионеры, которые могут поделиться интересными мыслями. Учёт всех ресурсов и вовлечение разных заинтересованных сторон позволит им в дальнейшем считать место «своим», разделять за него ответственность, желать его развития и процветания.

Достаточно часто для создания «третьих мест» привлекают команды разработчиков, готовые предложить современную концепцию и дизайн, но не всегда помнят о том, что создают пространство для сообщества. Конечно, необходимы физические атрибуты, которые делают пространство привлекательным и комфортным, но цель — это создание пространства с очень чётким чувством сообщества, а также местом для совместной деятельности его членов. Это гораздо легче сказать, чем воплотить на практике.

**Создать общественное пространство в одиночку невозможно.** Партнёры, соратники, последователи и даже критики — все они необходимые составляющие будущего успеха. Среди них могут быть самые разные институции и лица — бизнес, музей, школа, местная власть и т. д.

Один из самых важных принципов успешного планирования и развития пространства — насмотренность. **Наблюдая за другими,** можно выявить много удачных и не совсем удачных моментов. Анализируя, как люди используют или не используют то или иное общественное пространство, можно понять, что работает, а что — нет, каких активностей много, а каких — точно не хватает. Главное, помнить, что этот процесс наблюдения не заканчивается с запуском своего пространства, — надо

постоянно наблюдать и изменять их в зависимости от вашего сообщества и его предпочтений.

**Создание образа общественного пространства** зависит от каждого сообщества, которое его создаёт. Этот образ должен строиться, конечно, с учётом тех активностей, которые будут происходить в пространстве, удобства, а также важности самого места для людей, которые хотят в нём быть. Хорошо, если наличие пространства также воспринимается локальным сообществом как гордость за ту территорию, на которой они существуют, живут или работают.

«Третье место» — комплексная, сложная сущность, поэтому думать, что можно всё спланировать и запустить прямо с самого начала, не стоит. Начинайте с малого, экспериментируйте, вносите большие и маленькие изменения. Можно добавить лавочку, книжную полку или мини-садик, это возможно создать за короткий срок, и это будет заметным изменением. В любом случае пробуйте **легче, быстрее, дешевле.**

**Авторы определяют триангуляцию как** процесс, при котором некий внешний стимул обеспечивает такую связь между совершенно незнакомыми людьми, что они начинают общаться, как будто знакомы уже давно. И задача общественного пространства как раз запустить этот процесс триангуляции.

По своей сути общественное пространство — это ответ на запросы и нужды сообщества, а любое сообщество непостоянно, оно бесконечно изменяется. Поэтому задача любого «третьего места» быть готовым к трансформации, в том числе с управленческой точки зрения, и в этом смысле **работа по созданию общественного пространства никогда не заканчивается.**

## ДЕВЯТЬ ПРИНЦИПОВ ЭФФЕКТИВНОСТИ РОССИЙСКИХ ОБЩЕСТВЕННЫХ ПРОСТРАНСТВ

В 2017 году центр «Благосфера» создал сообщество руководителей и основателей общественных пространств нового типа, в которое сегодня входят сотни людей из более чем 40 регионов РФ. Эти пространства, вне зависимости от их юридического статуса и вида (государственные библиотеки, частные ДК, коворкинги, музеи и т. д.), объединяют идеи вовлечения жителей в социальную активность и позитивное влияние на развитие местных сообществ и территории. Работе таких институций посвящена ежегодная конференция «Благосферы» «Фабрика пространств», выпускаемый центром подкаст «Третье место» и онлайн-ресурс «ProПространства».

На первой конференции «Фабрика пространств», состоявшейся в октябре 2017 года, «Благосфера» предложила сообществу руководителей и основателей российских общественных пространств рассмотреть различные подходы к оценке эффективности из описанных выше, согласиться или не согласиться с ними или предложить свои. Так были сформулированы следующие девять принципов эффективного общественного пространства, которые выведены из практики деятельности российских площадок.

### 1. Доступность

Общественное пространство тем привлекательнее для аудитории, чем более оно доступно как в физическом смысле (всё, что связано с технической инфраструктурой доступности для маломобильных групп, удобством расположения, транспортной доступностью и т. п.), так и в плане отсутствия психологических барьеров (пространство не должно «считываться» как закрытый клуб «для своих») или прямых запретов, ограничивающих его использование для каких-то групп населения («пожилых не ждём, здесь всё модно-молодёжно», «у нас — только для "зелёных"»).

### 2. Мультиактивность

Пространство успешнее, если оно не замыкается только на одном виде деятельности. Например, новые центры современного искусства, которые проводят только выставки, — уже редкая модель. Потому что занимаясь только экспонированием, пусть даже современных художников, они бы ничем не отличались от классических галерей и имели бы довольно ограниченный круг постоянных посетителей. Успешные же центры обрастают самыми разными активностями: кроме логичных по тематике арт-резиденций, всевозможных экскурсий, встреч локальных творческих групп, в них могут проводиться киносеансы, концерты, квесты и даже кулинарные вечеринки, собираться самые разные клубы по интересам и т. д. Всё это, конечно, должно быть вписано в общую концепцию пространства и помогать достижению цели поддержки и продвижения современного искусства. И именно такое разнообразие и ведёт к расширению аудитории и её вовлечению в мир современного искусства, то есть к эффективности реализации самой концепции пространства.

### 3. Наличие сервисов

Современные жители — в первую очередь горожане — уже привыкли к тому, что их повседневную жизнь окружают самые различные сервисы. И их отсутствие «под рукой» может существенно снижать градус лояльности к общественному пространству.

Один из самых востребованных сервисов для общественных пространств — кафе или хотя бы кофе-точка / чайная станция. Возможность посидеть за чашечкой кофе — серьёзный мотиватор для того, чтобы выбрать то или иное пространство или прийти сюда снова. Среди других популярных сервисов, которые, по наблюдениям сотрудников общественных пространств, ждут посетители, — доступ к Wi-Fi, наличие парковки, коворкинг, детская зона, онлайн-бронирование, если пространство сдаётся для сторонних мероприятий, библиотека или буккроссинг (то есть возможность бесплатно взять книжку и почитать её прямо здесь).

Сервисы могут быть и специализированными, подчёркивающими ту или иную концепцию пространства. Например, возможность сдать вторсырьё.

#### **4. Гибкость и трансформация**

Эффективность общественного пространства зависит также от его способности к быстрой трансформации — под запросы сообщества, развитие новых направлений, новые форматы событий и т. д. Это выражается как в «физической» гибкости: то есть в буквальном смысле в возможности перестройки пространства, переноса мебели и антуража, выделения новых зон, — так и в контентной. То есть в умении не ставить себе искусственные границы, открывать новые сервисы и проекты, строить неожиданные партнёрства, — не изменяя при этом своей миссии.

Так, в театрах сегодня появляются ночные экскурсии и соседские клубы, в библиотеках — спортивные уголки с тренажёрами, музеи проводят велосипедные экскурсии и т. д. Пространство, в котором столы прикручены к полу раз и навсегда, расставлены массивные несдвигаемые кресла, так же будет проигрывать в борьбе за сторонников и сообщество, как и пространство, не позволяющее себе пробовать новые форматы и вступать в «неклассические» коллаборации.

#### **5. Коммуникативный дизайн**

На эффективность пространства существенным образом влияет его дизайн. Но речь идёт не просто о «красивом», современном дизайне (тут во многом — дело вкуса). И даже не просто о функциональном дизайне (когда диван не только подходит по цвету, но и на нём удобно посидеть, а вот тут можно облокотиться на стойку). А о таком дизайне, который будет помогать пространству общаться с его посетителем, делая его пребывание более комфортным, с одной стороны, а с другой — транслировать ценности и концепцию самого пространства.

Успешный коммуникативный дизайн предполагает хорошо продуманную и визуализированную навигацию, понятную даже для новых посетителей зоны (вот здесь

отдыхают, а здесь работают, а это места для зрителей). Располагаемые в пространстве объекты, надписи работают на общее восприятие идеи пространства. Иногда ценности в виде надписей в буквальном смысле фиксируются на стенах, ступенях, в интерьере пространства, а иногда считываются благодаря определённому стилю сидений (уютные кресла-груши, строгие стулья, подушки на ступенях), расположению мебели, наличию тех или иных зон, «тону» служебных надписей и т. д.

#### **6. Эмоциональная вариативность**

Возможность удовлетворения потребности современного человека в переживании в пространстве разных эмоций во многом влияет на установление устойчивых связей, формирование сообщества. Если, например, музей «запрограммирован» только на определённый эмоциональный алгоритм для посетителя (только переживание трагедии истории или только восхищение какой-то конкретной личностью), не предусматривая или «зон разгрузки» в пространстве, или сочетания разного по эмоциям контента, или событий, где можно попасть в другую эмоциональную атмосферу в тех же стенах, то посетитель, так или иначе, будет ограничивать количество своих контактов с пространством. Ведь оно должно «совпасть» с его готовностью переживать именно эту эмоцию.

#### **7. Свобода выбора**

Пространство тем более вовлекает людей в свою орбиту, чем более удовлетворяет принципу свободы выбора — не только эмоционального поведения, но и в более широком смысле — поведения и проживания себя в пространстве. Это и возможность оставаться одному, будучи в обществе. И возможность примерить на себя разные роли — завсегдатая кафе, посетителя лекции или организатора клуба. И возможность выбора разных форматов участия.

В то же время этот принцип — про концепцию самого пространства, у которого тоже должна оставаться свобода выбора: направлений деятельности, выхода на новые аудитории, партнёров. Если он искусственно ограничивается кем-то (учредителями, спонсорами и так далее), это значительно снижает эффективность работы.

## 8. Профессионализм

Необходимость меняться, пробовать работу с новыми направлениями и аудиториями, доступность и т. д. не отменяют принципа профессионального подхода к своей деятельности. Профессионализм в реализации выбранной концепции, управлении, привлечении средств, работе команды, коммуникациях, предоставлении услуг и т. д. напрямую влияет на эффективность работы.

## 9. Создание атмосферы

Этот принцип, хотя и приведён в списке последним, на самом деле является чуть ли не главенствующим. Самый частый ответ посетителей на вопрос, почему вы приходите именно в это общественное пространство, — «из-за атмосферы».

При этом это один из наиболее трудно «конструируемых» принципов, по мнению коллег из общественных пространств. Потому что конкретизировать, что именно стоит за словом «атмосфера», очень сложно. Это точно не что-то одно — это совокупность факторов.

На одной из ежегодных конференций «Фабрика пространств» участники постарались разобраться подробнее с этим вопросом. По результатам конференции сообщество руководителей и основателей общественных пространств вывело следующие принципы формирования атмосферы в общественном пространстве.

## КАК УХВАТИТЬ ЗА ХВОСТ АТМОСФЕРУ?

### 1. Общественное пространство должно быть общественным

Этот принцип, кажущийся на первый взгляд тавтологией, кидает камень в огород неудачных попыток создания общественных пространств, когда удаётся копировать внешнюю оболочку (чаще всего — современный дизайн, наличие новых сервисов), но не суть общественного пространства.

Это может касаться, например, давно созданных ДК, музеев или библиотек, которые стараются соответствовать новой концепции общественного пространства, но по сути не меняют своего «поведения» по отношению к аудитории и остаются пространствами, живущими по жёстким правилам («Тишина должна быть в библиотеке!», «Руками не трогать!», «Только с экскурсией!»).

Иногда названное общественным пространство на самом деле обслуживает интересы закрытой группы (что-то вроде элитарных клубов), и порог попадания в эту группу достаточно высок (начиная с величины членского взноса и оканчивая содержательной повесткой), так что барьеры считаются буквально «в воздухе».

### 2. Соответствие городскому контексту

Пространство считается местными жителями как «своё», а гостями — как часть территории, если оно логично «вписано» в эту территорию. Тут речь может идти как об историко-культурной концепции (это в первую очередь касается общественных пространств, открывающихся в исторических зданиях или на ревитализированной территории), так и о концепции соответствия городскому запросу. Например, «Фабрика 1830» в Балашихе изначально подбирала резидентов исходя из запроса на семейный и молодёжный досуг: Балашиха — один из самых молодых по населению городов в ореоле Москвы, здесь проживает очень много молодых семей.

### 3. Постоянная временность

Этот принцип соответствует уже упомянутому тезису, что по-настоящему общественное пространство нельзя создать раз и навсегда. Оно призвано меняться, — опираясь на запросы сообщества, пробуя новые направления и т. д. Когда такой подход осознан и транслируется вовне (как визуально — новые объекты, мебель, зоны; так и на уровне нового контента), это тоже создаёт вовлекающую атмосферу.

В современной практике это выражается в том числе в соучастном проектировании — менять пространство приглашают самые разные группы стейкхолдеров.

### 4. Смелость, бескомпромиссность и ценностная сервисная модель

Формированию атмосферы способствует также наличие собственных принципов и позиции, которые транслирует пространство (например, инклюзивный подход, неангажированность, несмотря на порой существенные затраты, которые она за собой влечёт, и т. д.). Это может выражаться в том числе в ценностном подходе к предоставлению услуг: например, особые условия для групп самопомощи или местных творческих индустрий, если это зашито в концепцию пространства.

### 5. Сообщество как главный актив

Атмосферу создают люди, — поэтому пространство атмосферно тогда, когда оно опирается в первую очередь на людей, сообщества. Пространство живёт и транслирует свою «живость» благодаря тому, что его постоянно используют эти сообщества, вкладываясь в том числе в его развитие. А не потому, например, что оно сдаётся под закрытые крутые корпоративы. Это не значит, что второго не может быть. Но при отсутствии первого добиться вовлекающей атмосферы практически невозможно.

### 6. Открытость

В применении к атмосфере это, прежде всего, про отсутствие барьеров — материальных и нематериальных — для входа в пространство. Насколько по карману среднестатистическому местному жителю посещение событий и использование услуг? Можно ли посетить пространство вне рамок каких-то мероприятий?

### 7. Присвоение пространства

Это про ощущение места «своим». Порой для этого достаточно совпасть в представлениях о стиле, а иногда нужно много маленьких деталей, чтобы почувствовать это место как «дом вне дома». Возможность садиться за «свой» столик или в «свой» угол. Оставить сменку, использовать одну и ту же кружку. Возможность зайти поболтать с администратором — просто так, вне каких-то событий. Принести из дома комнатное растение и заходить приглядывать за ним. Встречать здесь в одно и то же время одних и тех же людей (привет Ольденбургу с его «завсегда-таями»). Сделать что-то для этого пространства своими руками.

### 8. Забота

Это осознанная задача помогать посетителям, упрощать их жизнь в пространстве. Она должна ощущаться пользователями: от доброжелательности в общении до внимания к деталям при использовании пространства. Для команды пространства это должно быть принципом взаимодействия с посетителями и клиентами. Атмосфера заботы — один из лучших проводников для привлечения аудитории.

## IV. МОДЕЛИ СОВРЕМЕННЫХ ОБЩЕСТВЕННЫХ ПРОСТРАНСТВ В РОССИИ

Рассмотрим несколько более-менее устоявшихся моделей новых общественных пространств, уделяя внимание принципам их финансирования, сервисной и контент-концепциям.

### БИБЛИОТЕКА/ДК/МУЗЕЙ — СТАРОЕ ПРОСТРАНСТВО НОВОГО ТИПА

Это государственные учреждения, финансируемые из бюджета, находящиеся в городской системе культурных учреждений, все услуги предоставляются бесплатно; реже — частично финансируемые из бюджета головного городского предприятия (заводской ДК, профсоюзная библиотека, фабричный музей).

Их основное отличие от подобных учреждений, не перешагнувших порог «нового типа», — мультиформатность, более широкая содержательная концепция и бóльшая открытость. Они предоставляют новые для себя услуги для жителей (это могут быть коворкинги, студии для записи, резидентство, даже мини-типографии и кухни для совместных кулинарных праздников и т. д.), являются событийными площадками и местом сбора локальных сообществ.

## КЕЙСЫ

### Некрасовка

Библиотека имени Н. А. Некрасова сегодня — это не просто стеллажи с книгами, но и площадка, куда можно прийти с друзьями, пообщаться с интересными людьми, научиться чему-нибудь новому. Здесь есть коворкинг, залы для мероприятий. Посетители могут поработать или позаниматься в тихой, спокойной обстановке, почитать книжку, полистать журналы и газеты, а могут посмотреть кино, послушать концерт, пойти на лекцию или мастер-класс.

Здесь проходят клубные встречи различных сообществ, на каникулах занимаются подростки, есть свои «фирменные» события (Фестиваль одной книги). Библиотека выпускает подкасты, работает на городских площадках. Чтобы понять, как Некрасовка «вписана» в городской контекст, можно привести только один пример. Библиотека находится в Москве в районе Бауманки, здесь достаточно большой трафик от вокзала, поэтому в Некрасовку регулярно стучатся бездомные, люди с зависимостями и другие люди в трудной жизненной ситуации. Вместе с благотворительными организациями Некрасовка разработала для таких людей инструкции, куда можно обратиться, и выдаёт их тем, кто приходит.

Некрасовка также является модельной библиотекой, команда много работает над разработкой стандартов для других библиотечных учреждений — от дизайна пространства до онлайн-работы (Электронекрасовка — огромная часть деятельности библиотеки). Например, Некрасовка разработала свои рекомендации для библиотек по стилю написания табличек и других текстовых обращений к посетителям.

### Пушкинский.Ю

Это молодёжное пространство классического музея изобразительных искусств им. А. С. Пушкина в Москве. Сейчас оно работает в отдельном здании возле музея, где есть своё выставочное пространство, проходят обучающие программы по искусству для молодёжи и находится молодёжный коворкинг.

Он работает бесплатно для молодых людей от 14 до 21 года. Тут есть компьютеры и музейный Wi-Fi, можно выпить кофе, поиграть в настольные игры или поработать, пообщаться в компании. В коворкинге регулярно проходят встречи, лекции и другие мероприятия. Это бесплатно, для посещения нужно записаться.

### Ex Libris

Открытие креативного пространства состоялось в 2018 году при поддержке Объединённой металлургической компании и благотворительного фонда «ОМК-Участие». Название было выбрано по итогам общегородского конкурса. В переводе с латинского оно означает «из книг». Связь с книгами у площадки прямая — она находится в одном помещении с профсоюзной библиотекой Выксунского металлургического завода. Здесь можно посетить читальный зал или выбрать книгу для домашнего чтения.

В пространстве насыщенная событийная программа — тематические вечера, тренинги, мастер-классы, концерты, творческие мастерские, литературный клуб и многое другое. У центра есть восемь тематических направлений: личностный рост, творчество, музыка, интеллектуальные игры, культура и искусство, волонтерство, экология и профориентация. Здесь проводят встречи инициативные группы, пространство можно также снять для своего мероприятия.

В обычные дни, когда не проводятся большие массовые мероприятия, в пространстве работает коворкинг. Все продукты, которые разрабатываются непосредственно инициативной командой пространства, — платные. Коворкинг, работа сообществ — бесплатны.

## НОВЫЙ МОЛОДЁЖНЫЙ ЦЕНТР

Чаще всего это пространства, созданные в последние годы (начиная примерно с 2018–2019 годов, а более интенсивно — в 2022–2023 годах), финансируемые напрямую из бюджетов местных министерств и комитетов молодёжи или через госгранты (в большинстве случаев Росмолодёжи). Их основная задача — быть площадками для

самореализации, лидерского роста и досуга молодёжи, соответствуя при этом задачам молодёжной политики.

Есть примеры, когда они создаются как сеть районных молодёжных центров — при этом каждый со своей концепцией (например, в Новосибирске под «зонтиком» молодёжного центра «Содружество» в разных районах действуют открытое пространство «Балкон», стильный коворкинг «Тут шьют», семейное пространство «Как дома», арт-пространство «Фактура», пространство «Терминал», подростковый центр «Юность»). Иногда пространства находятся на базе молодёжных образовательных центров (например, Max Gorky в Благовещенске), иногда концентрируются на поддержке молодёжных объединений (коворкинг-пространство «Ёж» в Барнауле).

Не всегда таким пространствам удаётся избавиться от «флёра» госучреждения. Но всё-таки по-настоящему общественных молодёжных центров становится всё больше.

## КЕЙСЫ

### "StrelkaHall"

Это центр поддержки творческих, образовательных и общественных молодёжных инициатив в Самаре. Он располагается в центре города, в пределах двух кварталов находится более десяти корпусов вузов. Здесь можно поработать в коворкинге, а также посетить лекции, мастер-классы, киноклубы, занятия йогой, свопы и другие открытые события. На площадке есть пункт сбора сырья для последующей переработки.

Активисты и представители студенческих и молодёжных организаций могут подать заявку на резиденцию — бесплатную поддержку в реализации своего проекта от стадии планирования до реализации, включая площадку, помощь дизайнера, SMM и фотографа. Слоган центра — «Стрелка задаёт направление!» Такая продюсерская резидентская программа доступна для авторских проектов в сфере искусства и дизайна, видео и анимации, кино, музыки, фото, медиа и издательства, дизайна одежды, экологии и в других направлениях.

Это одно из пространств, которое открывалось в Самарской области при поддержке Росмолодёжи в 2017 году. Но далеко не все из созданных тогда молодёжных центров стали такими же успешными и по-настоящему «живыми», населёнными молодёжью, как Strelka Hall.

### «Балкон»

Это одно из пространств, созданных и курируемых городским молодёжным центром «Содружество» в Новосибирске. Открытое пространство «Балкон» — это место для развития, творчества и отдыха. У молодых людей есть возможность посетить развивающие лекции, мастер-классы и воркшопы в области психологии, искусства, науки, коммуникаций, иностранных языков и цифровых навыков.

В пространстве самые разные локации для совместной работы: от большого опенспейса до уединённой мастерской, где каждый молодой человек может поработать на ноутбуке или провести деловое собрание.

Сюда приходят играть в настольные игры, участвуют в формате «открытый микрофон», квизах и поэтических вечерах.

В пространстве каждый молодой человек может организовать собственное событие или предложить идею мероприятия на тему, которая кажется интересной и привлекательной для молодёжи города. С июня по август работает летняя веранда, на которой проводятся события под открытым небом.

Все события бесплатны для посещения.

### «Контора пароходства»

«Контора пароходства» — это культурный мультицентр в Тюмени, в историческом отреставрированном здании на набережной реки Туры. Пространство совмещает в себе выставочный центр, кофейню, лектории, а летом ещё и веранду с открытой площадкой. Деятельность «Конторы» выходит за рамки одного здания, команда работает с фестивалями, экскурсиями и помогает развивать городскую среду.

У «Конторы» два основных направления работы: развитие современного искусства (в выставочном пространстве «Конторы» регулярно проходят выставки современных художников со всей России) и изменение городской среды (центр отстаивает концепцию уникальности городской среды, предоставляет возможность авторам взаимодействовать с городскими локациями: один из проектов «Конторы» — фестиваль стрит-арта «Морфология улиц»).

В «Конторе» можно проводить свои события — за плату, вход на выставки и события также по билетам, но есть и бесплатная программа.

История нового центра началась с поиска творческой командой помещения для центра творческих индустрий и современного искусства. Проект поддержало правительство и выделило средства на реставрацию здания для нового мультицентра, сегодня деятельность «Конторы пароходства» продолжает поддерживаться из бюджета и курироваться со стороны Департамента по общественным связям, коммуникациям и молодёжной политике Тюменской области. Команда центра — молодёжная, которая реализует как свои проекты, так и с привлечением других молодёжных творческих групп и авторов.

## НЕЗАВИСИМЫЙ КУЛЬТУРНЫЙ ЦЕНТР ИЛИ АРТ-ЦЕНТР

Общественные пространства этого типа начали активно развиваться в последние 3–7 лет. В отличие от реновированных ДК, они создаются с нуля лидерами или инициативными группами, и чаще всего их стартовый капитал формируется из личных сбережений учредителей, с привлечением частных пожертвований или вкладом бизнеса.

Одной из важных доминант концепции этих пространств является продвижение современного искусства и — шире — культуры, а также поддержка современных, особенно локальных, авторов и творческих проектов. Такие пространства стараются вписать себя в городской контекст, предьявляя в том числе уникальные локальные творческие



и туристические продукты, часто становятся продюсерами местных творческих и других бизнесов и в целом продюсерами территории.

Зарабатывают такие пространства коммерческими услугами, а также привлечением проектного финансирования из разных источников. Они охотно идут на партнёрства с различными институциями, но остаются вне прямого управления какими бы то ни было органами государственной власти.

## КЕЙСЫ

### «Рельсы»

Центр современной культуры «Рельсы» в Твери создан в 2018 году. Его идейные основатели искали помещение для центра больше года. Местный бизнесмен, партнёр проекта, проникшийся идеей создания в Твери актуального культурного пространства, предложил в аренду второй этаж здания в центре города и согласился вложить средства в ремонт.

На открытие центра на краудфандинговой платформе было собрано более 600 тыс. рублей, ещё около 750 тыс. передали местные предприниматели в виде прямой финансовой помощи, арендодатель и его партнёры направили на обустройство центра 5,5 млн рублей. Девиз «Рельсов» — «Открыто жителями для жителей».

В центре «Рельсы» проходят лекции и клубные встречи, выставки, форумы, кинофестивали. У центра есть Детская программа — мастер-классы и студии для детей. У «Рельсов» также есть резиденты — для них льготные условия по аренде взамен на события, которые они проводят для горожан на площадке.

«Рельсы» проводят городские фестивали, выпустили свой путеводитель по Твери, работают с местными бизнесами, продвигая их продукцию на своей территории. В библиотеке «Рельсов» собрано около 500 современных книг, посвящённых искусству, дизайну, архитектуре, фотографии, городской среде. Библиотека доступна всем посетителям «Рельсов». В центре есть кафе, зона читальни, два зала для встреч и событий.

### «Револют-центр»

Это независимое пространство в Сыктывкаре совмещает функции общественного пространства, культурного центра и площадки для развития малого бизнеса. Он учреждён НКО — медиапроектом, его создание поддержали местные общественные деятели и предприниматели. Перед открытием Револют-центр пригласил горожан сформулировать, чего они ждут от нового общественного и культурного пространства.

Девиз центра — «Искусство. Общение. Кофе». Кроме пространства для выставок и событий, здесь есть кофейня, магазин, где можно купить товары локальных брендов, а недавно открылась своя гостиница! Каждый её номер знакомит гостей с разными составляющими Коми как территории.

Здесь проходят художественные и другие творческие резиденции, проводят свои события НКО и инициативные группы — лекции, встречи литературного клуба, курсы финансовой грамотности, открытая арт-лаборатория, в которой совместно работают преподаватели искусства и студенты, концерты, семинары, тренинги, кинопоказы, ежемесячные выставки, ярмарки.

Револют-центр финансируется за счёт выручки кофейни и благотворительного магазина, а также за счёт аренды помещений, дохода от гостиницы и дополнительных услуг.

Пространство названо в честь Революта Пименова, математика с мировым именем.

### «Флигель»

Центр современной культуры «Флигель» во Владимире представляет собой площадку, совмещающую партнёрский проект бар Luzer и два выставочных зала. Поэтому это общественное пространство нравится не только представителям творческих профессий, но и студентам, людям из IT-сферы, весёлым компаниям и всем, кто интересуется современным искусством и любит форматы свободного общения.

«Флигель» создавался в том числе для того, чтобы поддерживать и продвигать творчество владимирских художников. Здесь они могут выставлять свои работы, а также продавать их через галерею на сайте пространства. Работа центра, так или иначе, строится вокруг галереи.

Центр открылся в 2020 году по личной инициативе его нынешнего руководителя — ценителя искусства Анастасии Вавиловой, в 2018 году организовавшей фестиваль во Владимире и объединившей вокруг себя единомышленников. В покупку здания были вложены собственные средства.

В центре регулярно проводятся бесплатные выставки, сопровождающиеся аудиогидом и музыкальными композициями. Среди платных услуг «Флигеля» — лекции, кинопоказы, театральные выступления и организация мероприятий. Здесь действуют книжный и кино-клуб, проводятся сеансы арт-терапии. С центром современной культуры на постоянной основе сотрудничают гиды, которые проводят авторские экскурсии по Владимиру.

## СОСЕДСКИЙ (КОМЬЮНИТИ-) ЦЕНТР

Соседский центр — модель, активно работающая и тиражируемая за рубежом, — в России начала приживаться в 2000-е, и первыми инициаторами таких центров становились инициативные группы жителей и НКО. Концепция центра соответствует его названию: он прежде всего создаётся как пространство для общения и досуга местных жителей, соседей по микрорайону или по дому. Здесь можно совместно отмечать праздники, проводить мастер-классы для детей и взрослых, устраивать лекции и игры. В концепцию также может входить продюсирование услуг местных жителей: разного рода мастерские (столярные, швейные, ремонтные и т. д.), образовательные занятия с детьми и взрослыми и др. Первые соседские центры, открывавшиеся энтузиастами (часто в полуподвальных помещениях многоэтажек), в складчину обставлялись соседями, а ключ для использования буквально передавался из рук в руки.

Перелом в развитии концепций соседских центров наступает, когда на эту поляну приходят девелоперы. Теперь в новых районах, которые строятся социально продвинутыми компаниями, в проекте на первых этажах многоквартирных домов или даже как отдельно стоящее здание во дворе планируются соседские центры. И это продаётся девелопером как дополнительная услуга и социальный бонус. В новейших соседских центрах есть буквально всё, что может понадобиться жителю за пределами дома: от спортивных залов и детских комнат до коворкинга, типографии, медиацентра, кафе и самых разных клубов, лекций и встреч. Все эти услуги для жителей, как правило, платные. Команды соседских центров нанимает девелоперов — это профессиональные менеджеры, но при этом часто на ставку нанимается комьюнити-менеджер из местных жителей: такая модель считается наиболее устойчивой.

## КЕЙСЫ

### «Стар и млад»

Соседский клуб «Стар и млад» находится в районе Тропарёво-Никулино в Москве. Он появился благодаря активности местной жительницы и до сих пор существует как волонтерский проект.

У клуба нет администратора, который находится постоянно на дежурстве. Вместо этого есть постоянный актив из 5–7 человек, приходящих в клуб и проводящих разные занятия для жителей. Это, например, йога, батик, ткачество, шитьё, кулинария, настольные игры — все эти активности не имеют чёткого расписания, но управляются кураторами напрямую.

В центре силами жителей организуются и проводятся праздники (Осенний соседский ужин «Тропарёвская тыква», День арбуза и др.), а также благотворительные акции в пользу разных благотворительных организаций.

Клуб открыт для общения соседей по району, собраний, решения важных насущных вопросов территории, а одна из задач центра — вовлечение жителей в социальную активность и волонтерство.

## «Брусника»

«Брусника» — российская девелоперская компания, которая специализируется на строительстве жилых многоэтажных домов. Она основана в 2004 году, штаб-квартира находится в Екатеринбурге, а строительство ведётся в крупных городах Урала и Сибири, в Москве и Московской области. В проектах «Брусники» теперь в обязательном порядке закладываются соседские центры.

Например, соседский центр в «Первом квартале» (жилой комплекс в дальнем Подмосковье — г. Видное) работает с 2019 года. Это площадка, где жители могут общаться, учиться, отмечать праздники, отдыхать и даже развивать собственный бизнес. Здесь есть коворкинг, библиотека, прачечная, спортивный зал для индивидуальных и групповых занятий, а также пространства для проведения образовательных и творческих уроков. Услуги центра платные, причём воспользоваться им могут все жители Видного, но для жителей «Первого квартала» действуют скидки.

## «Преображенский» («Прео»)

Это первый соседский центр в Тюмени, открытый компанией «ЭНКО» — одним из крупнейших застройщиков в Тюменской области — в районе Преображенский (теперь носит название «Прео»). В центре есть коворкинг, пространство для семейных и соседских мероприятий, работают разные сервисы для жителей.

Работа команды центра финансируется компанией, но при этом событийную программу центр создаёт с помощью местных жителей и резидентов: тех, кто на постоянной основе реализует здесь свои услуги (от занятий по подготовке к школе до мастер-классов по декоративно-прикладному творчеству и шахматного клуба). Местным жителям предлагается также услуга по реализации их ручных изделий, которые выставляются в витринах центра.

Соседский центр проводит соседские спортивные соревнования, устраивает фотоставки и в целом заполняет нишу местного культурного центра.

## ОБЩЕСТВЕННЫЙ ЦЕНТР

Этот тип новых пространств, которые стали появляться со второй половины 2010-х годов, имеет достаточно широкую смысловую рамку и по сути соединяет в себе черты разных моделей общественных пространств. Чаще всего держателем такого пространства выступает некоммерческая организация, но есть примеры, когда центр остаётся в частной собственности и управляется сообществами.

В такого рода центрах нет специального акцента на поддержку только, например, искусства, или только волонтерства, или только молодёжи — их повестка может меняться в зависимости от потребностей сообщества, которое стоит за такими центрами, и общества в целом. Общественные центры выполняют просветительские, социальные и другие функции, часто служат местом поддержки для разного рода групп.

Их учредителями выступают частные лица, но, как правило, при значительной общественной поддержке — активистов, проживающих на территории, или инициативных групп, или других некоммерческих организаций.

## КЕЙСЫ

### «Благосфера»

Центр «Благосфера» — это общественное пространство в Москве, которое соединяет в себе черты и функции многих институций: городского культурного центра, комьюнити-центра, просветительской некоммерческой организации, креативного кластера — и в то же время не похоже полностью ни на одно из них.

Его создание в 2016 году, ставшее возможным благодаря инициативе мецената Владимира Смирнова, поддержали более 70 представителей НКО и инициативных групп, и его изначальная концепция состояла в том, чтобы быть местом встречи НКО и их аудиторий. Но уже в процессе обустройства пространства фокус был изменён: главная целевая аудитория «Благосферы» — горожане, а главная цель — поддержка самого

разного рода социальных инициатив, ведущих к позитивным социальным изменениям в обществе и вовлекающих горожан в практики личной социальной ответственности.

В «Благосфере» каждый день проходят клубные встречи инициативных групп, работает подростковая гостиная, проходят благотворительные фестивали, лекции, выставки, экскурсии (центр располагается в памятнике конструктивизма), самые разные события НКО — от встреч волонтеров и квартирников до профильных конференций. Есть специальная линейка событий для соседей — жителей района. При этом сама «Благосфера» как НКО ведёт просветительские проекты, знакомя горожан с современной благотворительностью и возможностями личного участия в социальных проектах.

Модель финансирования пространства — поддержка учредителей и другие частные пожертвования, привлечение грантового финансирования на проекты и доход от оказания услуг (проведение мероприятий), примерно в равных долях.

### «Гештальт»

Пространство «Гештальт» — это место для локальных сообществ и публичных событий с библиотекой и оснащённым двором. Оно создано в 2020 году в Урюпинске по личной инициативе двух жителей — мужа и жены, — которые решили таким образом поддержать свой город и оставить свой след, собираясь покинуть его. Концепция пространства — дать возможность его жителям закрывать свои гештальты в идеях реализации общественных и творческих инициатив. И это должна быть не разовая инициатива, а продуманный проект, который реально приносит пользу городу. Тогда такое сообщество, инициативная группа могут стать резидентом и бесплатно использовать пространство.

У этого пространства нет администрации, оно открыто и действует только в тот момент, когда здесь проводят свои события резиденты, — и этим напоминает концепции соседских центров. Резиденты в буквальном смысле передают друг другу ключи.

Изначально в проект были вложены собственные средства. На некоторые предметы обустройства в пространстве, на качели во дворе собирали средства члены сообщества на краудфандинговой платформе. Ещё одна задача «Гештальта» — развивать горизонтальные связи между активными городскими сообществами.

### «Арт-Село»

Общественное пространство «АРТ-СЕЛО» — место для жителей и гостей посёлка Пряжа (Республика Карелия). Оно было создано по инициативе нескольких местных жительниц — молодых девушек, которые незадолго до этого учредили Фонд местного сообщества «Мельница». Им хотелось возродить жизнь в селе, поддержать активных сельчан и создать новое место для общения и продвижения инициатив.

Сельский дом, в котором расположилось пространство, ремонтировали вместе с местными жителями. Когда пространство открылось, вокруг него уже сложилось сообщество активных людей, а позже к нему присоединились сельские активисты из других сёл Карелии, которые начали приезжать в «Арт-Село» на встречи и стажировки.

В пространстве проходят семейные чаепития, лекции, встречи, музыкальные мероприятия, благотворительные акции, есть программа стажировок для коллег по некоммерческому сектору.

## ТВОРЧЕСКИЙ КЛАСТЕР

К этому типу относятся арт-кластеры, креативные кластеры и другие общественные пространства, которые действуют по принципу объединения усилий разных творческих индустрий на одной территории. Чаще всего они располагаются на территории бывших промзон — заводов, фабрик — и в своей концепции неразрывно связаны с творческим и производственным историческим наследием места.

Иногда кластер возникает по инициативе владельцев промобъекта, которые ищут решение для его освоения. Иногда инициатива исходит от группы единомышленников, чаще всего представителей креативных индустрий. Юридические лица у кластеров могут быть и коммерческие, и некоммерческие, но редко когда они имеют только одного донора. Даже если на старте создание кластера поддерживает один инвестор, очень скоро для его развития требуется привлечение других средств, и управляющая команда ищет разные источники: привлекает частные пожертвования, других инвесторов, грантовое финансирование и субсидирование.

## КЕЙСЫ

### ЦТИ «Фабрика»

Центр творческих индустрий «Фабрика» — один из первых творческих кластеров, объединивший мастерские художников, творческие индустрии и производство. Он открылся в 2005 году на территории московской фабрики технических бумаг «Октябрь». Целью проекта стало создание в Москве комфортного пространства для работы и творчества, а также показа экспериментальных некоммерческих художественных проектов и поддержки современных авторов.

На «Фабрике» соседствуют мастерские для художников, арт-резиденции, музыкальные студии, бюро дизайна и архитектуры, театральные и анимационные коллективы, издательства и печатные компании. Выставочная история ЦТИ началась с открытия специального проекта Первой Московской биеннале современного искусства «No comment». С тех

пор выставки и фестивали стали важной частью фабричной жизни.

Несмотря на городскую и даже межрегиональную, если говорить о творческих проектах, масштаб деятельности, «Фабрика» прочно вписана в местный контекст. Знаковым проектом кластера стал проект исследования Бауманского района, где расположена фабрика, «Войти и разрешить». На территории кластера постоянно действует одноимённый музей, в экспозиции которого представлены вещи, воспоминания жителей, бывших работников фабрик, и те предметы и здания, с которыми они связаны.

### «Лето на Заводе»

«Лето на Заводе» — это сезонный креативный кластер на территории старинного уральского Завода Турчаниновых — Соломкинского, расположенного в г. Сысерти (Свердловская область).

Он открылся летом 2020 года по инициативе жителей Екатеринбурга, которые создали арт-кластер, включающий в том числе креативное пространство для деловых и дружеских встреч, культурных и досуговых мероприятий, кинопоказов и выставок. В летний сезон здесь работают творческие резиденции, проводится фестиваль для горожан и гостей, который собирает средства на восстановление территории, работает лекторий, кинозал и другие локации.

В настоящее время завод открыт с мая по сентябрь, но команда работает круглый год: организует проекты кластера, принимает новых резидентов, ищет инвесторов.

Основная цель кластера на настоящий момент — вдохнуть жизнь в заброшенную территорию и собрать деньги на запуск полносезонного кластера. Например, одна из резиденций завода — «Антихрупкость» — ставит перед собой целью оживить Сысертский завод художественного фарфора. Дизайнеры, художники, керамисты, маркетологи, продуктологи из разных городов страны в рамках резиденции вместе создают новые актуальные продукты из фарфора: посуду, предметы интерьера, украшения, произведения искусства.

# V. ЗАРУБЕЖНЫЕ МОДЕЛИ ОБЩЕСТВЕННЫХ ПРОСТРАНСТВ

Сразу отметим, что анализ зарубежной практики для целей данной работы сопряжён с теми же трудностями, касающимися толкования понятия «общественное пространство», что мы отмечали в самом начале и которые характерны и для России: во многих странах под общественными пространствами принято понимать в большей мере открытые территории — площади, скверы, дворы и даже улицы, чем помещения «под крышей». Поэтому здесь мы остановились на сопоставимых примерах, что позволило выявить важные отличия и особенности. Также отметим, что если сравнивать современные модели российских общественных пространств с моделями зарубежными, больше соответствий мы найдём в западной практике.

## ХАРАКТЕРНЫЕ ОТЛИЧИЯ СОВРЕМЕННЫХ ЗАРУБЕЖНЫХ ОБЩЕСТВЕННЫХ ПРОСТРАНСТВ ОТ РОССИЙСКИХ

1. Зарубежные бенчмарки показывают большее разнообразие организационно-экономических моделей.

В среднем один из семи общественных центров финансируется муниципалитетами — то есть из местного бюджета территории, остальные — социальные или творческие бизнесы. Это одинаково относится как к ко-мьюнити-центрам, так и к музеям или культурным центрам.

2. В ядре концепции практически всех общественных пространств находится **сообщество**. Причём в большинстве случаев это именно местное сообщество (а не творческое, профессиональное и т. д.).

Можно отследить два характерных подхода / модели работы с сообществами — это **сервисная и акторская (субъектная)** модели.

При сервисной модели создаются условия для других субъектов, фокус делается на создании инфраструктуры для них (физической или более сложной — информационной, коммуникативной). При акторской модели у организации есть собственные амбиции, контент, KPI воздействия на общество. Они могут вовлекать в это воздействие и других агентов, но при этом формулируют направления воздействия и стараются влиять на контент. Это разделение выглядит не как табличка с двумя графами, а скорее как два полюса, между которыми распределяются организации.

3. Чаще используется резидентская модель организации.

Резиденты могут как получить физическое пространство, так и иметь некий «пакет услуг», связанный с этим статусом, без опции аренды территории.

4. Важная отличительная черта, которая начинает проявляться и у российских пространств, но пока ещё не является трендом, — чёткий тренд на синтетичность пространств и практик.

В нашей практике мы пока ещё чаще говорим о многофункциональности или мультиформатности, — когда в одном месте можно удовлетворить несколько запросов, реализовать разные сценарии, получить услуги из разных сфер. Синтетичность — это более глубокая связанность разных практик и тем, их взаимопроникновение.

## КЕЙСЫ

### Ethical Property

Сначала в Великобритании, а потом и в других странах Европы (Бельгия, Германия, Испания), Канаде и Австралии появилась компания Ethical Property. Это коммерческая компания-инвестор, которая занимается управлением недвижимостью, но не только для извлечения прибыли, но и для развития местных сообществ. В основном она выбирает локации в бывших производственных зонах или районах, нуждающихся в социальных изменениях, и создаёт там резиденции для социальных предпринимателей,

по содержанию деятельности дополняющих друг друга. Все резиденты должны развиваться и становиться устойчивыми социальными бизнесами, обслуживающими местное население. При этом все общественные пространства под зонтиком Ethical Property ведут работу по организации и проведению событий для создания местных сообществ: соседские и районные праздники, свопы и т. д. Работа с местными сообществами ведётся как силами резидентов, так и командами, управляющими пространствами.

На разных территориях тематический фокус пространств Ethical Property — разный. В Лондоне, например, фокус пространства, которое компания преобразовала в центр сообщества, — «зелёная» экономика. Все резиденты так или иначе создают проекты в этой сфере, а также привлекают НКО и другие заинтересованные лица к продвижению «зелёной повестки». В Воксхолле основной фокус всех обитателей бывшей обувной фабрики (пространство, которое восстановила и предоставила для офисов компания) — права человека и социальная справедливость. Там резидентами являются в основном НКО, оказывающие консультации и поддержку местным жителям, переселенцам из других стран и находящимся в трудной жизненной ситуации.

Ethical Property зарабатывает на сдаче помещений в аренду своим резидентам, но также ищет других инвесторов, которые могут оплатить пользование помещениями для тех или иных организаций. Сервисы для резидентов, которые есть в каждой локации, предоставляются на платной основе.

### Мультикультурный центр в Модене

Пространство несколько другого типа — OvestLab multicultural center в Модене (Италия). В 2017 году на территории первого в Италии ремесленного кластера (он открылся в середине 50-х годов, просуществовал в активной фазе до 70-х, а далее постепенно «умирал» до начала 2000-х), открылся новый мультикультурный центр. Задача пространства — стать связующим звеном между различными художественными направлениями и ремесленными производствами, способствовать возрождению территорий

через вовлечение граждан и в конечном счёте влиять на повышение качества их жизни. Деятельность центра охватывает четыре основные темы: публичное искусство, общая территория, наследие знаний и гражданская экономика.

OvestLab является своего рода инкубатором и детонатором изменений на территории своего муниципалитета. Модель OvestLab можно отнести к акторской — он является главным организатором и продюсером того, что происходит на его территории, уделяя особое внимание работе по вовлечению жителей в свои проекты в разных качествах — от участников до главных действующих лиц. Искусство, урбанистика и гражданское участие в Модене выражается в таких подходах и практиках, как партиципаторное искусство, продюсирование специфики исторического объекта, общественная редакция. Располагающиеся здесь фермерский рынок и театр не противоречат, а наоборот, помогают друг другу, обеспечивая синтез, казалось бы, несхожих сфер и занятий.

### Rose Hill

По другому принципу обслуживания и развития местного сообщества пошли в Rose Hill community centre (Оксфорд, Великобритания). Этот общественный центр с доступной средой объединяет в себе ультрасовременный тренажёрный зал, помещения для совещаний, социальный клуб, консультационный центр, молодёжный кластер, медицинский центр. Оборудованные помещения идеально подходят как для встреч, конференций, лекций, так и для репетиций и вечеринок.

Владельцем и управляющим центром является городской совет, а содержится помещение на доходы от аренды кафе, медицинского и консультационного центров, а также сдачи площадки под разные события (от экзаменов до свадеб).

Таким образом, под одной крышей размещены самые разные сервисы для местных жителей, и владельцами одних является городской совет, а других — частники. Большая часть услуг — занятия в тренажёрном зале, встречи социального и молодёжного клубов — требуют оплаты от их участников,

но она скорее символическая, чем покрывающая расходы на содержание.

Одновременно центр является центром местного сообщества, где проходят как благотворительные базары, так и общественные обсуждения местного бюджета.

### Библиотека OODI

Библиотека OODI в Хельсинки (Финляндия) занимает место в самом центре города, напротив вокзала и парламента. Дизайн и функциональное наполнение здания библиотеки разрабатывались совместно с местным сообществом. Именно жители в ходе специальных сессий и конкурса идей определили, что библиотека будет не просто книгохранилищем, и даже не просто местом для проведения событий, но и станет хабом для самого разнообразного «городского опыта».

У местных жителей и гостей есть возможность использовать коворкинг, комнаты для компьютерных игр, студии для записи музыки и видеосъёмки, детские комнаты, мастерские для творчества, 3D-принтер, кинозал и даже кухню. Три этажа здания, а также крыша, имеют разное функциональное назначение.

Библиотека в её традиционном понимании занимает в основном третий этаж («Книжный рай и городской балкон»), где в открытом хранилище находится более 100 тысяч книг на 20 языках. Если нужной книги нет, пользователь может её забронировать, и её доставят из другой библиотеки. На втором этаже («Образование и взаимодействие») размещено семь студий для музыкальных занятий: от студии для записи до специализированных студий для занятий на разных музыкальных инструментах — от барабанов до акустики (инструменты предоставляются), видеостудия (с оборудованием), мастерская с лазерными инструментами, разные залы для занятий. На первом этаже («События, кофе и встречи»), кроме современной рекреационной зоны, кинозала и мест для встреч, которые можно организовать даже спонтанно, на специально сконструированных ступенях размещён центр информации о городе. Здесь же вы можете распечатать что-то срочное или получить консультацию.

Библиотека стала действительным центром социальной жизни города — за первые четыре месяца с открытия её посетил почти миллион человек.

### «Счастливым музеем»

Движение The Happy museum project («Счастливый музей») представляет объединение 22 музеев, в основе концепции которых — вовлечение местных сообществ в осмысление своих экспозиций и участие в судьбе самих институций, формирование ответственности за них. Среди них как небольшие музеи — Derby Museum и Ceredigion Museum (Уэльс), так и старые большие институции — London Transport Museum (Лондонский музей транспорта) и The Cinema Museum (Музей кино).

Каждый проект «счастливого музея» базируется не только на специфике экспозиции, но и на особенностях местного сообщества, и в обязательном порядке нацелен на благополучие его участников и самого музея.

Derby Museum фактически был спасён местными жителями, когда после неэффективного финансового управления в начале 2010-х ему грозило закрытие, а доходов от посещения устаревшей экспозиции не было. Работники пригласили 200 местных жителей разных возрастов пере придумать музей, сделать его привлекательным и современным, и сделать это своими руками. Кроме музейной экспозиции, на первом этаже музея сегодня расположены три мастерские, которые не только используются музейными сотрудниками и их помощниками, но и доступны заинтересованным местным жителям. Конечно, музей проводит и образовательные программы, разного рода встречи и дискуссии, но именно участие жителей в решении о будущих форматах работы и различные коллаборации отличают его от других.



## VI. ТRENДЫ РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВЕННЫХ ПРОСТРАНСТВ

Анализируя работу российских и международных общественных пространств, можно выделить некоторые тренды их развития, которые не зависят от выбранной модели или географии деятельности.

### ПРОДЮСИРОВАНИЕ ЛОКАЛЬНОГО

Один из наиболее распространённых трендов, который охватывает разные страны, — повышенный интерес к локальному. Сам по себе этот факт не является чем-то уникальным — люди всё больше интересуются именно местной спецификой, разбираются в истории и традициях, стремятся связать с ними историю своей семьи или свой бизнес. Но именно общественные пространства в последнее время всё больше и больше берут на себя роль продюсера локальной идентичности. Это особенно проявляется в местах, где подобная практика — редкость или обесценена, и только специальные усилия могут привлечь интерес местных жителей и дать новую жизнь локальным практикам.

В общественных пространствах появляются творческие лаборатории и местные исследовательские проекты, дизайнерские практики и ремесленные мастерские, соседские музеи и локальные фестивали — вот лишь небольшой перечень возможных форматов, позволяющих как поддерживать традиционные местные инициативы, так и помочь вывести их на новые аудитории, вдохнуть в них новую жизнь. На это нацелен, например, один из знаковых проектов тюменской «Конторы пароходства» «Морфология улиц»: молодые художники украшают старые дома и территорию города вместе с горожанами, привлекая их внимание к существующим пространствам. Центр творческих индустрий «Фабрика» вместе с жителями создал музей района, куда каждый мог принести

часть своей личной истории или архива. В Модене, в культурном центре создали возможность для возрождения традиционных ремесленных мастерских, которые существовали на территории, и разработали специальную маркетинговую кампанию по их продвижению. Музей Екатеринбурга совместно с жителями разработал и запустил экскурсии по районам города, дополнив их картами и различными материалами. Культурный центр «Рельсы» привлёк молодых людей и историков к созданию целого ряда проектов о Твери, включая 3D-модель морвокзала, экскурсии по Морозовскому городку и путеводитель по городу. Такая подсветка местных особенностей работает как на сообщество, складывающееся вокруг общественного пространства, так, конечно, и на привлечение внешнего внимания к территории.

### СОВРЕМЕННОЕ ИСКУССТВО

Другой распространённый тренд в деятельности различных общественных пространств — это внимание к современному искусству. И речь идёт не только про арт-центры, музеи и другие, специализирующиеся на искусстве, пространства. И в коворкингах, и в соседских центрах, и даже в антикафе и библиотеках всё чаще можно встретить арт-объекты, а также познакомиться с подходами к тому или иному направлению искусства и даже попробовать себя в них.

При этом выбор современного искусства в качестве катализатора диалога с обществом совсем не так прост: не только из-за отсутствия профессионалов-кураторов, без которых эксплуатация этого подхода приведёт к катастрофе, но и часто из-за непонимания местным сообществом современного искусства как такового. Это требует от пространств значительных усилий, кредита доверия со стороны партнёров и общественной поддержки.

Большинство пространств проводят лектории и организуют клубы, посвящённые современным арт-практикам, а некоторые ищут новые форматы. Например, центр «Рельсы» реализовал проект «Комната», в котором проходили выставки местных

художников. Желающий мог получить ключ от этой комнаты и остаться один на один с произведениями, получив уникальный индивидуальный опыт. На Дальнем Востоке группировка Hero4Hero на базе общественного пространства «Артсерватория» инициировала в 2015 году создание графического романа «Невельской: плоды воображения» — пересказ героических событий языком современного искусства для привлечения внимания к истории освоения Дальнего Востока России. Проект основан на реальном жизнеописании будущего российского адмирала, с мифологическими персонажами дальневосточной территории, и выполнен в виде манги.

## МУЛЬТИФОРМАТНОСТЬ

Фактически ни одно «третье место» сегодня не ограничивается каким-то конечным набором форматов. С одной стороны, это и есть отличительная черта общественных пространств — они предназначены для организации там самой разной деятельности. С другой стороны, за этими словами стоит не просто гибкая организация пространства или подбор команды, способной осуществить концепцию и арт-пространства, и образовательного центра, и центра местного сообщества в одном флаконе. Это сознательный выбор «поведения» общественного пространства, который позволяет выявлять и направлять интересы сообщества, давать площадку и поддержку очень разным темам и инициативам, сочетая их, поддерживая и вдохновляя.

Именно чтобы влиять на аудиторию и аккумулировать её ресурсы, стремятся стать «третьими местами» классические социокультурные институции, которые расширяют свой основной формат деятельности (выдача книг, организация выставок, показ спектаклей) — до самых разных, иногда неочевидных с первого взгляда. Например, как мы видели, в библиотеке Oodi существуют не только студии звуко- и видеозаписи, но и мастерская с 3D-принтером, и кухня, на которой можно готовить. В Пушкинском музее создано пространство для подростков, где они могут не только изучать музейное дело, но и просто делать уроки.

## ТРЕНДСЕТТЕРЫ РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВЕННЫХ ПРОСТРАНСТВ В РОССИИ

В отечественной практике «третьи места» в последние годы стали появляться активнее благодаря нескольким определённым акторам, придающим импульс для их развития.

Прежде всего, на «третьи места» обратило пристальное внимание государство. Оно не просто заинтересовано в появлении подобных институций, но и показывает пример создания разного типа пространств.

Так, например, московское правительство проводит реформу районных кинотеатров, — по задумке, каждый из них должен превратиться в мультифункциональный центр района с прицелом на различные события для горожан. Администрация Норильска является одним из заказчиков преобразования знакового места в городе — ул. Ленина, дом 1 — в городское общественное пространство. «Контра пароходства» в Тюмени является проектом, финансируемым Комитетом молодёжи города, как и работающие в Санкт-Петербурге Общественные мастерские «Ангар». Создание «Доброцентров» под эгидой Ассоциации волонтерских центров прямо в концепции подразумевает позиционирование их как «третьих мест» для молодёжи, хотя чаще всего физически они открываются на территории университетов, тем самым прямо нарушая логику Ольденбурга.

С одной стороны, поддержка со стороны государства является значимым фактором признания важности и доступа к так необходимым пространствам ресурсам. С другой стороны, стоит всегда помнить, что у государства есть свои цели и задачи, а также стиль работы, не всегда совпадающий с принципами нейтральности, неформальности и внимания к нуждам сообщества.

Ещё одними «двигателями» общественных пространств в России становятся девелоперы, которые открывают соседские и районные центры в своих жилых комплексах. Первые соседские центры в цокольных этажах многоэтажек появились уже в начале 2010-х, когда застройщики осознали важность предоставления разных сервисов жильцам — не только магазинов или кафе, но также пространств, где жители могли бы работать, проводить досуг или делать что-то вместе. Сейчас же фактически каждый девелопер включает в рекламные проспекты будущих жилых комплексов упоминание о создании соседских центров и оплачивает работу комьюнити-менеджеров в них.

Тему общественных пространств также активно разрабатывает в российских регионах крупный бизнес, открывая и поддерживая на территориях присутствия общественные пространства. Часто именно при его поддержке местным сообществам становятся доступны не только ресурсы, но и опыт лучших практик и экспертиза профессионалов для создания общественных пространств. Например, при поддержке «Металлоинвеста» созданы и развиваются такие общественные пространства, как Семейное арт-пространство «На высоте» в Железногорске (Курская область), образовательно-выставочный центр «Железно!» в Старом Осколе (Белгородская область), Центр «HeШкола» в Губкине (Белгородская область) и другие.

При этом основателями общественных пространств в регионах всё чаще стремятся стать некоммерческие организации. Для ресурсного центра, например, такой подход выглядит логичным развитием функции поддержки других НКО с включением в этот круг и граждан, для фондов местного сообщества — перспективным форматом работы со своей целевой аудиторией.

Например, коворкинг «Клевер» в Пензе, открытый фондом местного сообщества, при очень небольшом размере (порядка 50 кв. м) стал центром встреч очень разных сообществ, график событий заполнен вперёд на несколько месяцев; «Арт-Село» в Пряже, также открытое фондом местного сообщества, смогло стать и центром для жителей, и известной на всю страну резиденцией как для НКО, так и для художников и ремесленников.

А вот появляющиеся общественные пространства на базе НКО, работающие с более узкой целевой аудиторией и предназначенные в большей мере для своих подопечных или клиентов, чем для внешних посетителей, в полной мере назвать «третьим местом» нельзя. Это не значит, что расширение услуг и собственно создание пространств не должно входить в зону развития таких организаций, но стоит чётко отделять публичные, ориентированные на разную аудиторию площадки, от специально ориентированных (например, мастерских для людей с инвалидностью). Анализ западного опыта говорит, что и тема инклюзии, и «зелёная повестка», и многое другое в действительности могут быть значительной частью «третьего места», фокусом событий, которые там происходят, но не за закрытыми дверями и не для определённой аудитории.

С другой стороны, именно НКО сегодня являются катализаторами различных общественных процессов и строят наиболее устойчивые сообщества. Поэтому участие некоммерческого сектора в создании или наполнении общественных пространств содержанием и жизнью является важной задачей, которую и сами НКО, и «третьи места» должны осознавать и экспериментировать в поисках новых партнёрств и моделей.

# ОСНОВНЫЕ ИСТОЧНИКИ ИНФОРМАЦИИ

- ● ● ● ● ● ● ● Арендт Х., *Vita Activa, или О деятельной жизни*, 1958
- ● ● ● ● ● ● ● Благотворительный фонд Елены и Геннадия Тимченко, Ассоциация менеджеров культуры, Московская высшая школа социальных и экономических наук, Центры социокультурного развития территории: модели, практики, технологии работы. Кейс-стади, 2018
- ● ● ● ● ● ● ● Вирт Л., *Избранные работы по социологии*, 2005
- ● ● ● ● ● ● ● Делленбо М., *Urban commons: Городские сообщества за пределами государства и рынка*, 2020
- ● ● ● ● ● ● ● Джекобс Д. *Смерть и жизнь больших американских городов*, 2011
- ● ● ● ● ● ● ● Зеленцова Е., Гладких Н., *Творческие индустрии: теории и практики*, 2021
- ● ● ● ● ● ● ● Зеленцова Е., Гладких Н., *Фабрики воображения, или культурная конверсия. Новые культурные площадки в России*, 2008
- ● ● ● ● ● ● ● Зукин Ш., *Культуры городов*, 2-е издание, 2018
- ● ● ● ● ● ● ● Капков С., *Трансформация городских общественных пространств (социально-философские аспекты)*, 2020
- ● ● ● ● ● ● ● Комитет по архитектуре и градостроительству, *Больше чем место: третьи места в жизни горожан*, 2023
- ● ● ● ● ● ● ● Милашевская Е., Прянишников М., Савченко М., *Клубы*, 1990
- ● ● ● ● ● ● ● Никифорова Л., *Чертоги власти. Дворец в пространстве культуры*, 2011
- ● ● ● ● ● ● ● Ольденбург Р., *Третье место: кафе, кофейни, книжные магазины, бары, салоны красоты и другие места «тусовок» как фундамент сообщества*, 1989
- ● ● ● ● ● ● ● СПбГАСУ, *Современные общественные пространства как инструмент развития городской среды: материалы межрегиональной научно-практической конференции*, 2018
- ● ● ● ● ● ● ● Уилсон Б., *Metropolis. Город как величайшее достижение человечества*, 2021
- ● ● ● ● ● ● ● Филиппова А., *Организация и методика клубной работы*, 1975
- ● ● ● ● ● ● ● Яцына А., *Путеводитель по работе с сообществами: Практики о практиках развития сообществ*, 2020
- ● ● ● ● ● ● ● Madden K., *How to turn a place around*, 2021
- ● ● ● ● ● ● ● Tonkiss F., *Space, the City and Social Theory: Social Relations and Urban Forms*, 2005

## ОБ АВТОРАХ

**НАТАЛЬЯ КАМИНАРСКАЯ** — директор центра «Благосфера» с момента основания общественного пространства. Работает в некоммерческом секторе более 20 лет. С 2001 по 2015 год возглавляла «Форум доноров» — коалицию грантодающих организаций, объединяющую ведущие российские фонды и компании, участвующие в филантропической деятельности.

**ЕЛЕНА ТЕМИЧЕВА** — директор по коммуникациям и стратегическому развитию центра «Благосфера». Работает в некоммерческом секторе с 1995 года, являлась главным редактором Агентства социальной информации, в 2017 года пришла в «Благосферу», разработывала первую конференцию «Фабрика пространств» и Школу общественных пространств.

*Мнения, высказанные в дайджесте, принадлежат автору и могут не отражать точку зрения Центра развития филантропии Благотворительного фонда Владимира Потанина.*

