



ЛИЛИЯ РАЯНОВА,  
РЕДАКТОР BUSINESS GUIDE  
«ГОРОДСКАЯ СРЕДА»

**ЛЕНЬ В БОЛЬШОМ ГОРОДЕ**  
Редко кто бывает доволен городом, в котором живет. Автомобилей слишком много, красивых и ухоженных мест — мало, совершенно некуда пойти вечером, отсутствует нужная инфраструктура, да и архитектура, честно говоря, не впечатляет. Но стоит начать расспрашивать, как можно сделать его если уж не идеальным, то близким к городу мечты, начинаются сложности. Кто из нас с вами готов ходить на общественные слушания, вникать в тонкости тем, заниматься структурированием пространства вокруг себя? Как давно мы задумывались об улучшении условий жизни вне пределов собственных квартир и домов? Активисты, городские деятели, общественники — мы прислушиваемся к ним? И, пожалуй, следующий и логичный вопрос: а почему, собственно, городом должны заниматься другие? Именно сейчас можно приблизить тот момент, когда Уфа станет лучше. Для каждого это «лучше» означает что-то конкретное, и нужно пользоваться шансом. Чтобы потом не говорить, как было бы хорошо, если бы. Урбанисты в один голос заявляют, что все старания властей и инициативы бизнеса без участия самих горожан — просто разрозненные действия, имеющие цель, но не имеющие ориентира. «Сверхсообщество» — так назвал один эксперт объединившихся жителей мегаполиса. Ему нужно появиться для того, чтобы превратить город в сверхгород.

Тематическое приложение к газете «Коммерсантъ» (Business Guide — «Городская среда»)  
**Владимир Желонкин** — президент ИД «Коммерсантъ»  
**Павел Филенков** — генеральный директор ИД «Коммерсантъ»  
**Азэр Мурсалиев** — шеф-редактор ИД «Коммерсантъ»  
**Михаил Михайлин** — редакционный директор ИД «Коммерсантъ»  
**Анатолий Гусев** — автор дизайн-макета  
**Павел Кассин** — директор фотослужбы  
**Валерия Любимова** — коммерческий директор ИД «Коммерсантъ»  
**Рекламная служба:** (499) 943-9108/10/12, (495) 101-2353  
**Адрес редакции:** 125080, г. Москва, ул. Врубеля, д. 4.  
Тел. (499) 943-9724/9774/9198  
Учредитель: ЗАО «Коммерсантъ. Издательский дом». Адрес: 127055, г. Москва, Тихвинский пер., д. 11, стр. 2.  
Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор). Свидетельство о регистрации СМИ — ПИ № ФС77-38790 от 29.01.2010  
**ООО «Знак»**  
**Ольга Тарасова** — директор  
**Мария Гаврилова** — коммерческий директор  
**Алия Насретдинова** — директор отдела распространения  
**Лилия Раянова** — выпускающий редактор  
**Виктория Богусhevская** — менеджер  
**Айрат Шарифудинов** — технический редактор и верстка  
**Наталья Климова** — корректор  
**Рекламная служба:** (347) 292-79-66, 292-79-50  
**Адрес редакции:** 450071, г. Уфа, пр. Салавата-Юлаева, 38, 1 эт.  
**Отпечатано:** ГУП «ГРИ «Башкортостан». г. Уфа, ул. 50 лет Октября, 13  
**Заказ** №А1292  
**Тираж:** 3000.

# МЕГАПОЛИС ДЛЯ ЛЮДЕЙ

УРБАНИСТЫ ВСЕГО МИРА АКТИВНО ИЩУТ НОВЫЕ СПОСОБЫ ПРЕВРАТИТЬ ПОЛУМЕРТВЫЕ ОТ ЗАСТРОЙКИ И ПРОБОК МИЛЛИОННИКИ В ЖИЗНЕУТВЕРЖДАЮЩУЮ СРЕДУ ОБИТАНИЯ ЛЮДЕЙ. В РОССИИ ПРОБЛЕМА ПРЕОБРАЗОВАНИЯ ПОСТИНДУСТРИАЛЬНЫХ МЕГАПОЛИСОВ ТОЖЕ ВЫХОДИТ НА ПЕРВЫЕ РОЛИ. ПРИЧЕМ СПЕЦИФИКА НАШИХ ПРОЕКТОВ СОЗВУЧНА МИРОВЫМ ТЕНДЕНЦИЯМ УРБАНИЗМА И ЗАКЛЮЧАЕТСЯ НЕ ТОЛЬКО В ПЕРЕУСТРОЙСТВЕ ТРАФИКА, ОБЩЕСТВЕННЫХ И ЖИЛЫХ ПРОСТРАНСТВ, НО И В ИННОВАЦИОННОЙ МОДЕРНИЗАЦИИ ГОРОДСКОГО ХОЗЯЙСТВА.

ОЛЬГА ФИСУН



ЮРИЙ ИМЕТЬЯНОВ

ГОРОД, УДОБНЫЙ ДЛЯ ЖИЗНИ ЛЮДЕЙ, — ГЛАВНЫЙ ПРИНЦИП НОВОГО УРБАНИЗМА

**ВЫБОР ПРИОРИТЕТОВ** Общую тенденцию глобальной урбанистики можно описать как поиск соответствия экономики мегаполиса тенденциям глобализации или антиглобализации. Отсюда различие подходов в городском планировании в разных странах мира. Где-то приоритетным становится высотное строительство повышенной плотности и развитие транспорта, а где-то на первое место выходит качество среды обитания горожан-пешеходов. И второй подход постепенно вытесняет первый. Особенно это касается Европы и Америки.  
Стремительный процесс урбанизации современных мегаполисов постоянно заставлял пересматривать пути создания устойчивой городской среды. С начала 1980-х на смену идеалу города как бизнес-среды, наводненной автомобилями и офисами-небоскребами, пришли градостроительные концепции, ориентированные на создание комфортного пространства обитания. Эти идеи выразились в формировании принципов так называемой новой урбанистики, которая предполагает малозэтажную застройку, приоритет пешеходов, наличие удобной инфраструктуры, располагающей к неформальному обществен-

ному взаимодействию районной планировки. Первым примером нового урбанизма считается город Сисайд, построенный во Флориде по проекту знаменитого урбаниста Андре Дюани.  
Большое внимание в концепции организации городской жизни по Дюани уделяется не только эстетике и комфорту среды, но и социально-экономическим факторам: стоимости и доступности жилья, расходам на эксплуатацию и содержание недвижимости и инфраструктуры, перспективности развития территории, совместному проживанию разных социальных групп населения, обеспеченности рабочими местами и т.д. Города и районы, построенные в соответствии с принципами нового урбанизма, — небольшие и компактные. До магазинов, предприятий, оказывающих бытовые услуги и т.п., можно без труда добраться пешком. Новый урбанизм отдает предпочтение велосипеду и пешеходному движению внутри поселения, а не автомобилю.  
У каждой единицы такой городской среды есть публичное пространство: так называемое третье место, которое предполагает близость первого места — жилья —

и второго — работы. А вот «третье место» выполняет функции одновременно и территории общения, и зоны отдыха, и места работы. До «третьего места» человек обязательно должен дойти пешком. То есть направление «новый урбанизм» предполагает плотную городскую среду, насыщенную социальными коммуникациями. Концепцию «третьего места» разработал социолог Рэй Ольденбург, и она в том числе стала основой бизнес-модели сети кофеен Starbucks.  
Последние тренды нового урбанизма связаны прежде всего с появлением поколения потребителей с новыми ценностями (ответственных горожан), повсеместным проникновением цифровых решений (оцифровывание пространства, деятельности и персональных данных), увеличением частоты изменений пространства, среды и человека (например, развитие мобильной городской инфраструктуры с высокой адаптивностью, в том числе «умных» энергетических сетей, беспроводных телекоммуникаций и пр.) и изменением отношения человека к природе (рост экологичности деятельности, быта и пространства).

