в разных странах мира независимо от местной культуры состоят из одного человека. По данным исследовательской компании Euromonitor International, во всем мире число людей, проживающих в одиночестве, резко увеличилось — со 153 млн в 1996 году до 201 млн человек в 2006 году, то есть за десять лет на 33%. Этому способствуют накопление богатства вследствие экономического роста и развитие социального страхования. Необходимости жить большой семьей для объединения ресурсов больше нет. «Одиночество становится более доступным экономически»,— пишет Эрик Кляйнберг в своей книге «Жизнь соло».

Американский политолог Роберт Патнэм в своей книге «Боулинг в одиночку: упадок и возрождение американской общности» рассуждает о том, что растущая разобщенность — причина многих проблем современности: от болезней, недостатков системы образования и недоверия до отсутствия ощущения счастья. По словам Егора Коробейникова, теория Патнэма стала катализатором возникновения sharing economy — экономики совместного пользования, в основе которой доверие участников друг к другу и к системе в целом. Эта бизнес-модель лежит, например, в основе сервиса по поиску жилья Airbnb или вызова такси Uber, то есть создается общая платформа, которая позволяет объединить ресурсы владельцев жилья или машин (есть и для товаров и услуг), а пользователь может выбрать удобный ему вариант.

«Мэры крупнейших городов говорят о необходимости стимулировать развитие социального капитала жителей, создавая возможности для образования новых связей, знакомств, интеграции в сообщества, чтобы повысить вовлеченность в жизнь города»,— рассказывает Егор Коробейников. Один из существенных плюсов такой политики — повышение уровня общей безопасности, так как люди узнают соседей и по-другому воспринимают общее пространство. «Среда может быть некрасочной с точки зрения визуального восприятия, но, если город гостеприимен и безопасен, он будет привлекательным»,— убежден урбанист. Егор Коробейников вспоминает инструкцию по наращиванию социального капитала, состоящую из 150 шагов. «В ней простые рекомендации: сходите на утренник к ребенку, заведите собаку и гуляйте с ней в парке, сдайте кровь как донор и тому подобное»,— перечисляет он.

Один из инструментов формирования социального капитала — центры местных сообществ, community-центры. За рубежом это обычно муниципальные заведения, но встречаются и финансируемые корпорациями для своих целей. Ближайший к нашей действительности аналог — дом культуры или культурно-досуговый центр, которые существовали в СССР. Сейчас в России ничего похожего и функционирующего на регулярной основе нет.

ВОЗРОЖДЕНИЕ ДК Местные власти организацией досуга перестали заниматься: ДК сдаются в аренду или проданы и перепрофилированы. Чтобы привлечь к такой деятельности бизнес, нужно обеспечить коммерческий интерес. В Москве его первым обнаружила та же ADG Group, заплатившая столичной мэрии за 39 кинотеатров 9 млрд руб. и намеревающаяся вложить в их реконструкцию и создание на их базе районных community-центров с современным набором услуг еще 40 млрд руб. Все кинотеатры построены между Третьим транспортным кольцом и МКАД. В этом радиусе проживают более 10 млн человек. То есть, покупая эти объекты, ADG Group получает выход на эту аудиторию. Схема размещения кинотеатров была частью советского генплана Москвы. Он был составлен еще в 1971 году и предусматривал размещение в центре жилого района объекта для развлечений. «Здесь мы увидели свою возможность возродить инфраструктуру спальных районов»,— рассказывает Григорий Печерский.

АЛЕКСАНДР ПЕТРОСЯН

РАЗВИТИЕ ОБЩЕСТВЕННЫХ ПРОСТРАНСТВ ДАЛО ТОЛЧОК ДЛЯ ИЗМЕНЕНИЯ ГОРОДОВ

Егор Коробейников говорит, что его компания Aventica участвовала в конкурсе, который проводила ADG Group, выбирая партнера. «Важная задача, поставленная заказчиком, заключалась в том, чтобы у проекта была экономическая составляющая»,— говорит он. Финансовые риски — это то, о чем предупреждают консультанты в области коммерческой недвижимости, комментируя проект ADG. Основной источник выручки в досуговых центрах районного формата — аренда. Если есть обязательства по сохранению социальной функции объектов, а у ADG они есть по условиям сделки с городом, остается меньше площадей для коммерческой аренды и может быть трудно сформировать концептуально единое пространство. «Чтобы справиться с поставленной ADG задачей, в нашей модели мы предложили формировать ставки аренды квадратного метра в обратной пропорции от общественно полезной функции. То есть, например, банк, платит максимальную стоимость, а антикафе, наоборот, небольшую сумму»,— приводит пример господин Коробейников.

Из-за финансовых рисков, которые сопровождают все масштабные проекты, а именно в такие перерастают идеи по обновлению городского пространства, в них трудно привлекать инвесторов. Но московским властям это удается. Один из примеров — развитие территории ВДНХ, где, например, группа «Регионы» строит новое колесо обозрения, которое будет в два раза больше прежнего (его диаметр составит 135 м).

Активное развитие общественных городских пространств началось в Москве с приходом на пост мэра Сергея Собянина, который был назначен в 2010 году. Одним из первых успешных проектов стала реновация территории Парка Горького. Оттуда убрали морально устаревшие аттракционы, организовали зоны спортивных развлечений, открыли рестораны современных форматов, а весь парк превратился в зону отдыха: на лужайках — надувные матрасы и столы для настольного тенниса, работает велопрокат. Зимой главную и прилегающие аллеи заливают под каток.

РЕЗУЛЬТАТ ОТ ВОЛИ Сигналы устойчивого развития от городских властей — важная составляющая успешного развития комфортной среды, которую обеспечивают предприниматели: последние берут на себя риски, сопутствующие новому бизнесу. Опыт Нью-Йорка показывает, что перемены могут происходить очень быстро. За восемь лет под руководством мэра Майкла Блумберга город был перестроен на 30%. «Кроме политической воли для эффективных преобразований нужны ресурсы, законодательство, сопутствующее глобальным переменам, и баланс интересов всех субъектов городского развития»,— перечисляет Егор Коробейников. Последнее и самое сложное — доказать жителям, инвесторам и корпорациям, что преобразования нужны всем.

С политической волей в России проблем нет, утверждает заместитель министра строительства и ЖКХ Андрей Чибис. «Города занимают 2% общей площади планеты, но на них приходится более 70% потребления энергии и отходов. К 2050 году четыре из пяти человек будут жить в городах. Вопрос создания комфортных условий для жизни в городе является ключевым»,— поясняет чиновник. По его словам, необходимость стабильного качества жилищно-коммунальных услуг и принципиальное изменение подхода к формированию городской среды — это основа создания комфортного пространства. «Это, в свою очередь, базовый элемент конкуренции за активных и образованных людей, которые становятся ключевым ресурсом для развития страны»,— рассуждает замминистра.

Из федерального бюджета в рамках приоритетного проекта по формированию качественной городской среды выделено 20 млрд руб. Они будут направлены на софинансирование региональных и муниципальных программ формирования современной городской среды, еще 500 млн руб.— на парки и скверы в городах с населением до 250 тыс. человек. Эти средства уже выделены и распределены регионам, испытывающим дефицит бюджетных денег. Федеральным правительством принято решение о выделении еще 5 млрд руб. и регионам с высоким уровнем бюджетной обеспеченности. ■

САМИ МЫ МЕСТНЫЕ

Управляющий директор ADG Group ОЛЬГА ЗАХАРОВА о том, как локальные сообщества влияют на формирование городской среды.

Специалисты, рассчитывающие всевозможные индексы привлекательности городов, учитывают не только такие очевидные характеристики, как архитектура, транспортная доступность и экология, но и уровень полноты жизни. В Москве, как в любом современном мегаполисе, этот вопрос стоит особо актуально. Москвичи, как, скажем, жители Нью-Йорка, Лондона или Токио, осознают ценность времени, проводимого с семьей и друзьями, поэтому стараются строить повседневную жизнь, учитывая принципы тайм-менеджмента. В связи с этим закономерным является спрос на качественные услуги, включая досуг, расположенные в шаговой доступности.

В Москве сегодня появляются благоустроенные парки, современные библиотеки и пешеходные зоны, растут качество и доступность транспортных услуг, но москвичам по-прежнему не хватает рядом с домом досуговой инфраструктуры, которая, кстати, подчас выполняет и социальные функции. При этом инфраструктура по-прежнему гораздо активнее развивается в центре, а не там, где фактически живет подавляющее большинство горожан. Согласно данным исследования «Археология периферии», в границах между Третьим транспортным кольцом и МКАД проживают около 10 млн человек, из них более 40% стремятся проводить свободное время ближе к дому, а 30% вообще не покидают свой район.

ГЛЕБ ШЕЛКУНОВ

В любом из московских районов есть свои сообщества, образующиеся по множеству принципов: экономических, культурных, географических. Многие из этих неформальных объединений не видны и на первый взгляд не влияют на городскую среду, но это не значит, что они не вносят свой вклад в формирование облика города. Проекты по улучшению городской среды становятся успешными, только когда они берут в расчет и экосистему, в основе которой лежит крепкая сеть взаимоотношений и участие сообществ в принятии решений. Архитектура отношений с людьми — это непростой процесс. В каждом конкретном случае важно создавать такие условия, при которых горожане будут чувствовать, что они непосредственные участники изменений в их городе. Очевидно, что назрела необходимость разработки комплексных мастер-планов развития городской среды на уровне районов с участием местной и городской администраций, бизнеса и жителей. Будущее принадлежит практике партисипационного планирования, подразумевающей вовлечение местных жителей и местного бизнеса как равноправных участников программирования среды своего обитания. Примеров тому в мире существует немало.

Так, в США с 1996 года успешно действует модель таких некоммерческих ассоциаций, как business improvement districts (бизнес-инициативы по улучшению районов города). Основная идея этих ассоциаций — мобилизация частных средств для дополнительного финансирования округа (границы которого, кстати, определяет сама ассоциация при подаче документов на регистрацию) и коллективного управления им совместно с жителями. Ведь если районом довольны все участники экосистемы, то и его привлекательность растет не по дням, а по часам. По всем Штатам сформировано более тысячи таких ассоциаций: в одном только Нью-Йорке их 72, начиная от очень богатых районов с годовым бюджетом более $20 млн до скромных, с бюджетом не более $45 тыс. в год. Кроме решения финансовых проблем районные ассоциации занимаются зонированием торговых улиц, привлекают новые рестораны, поддерживают существующие компании и малый бизнес, организуют локальные мероприятия и реорганизуют общественные пространства. Вся работа ведется совместно с компаниями, работающими в этом районе, и жителями.