

ВСЁ В ГОЛОВАХ И ЖЕЛАНИИ ЗАСТРОЙЩИКОВ

НОВОСТРОЙКИ И ОБЩЕСТВЕННЫЕ ПРОСТРАНСТВА — ВАЖНАЯ ТЕМА ДЛЯ ЛЮБОГО ГОРОЖАНИНА.

ПОЧЕМУ В ОДНОМ МЕСТЕ РЯДОМ С НОВЫМИ КВАРТАЛАМИ ПОЯВЛЯЮТСЯ ПАРКИ И ПРОГУЛОЧНЫЕ БУЛЬВАРЫ, А В ДРУГОМ НЕТ НИЧЕГО, КРОМЕ ДВУХ-ТРЕХ ЛАВОЧЕК И СКУДНОЙ КЛУМБЫ?

ПОЧЕМУ В КАЖДОМ НОВОМ ДЕВЕЛОПЕРСКОМ ПРОЕКТЕ ВСЕГДА ЕСТЬ МЕСТО КРАСИВЫМ ДВОРАМ, НО НЕ ВСЕГДА ЗАСТРОЙЩИКИ ГОТОВЫ ДЕЛАТЬ ИХ ТАКОВЫМИ, РАССКАЗАЛА ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР АО «ЛЕНСТРОЙТРЕСТ»

ВАЛЕРИЯ МАЛЫШЕВА. БЕСЕДОВАЛ ИГОРЬ ФЕДОРОВ

GUIDE: Когда разговор заходит об общественных пространствах, зачастую каждый подразумевает нечто свое. Как вы понимаете этот термин?

ВАЛЕРИЯ МАЛЫШЕВА: Для меня близка трактовка американского социолога и урбаниста Рэя Ольденбурга. Он ввел такое понятие, как «третье место». Это может быть двор, променады, бульвар, магазин, кофейня. Если говорить обобщенно — это место, где человек, находясь вне дома или работы, проводит время с удовольствием, по своему желанию, и где ему приятно и комфортно. Наверное, так.

G: Под такое описание можно отнести много разных мест. Скажем, дворовые территории могут быть общественными пространствами?

В. М.: Конечно. Весь вопрос, как двор будет обустроен и зонирован. В прошлом году наша компания издала книгу «Дворы, переулки и весь мир» (не путать со сборником рассказов советского писателя Юрия Нагибина). Это наша совместная работа с московским архитектурным бюро «Дружба», мы посвятили ее нашему стандарту проектирования детских и подростковых пространств. К работе над ним было привлечено около десяти экспертов из разных отраслей и сфер: травматологи, экологи, педиатры, специалисты по инклюзии и двигательной активности. Вместе мы отвечали на самый главный вопрос: каким должен быть двор современного жилого комплекса для детей, подростков и родителей. Работа очень интересная, дающая понимание комфорта и безопасности во дворе.

Чтобы людям хотелось выходить во двор, проводить время вне квартиры, недостаточно только установить качели, поставить лавочку, а поодаль — сколотить песочницу. Мы разработали эти стандарты, так как нам близка философия обустройства современных общественных пространств. В своей компании заниматься зонированием двора мы начинаем уже на этапе проектирования жилого комплекса. В итоге каждый элемент находится там, где он и должен быть. Все вместе это работает на то, чтобы вызывать у ребят желание придумывать собственные игры, скажем, сегодня представлять себя капитаном, а завтра — исследователем, а послезавтра — космонавтом или художником, а не играть по заданному взрослыми шаблоном. В свою очередь, и взрослым здесь комфортно находиться.

G: Мы живем в то время, когда строительные компании застраивают огромные территории и все в рамках одного жилого комплекса. Общественные пространства могут связать между собой десятки корпусов и сотни подъездов?

В. М.: Мы как раз из таких компаний, строящих объекты комплексного освоения. Это достаточно крупные девелоперские проекты, с большим количеством жилых

домов переменной высотности — преимущественно средне- и малозэтажная застройка, расположенная на огромном земельном участке. Благодаря большим объемам нам есть где «разгуляться» и сразу спланировать специальные общественные зоны. Мы сейчас говорим не о закрытых дворах, а о центральных площадках, куда могут приходить люди со всего квартала. Это могут быть прогулочные аллеи, парк или площадь. Как показывает опыт, правильно расположенная «коммерция» — это прекрасное дополнение к любому общественному пространству.

G: Может ли быть общественное пространство для жителей отдельно взятого микрорайона?

В. М.: Все урбанисты учат тому, что такие пространства должны быть открыты и привлекать максимальное количество людей для того, чтобы там кипела жизнь. Однако мы сталкиваемся с тем, что люди порой просят закрыть или оградить территорию. Видимо, они полагают, что это поможет их безопасности. Мы с этим работаем и объясняем, что такие зоны должны быть открыты. Есть и другая проблема, связанная с обслуживанием. Вот мы сделали «красоту», вложили душу, время, деньги, знания, опыт и силы, а как дальше будет жить эта территория, как она будет развиваться?

Первый вариант: застройщик сам обслуживает общественное пространство в том виде, в котором оно изначально задумывалось. Другой вариант: территория передается местным муниципальным властям. Как вы понимаете, это весомая финансовая нагрузка, и далеко не все районные администрации хотят и готовы вникать в идеи зонирования, содержания и ухода за этой территорией. И еще один вариант: передавать общественное пространство жителям микрорайона или жителям квартала, то есть в управляющую компанию. Тогда это непременно отразится на коммунальных платежах. Управляющая компания готова на основе наших разработанных правил следить за порядком, но жители не готовы платить за это.

G: Получается, что все хотят, чтобы было красиво, но не за свой счет.

В. М.: Потребуется время, чтобы люди поняли, что человек хозяин не только 60 кв. м своей квартиры, где он моет и убирает. И если в своем дворе многие из жильцов уже готовы подключаться к посадке растений или выходить на субботник, то вот центральная зона — она вроде бы ничья, потому что там все ходят и никто не готов облагораживать именно ее. Я думаю, что мы придем к более осознанному подходу к открытым пространствам, но на это потребуется не один год.

G: В начале разговора вы сказали, что внутридворовые пространства вы делаете индивидуальными. Вы также сами поддерживаете это хозяйство?

В. М.: Внутридворовые пространства находятся в зоне ответственности управляющей компании. Они переданы жителям домов как дольщикам, по закону, и содержание находится уже на плечах жителей. За исключением одного момента: как только мы вводим объект, мы заключаем с компанией, которая делала благоустройство, договор на годовое обслуживание. Они поддерживают порядок, подсаживают цветы, меняют газон при необходимости. Параллельно они обучают управляющую компанию правильно ухаживать за растениями. На второй год расходы делим пополам с УК, а на третий год мы уже отпускаем их в свободное плавание.

G: Это благотворительность, маркетинг или желание выглядеть лучше, чем конкуренты?

В. М.: Ни то, ни другое, ни третье. У нас есть своя градостроительная философия «Живи», которой мы руководствуемся при проектировании и строительстве наших кварталов. Для нас просто невозможно действовать по-другому, это не маркетинговый ход для того, чтобы сказать: «Смотрите, как у нас круто!» Для нас все должно нести свой смысл, это смысл нашего бизнеса и подхода к тому, как все устроено. Я могу привести пример: мы разработали проект центральной зоны в Янино. Провели тендер, получилось дорого. Стали думать, что можно оптимизировать. Нашли непонятную «штуку», которая должна изготавливаться по индивидуальному заказу, и стоит она миллион рублей. Уже собрались исключать из проекта. И тут нам автор проекта объясняет, что у этой штуки есть свой смысл: оказалось, что каждая часть этой детской «ходилки» сделана с разным наклоном, поворотом, разные поручни имеют разный материал. Все это было сделано, чтобы дети учились ходить под разным углом, держать спинку, разная фактура перил призвана давать разные тактильные ощущения. И вот когда мы поняли, что это все несет важный развивающий контекст, мы вернули элемент обратно в проект.

G: Последние годы застройщики заговорили о важности общественных пространств в девелоперских проектах. Это потребительский запрос или просто разговоры?

В. М.: На мой взгляд, по-настоящему очень немногие застройщики создают общественные пространства и обустраивают дворы осознанно. Если говорить про потребителя, то у большинства также пока еще нет четкого сформулированного запроса. Квадратные метры и планировка — это понятно, ему в этом жить и он это трогает руками. Дальше он не понимает и не может сформулировать свою потребность. Согласитесь, мало кто сейчас, выбирая квартиру, скажет: «Я хочу, чтобы у меня во дворе была возможность работать с ноутбу-

ком». Поэтому уместнее говорить о появлении неких намеков со стороны потребителей. Запросов, которые как бы витают в воздухе. И вот кто-то из застройщиков их считывает и переводит в маркетинговую плоскость, а кто-то не считывает.

G: Комфортная среда делится по классам, можно сделать качественное общественное пространство для жилья эконо-класса?

В. М.: Смысл не в том эконо- или комфорт-класс. Один выжимает максимум квадратных метров из земельного участка и в принципе не задумывается о том, как можно было сделать по-другому. Поэтому и получается некомфортное жилье комфорт-класса. Вопрос в мозгах и подходе. Мы все знаем некоторые микрорайоны, где земля стоила очень недорого, но там при всем этом умудрились построить вот весь этот мультиплицированный ужас, без социалки и без дорог. Поэтому это все — вопрос желания и подхода.

G: Получается, что при существующем росте себестоимости строительства выгоднее строить «человеешники», чем озадачиваться развитием общественных пространств и территорий?

В. М.: Я не утверждала бы столь категорично. Тут не совсем все завязано на бизнесе. Думаю, если спросить любого застройщика, хотел бы он строить качественные микрорайоны, то каждый ответит, что да. А если после этого спросить: «Почему ты этого не делаешь?» Вот тут мы услышим много разных оправданий: себестоимость, рост стоимости кредитов и еще куча всего. Иногда это объективные факторы, иногда — не совсем. Я уже говорила, что строительство начинается на бумаге, когда все только планируется, включая расходы на строительство домов и обустройство территорий. Для нас это понимание девелоперского проекта. Как бы высокопарно это ни звучало, для нас от этого зависит уровень личного самоуважения. Если я могу сделать лучше, у меня для этого есть возможности, почему я не должна этого делать?

G: Это понятно, но вы так же говорили, что зачастую люди не могут сформулировать свои желания.

В. М.: Да. Говорила. Хотя это не значит, что люди хотят жить только внутри бетонных стен. Многие известные компании стали таковыми только потому, что предложили потребителю нечто новое и уникальное. Когда они создавали свой продукт, они не просто верили в успех, они имели желание быть лучше. Это некое уважение к себе. И мы в нашей компании понимаем, что если мы можем сделать на другом уровне — мы это сделаем. Уверена, люди поймут и придут жить не просто в четырех стенах, а туда, где личное комфортное пространство продолжается при выходе из квартиры, парадной и даже квартала. ■



ЕВГЕНИЙ ЛАВРЕНКО