



Философские науки

УДК 101.1:316

В.П. Гриценко

Гриценко Василий Петрович, доктор философских наук, профессор, проректор по научной работе Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, 33 3), e-mail: postmodernist@mail.ru

МАССОВАЯ ЗАСТРОЙКА КРАСНОДАРА: К ВОПРОСУ О РЕБРЕНДИНГЕ¹

Автор статьи обсуждает проблемы городской застройки и брендинга в Краснодаре с точки зрения философской урбанистики. Основными принципами оценивания с философской точки зрения являются принципы развития постиндустриальной и информационной цивилизаций. Оцениваются сложившиеся традиции формирования городского облика и среды. Автор обсуждает ряд противоречий, связанных с развитием городской жизни современного Краснодара, а также рассматривает направления совершенствования образа жизни и продвижения бренда территории. Обосновывается необходимость обновления принципов форматирования города и городской среды, а также ребрендинга его облика.

Ключевые слова: философская урбанистика, город и городское пространство, город и цивилизация, постиндустриальная цивилизация, информационная цивилизация, ребрендинг, гармонизация городского пространства.

¹ Издание подготовлено при финансовой поддержке РФФИ и Администрации Краснодарского края в 2017 году. Проект 16-13-23010.

Gritsenko Vasily Petrovich, Full PhD (philosophical), Full professor, the vice rector for scientific work of the Krasnodar state institute of culture (33, im. 40-letiya Pobedy St., Krasnodar), e-mail: postmodernist@mail.ru

**MASS BUILDING OF KRASNODAR:
TO THE QUESTION OF REBRANDING**

From the point of view of philosophical urbanistics the author discusses problems of urban development and branding in Krasnodar. The basic principles of estimation from the philosophical point of view are the principles of development of post-industrial and information civilizations. The developed traditions of formation of city shape and Wednesday are estimated. The author discusses a number of the contradictions connected with development of city life of modern Krasnodar and also considers the directions of improvement of a way of life and advance of a brand of the territory. Need of updating of the principles of formatting of the city and urban environment and also a rebranding of his shape is proved.

Keywords: philosophical urbanistics, city and city space, city and civilization, post-industrial civilization, information civilization, rebranding, harmonization of city space.

Три четверти населения нашей страны проживает в городах, в связи с чем стала актуальной гуманитарная урбанистика, заботами которой является развитие городов и городского образа жизни. В своих работах мы уже рассматривали характеристики развития городской среды и массовой застройки Краснодара, противоречивые тенденции и недостатки в этой области [1], а также в контексте брендинга [2]. В России существует 1112 городов и две трети из них являются убывающими [3]. Очевидно, что

российские поселения и города проигрывают конкуренцию в деле создания комфортного образа жизни. Оценим некоторые недостатки Краснодара с этой точки зрения, чтобы видеть пути совершенствования.

На специальном сайте Краснодар (853,8 тыс. жителей) оценивается как город растущий, и общее состояние городской среды оценивается в 172 балла, т.е. 57% в категории «крупные города». Эти показатели (позволяющие говорить о срединном положении города) расходится с часто встречаемым суждением о том, что Краснодар по благоустройству или по качеству жизни входит в топ лучших городов России [4]. Кроме того, совершенно недавние данные о численности городского населения Краснодара коренным образом меняют ситуацию, так как в городе проживает на 500 тыс. жителей больше, чем зафиксировано в официальной информации [5] и вряд ли это повысит индексы Краснодара. Скорее всего, понизит.

То, что современный российский город стоит перед цивилизационным Вызовом, ощущают и политики. 24 июля этого года в Краснодаре проходил Всероссийский партийный форум «Единой России» «Городская среда», в работе которого принимал участие председатель правительства Российской Федерации Дмитрий Медведев. Был дан старт новой модели развития городов, главная цель которой – формирование комфортной городской среды.

Не совсем убедительными выглядят и данные о том, что Краснодар лидирует в рейтинге по показателю объема жилищного строительства, а 98% жителей считают, что в городе достаточно жилья для всех [6]. Это противоречит недавно обнародованным сведениям о том, что самое большое количество обманутых дольщиков находится в Краснодаре: оно превышает все другие регионы, в том числе Москву и Московскую область вместе взятые [7].

О количестве строящегося жилья свидетельствуют не только позитивные, но и негативные оценки. Представители общественного движения «Помоги городу» высказывают мнение, что современная

градостроительная политика, тон в которой задают застройщики, а не власть и горожане, ведет к разрушению единого облика Краснодара и удобного места жительства [8].



Источник: Югополис

Активисты в письме к различным органам власти (губернатору, мэру) указывают, что массовая многоэтажная застройка идет в зонах затопления, рекреационных зонах, на землях сельхозназначения и транспортной инфраструктуры.

Нам представляется, что необходимость высотной застройки в Краснодаре является большой проблемой. Этому есть ряд серьезных причин. Мы даже не затрагиваем проблему сейсмоустойчивости. Вопрос, прежде всего, о черноземе. Чернозем является одним из исчерпаемых ресурсов человечества. Имеет ли смысл на черноземе возводить многоэтажки или какие-либо сооружения, не связанные с его сохранением, рациональным использованием?

С нашей точки зрения, высотный Деловой и административный сити имеет смысл воздвигать в Краснодаре как мегаполисе лишь на пространстве нечерноземном. Но нужно подумать, необходим ли такой облик Краснодaru, чтобы он был современным? Частично необходим, или вообще нет?



В черноземной зоне, видимо, все-таки, лучше возводить коттеджи, использовать усадебную застройку. Ведь большинство россиян (2/3) хотели бы проживать в частных домах [9]. Фактически проживает вдвое меньше. А в Краснодарском крае желающих проживать в частном коттедже или усадьбе, скорее всего, абсолютное большинство. Идеалом для большинства россиян является небольшой коттеджный поселок с детской и спортивной площадкой, садом и местом под машину.

Во время проведения в июле 2017 г. Форума по развитию комфортной городской среды в Краснодаре СМИ сообщали, что Д.А. Медведев раскритиковал современную застройку Краснодара, которая оказалась несвоевременной. Председатель правительства РФ указал на отсутствие разницы между современным Краснодаром и Краснодаром 1990-х годов, что нужно двигаться не в сторону увеличения квадратных метров, а в направлении развития комфортной городской среды.

Таким образом, проведение массовой застройки в Краснодаре характеризуется противоречивыми тенденциями:

- 1) даже внешний облик застройки говорит о ее несвоевременности, она является прямой калькой того, что строилось в 1970-е и 1990-е годы;
- 2) застройка ведется массово, но она существенно не сокращает количество ветхого жилья, особенно в центре;
- 3) количество вводимых в строй детских садов, школ, детских и спортивных площадок непропорционально мало по сравнению с массовой застройкой жилья;

4) жилья строится много, но много незавершенного и много некачественного, не соответствующего современному уровню и современным эстетическим критериям;

5) застройка производится так, что, как правило, не создает уникального эстетического облика городу;

6) новая застройка не гармонизирует с созданием транспортной инфраструктуры, в результате чего город находится в состоянии транспортного коллапса;

7) изношенная, затратная, ресурсоемкая инженерная инфраструктура в городе препятствует экологическому состоянию городской среды.

Какова может быть программа ребрендинга и модернизации застройки Краснодара с учетом российских проблем и мировых трендов развития городов? В рамках разработанной стратегии развития необходимо последовательное продвижение образа Краснодара от «большой деревни» к современному мегаполису, который максимально удовлетворяет потребности жителей города, создает возможности для их самореализации:

– скорее всего, ребрендинг Краснодара как агломерации, современного мегаполиса допускает переход от моноцентричного городского пространства к полицентричному, предпосылки для чего уже, по существу, созданы различными «моллами», спортивными и другими центрами;





На фото мы видим мегамолл «OZ», расположенный на окраине города, но который, по существу, является центром торговли, развлечений, времяпровождения, развития вкуса. Таких центров, которые расположены на окраине Краснодара, уже много и они создают полицентрический торгово-культурный образ города.

Коренным образом должна измениться политика застройки города. С одной стороны, город должен быть наполнен уникальными зданиями и сооружениями. Например, в городе нет уникального рынка и рыночного здания, хотя само положение Краснодара и его статус естественным образом предрасположены к тому, чтобы быть городом уникальных рынков.

Другой пример: на месте недостроя большого офисного и гостиничного здания рядом с Институтом культуры (ул. им. 40-летия Победы, 33) мог бы разместиться громадный культурный центр: МегаЦентр «Культура». Здесь бы хватило места всем: Институту культуры, Кубанскому казачьему хору, многим разновозрастным студиям культуры и искусства. Это мог бы быть уникальный для Европы, а может быть и мира проект, в котором различным видам творчества обучались бы все желающие. В то же время, этот проект стал бы местом паломничества гостей города, делегаций и всех желающих и послужил бы базой для имиджа Краснодара как города культуры.



Конечно же, традиционный административный центр Краснодара также сохранился бы как Центр, но его брендом стало бы историческое название – Екатеринодар и он бы застраивался именно в виде исторически стилизованных зданий, сооружений, коттеджей. Стилизация или копирование исторической застройки способствовала бы формированию особой духовной атмосферы этой части города, где расположены музеи, галереи, исторические памятники.

Хорошим символом Краснодара как мегаполиса мог бы быть деловой и торговый Сити-Центр «Краснодар». Но, конечно, он должен быть застроен уникальными зданиями и уникально спланирован. Наличие такого центра, в котором бы и автомобили не ютились на тротуарах, а могли свободно парковаться под землей, например, способствовало бы разгрузке и исторического, и некоторых других центров.



Конечно образ Центра должен быть не в стиле современной безликой застройки, как на верхней фотографии, а в стиле хай-тек, как на фото ниже.



Мы бы предпочли образ Делового и Административного центра в классическом стиле или стиле, сочетающем классику и хай-тек.



Думается, что «умная застройка» предполагает, что некий микрорайон может быть обустроен идейно под лозунгом «Экоград Краснодар» (или «Умный город»). В этом районе допускалась бы только высокотехнологичная, экологичная застройка, технологии и планировка. Это было бы особое пространство жизни, с доминированием пешеходных, велосипедных дорожек, гироскутеров, гужевого транспорта и электромобилей. Такая территория была бы не только местом проживания, но и производства экологичной продукции по экологичным технологиям. Вполне возможно размещение там «Экологичного технопарка».

Сочетание традиционного, деревенского и ультрасовременного должно стать одной из центральных особенностей Краснодара. Каждая улица, квартал и микрорайон могут иметь свое лицо и нечто удивительное, привлекательное.



Пора уже думать о специальных акциях, например, таких, которые стимулируют использование экологичного автотранспорта, акциях, поддерживающих передвижение на общественном транспорте [10]. Например, вполне возможно организовать стоянки автомобилей на окраине города, около мегацентров, где приезжие на день оставляли бы авто, не въезжая в город. За это они могли бы получать бонусы: бесплатное кофе и бургер, билет на концерт и пр.

Центральной частью ребрендинга Краснодара должно быть продвижение урбанистического кластера или развитие города как социокультурной системы, развитие города как увеличение социального и культурного капитала его жителей, что означает «превращение»

горожанина в актора «умной деятельности» (smart activity). Над горожанином, его продвинутым образом, моделью надо работать и формировать ее посредством культурных программ, акций, мероприятий.

Возникновение информационного общества, интенсификация сетевых коммуникаций привели к тому, что город превратился в совокупность информационно-коммуникативных миров. Современная семиосфера Краснодара превратилась в пространственно-информационную структуру, которая включает в себя множество коммуникационных миров – Мир детства, Мир знаний, Мир богатства и денег, Мир увлечений, Мир игр, Мир бизнеса, Мир дискурсов власти, Мир сакрального и др. Город как пространственно-символическая организация превращается в голографическое, многомерное смысловое и культурное целое, в котором каждый горожанин является творцом смысловых структур. Если же этот принцип не реализуется в современном градоустройстве, а нам навязывают жилье стандартов 50-летней давности и образ жизни недосовременный, то значит, градостроители не понимают, что такое современный город. Ведь чтобы понимать, что такое современный город надо знать: какова современная цивилизация; каков современный цивилизационный тренд. Поэтому современные программы ре-брендинга городов в области преодоления отчуждения личности от города должны быть нацелены на развитие и наполнение смысловой структуры городского символического пространства культуры. Богатство городской жизни может быть понято как смысловая наполненность его миров, через которые как через текст хорошей книги лишь можно осознать идею города.

Точно также должна быть технология включения жителей в самоуправление и контроль городской жизни, что является одним из критериев настоящей агломерации. Технология включения жителей появляется тогда, когда у них возникает возможность некоего контроля ближнего круга своего проживания. Исходя из мирового опыта, можем сказать, что если в крупных городах есть 10–15 тысяч человек активистов, то

сквозь них прорастают настоящие корни муниципальной жизни, жители осознают, что от них что-то зависит.

Список используемой литературы и примечания:

1. *Гриценко В.П.* Проблема баланса общих и частных интересов в городском пространстве Краснодар // Культура и время перемен. 2017. № 2(17). URL: timekguki.esrae.ru/33-265 (дата обращения: 29.06.2017).

2. *Гриценко В.П., Харашивили К.В.* Стратегия и тактика регионального брендинга (Краснодар и край). URL: <http://vestnikkguki.esrae.ru/9-161> (2.10.2017).

3. URL: <http://xn----dtbcccdtsypabxk.xn--p1ai/>

4. URL: <http://basetop.ru/rejting-gorodov-rossii-po-urovnyu-kachestva-zhizni-2017/> © Топ Рейтинги Мира (17/08/2017).

5. Число людей, которые зарегистрированы по месту жительства и пребывания в Краснодаре, достигло отметки в 1 миллион 318 тысяч 142 человека. URL: <http://www.vkpress.ru/glavnoe/kolichestvo-zhiteley-krasnodara-prevysilo-1-million-300-tysyach-chelovek/?id=112023> (2.10.2017).

6. URL: <http://basetop.ru/rejting-gorodov-rossii-po-urovnyu-kachestva-zhizni-2017/> © Топ Рейтинги Мира.

7. Больше всего обманутых дольщиков в стране зарегистрировано в Краснодарском крае: по данным директора департамента жилищной политики Минстроя РФ Ольги Корниенко, в регионе заявили в реестр 6461 человек из 59 объектов, в Москве насчитали 33 объекта и 4049 обманутых дольщиков, в Московской области – 24 проблемных объекта и более 1,8 тысячи обманутых дольщиков, в Ростовской области больше всего проблемных объектов – 67, но всего 1557 обманутых дольщиков.

8. Активисты призывают остановить массовую застройку Краснодара.
URL: <https://news.mail.ru/society/30682498/>

9. Об этом свидетельствуют результаты опроса общественного мнения, проведенного 3–4 августа методом телефонного интервью «ВЦИОМ-Спутник» ВЦИОМ и опубликованного на сайте организации 11 августа 2017 г.: объем выборки 1200 человек, максимальный размер ошибки с вероятностью 95% не превышает 3,5%.

10. Калифорния планирует потратить 3 миллиарда долларов, чтобы помочь людям купить электромобили? За семь лет штат Калифорния потратил 449 миллионов долларов на потребительские скидки, чтобы увеличить продажи автомобилей с нулевым уровнем выбросов. URL: www.latimes.com