

ЦЕНТРЫ ГОРОДСКОЙ ЖИЗНИ В ПРОСТРАНСТВЕННОМ РАЗВИТИИ

П.П. Турун

*Северо-Кавказский федеральный университет,
г. Ставрополь, Россия, turun_geob1@mail.ru*

В статье представлены результаты анализа формирования и развития центров городской жизни. Рассмотрены их основные признаки, специфика и приоритеты развития. Произведена группировка функций по ряду признаков. Проведен анализ последовательности действий при формировании центров. Особое внимание уделяется формированию центра городской жизни г. Краснодар на примере стадиона футбольного клуба «Краснодар» и прилегающего парка как значимых элементов пространственной структуры города.

Ключевые слова: центр городской жизни; признаки и группировка центров.

По мере развития городов происходит увеличение выполняемых ими функций, усложнение каркаса города, плотности застройки, качественные изменения характера городской среды, появляется потребность в их градостроительной планировке, определении направлений пространственного развития.

Пространственное развитие представляет собой циклический процесс, вызванный противоречивыми последствиями преобразований в социокультурной или материальной среде города. Оно непосредственным образом отражает инженерно-геологические, социально-экономические, политические условия, особенности земельного и градостроительного законодательства разных исторических периодов.

В настоящее время, несмотря на сложность планировочно-функционального устройства города в его пределах выделяются условные структурные зоны, имеющие поясную конфигурацию:

1. Центральная, с повышенной концентрацией общественных и административных функций.
2. Срединная, с сочетанием практически всех функций – от селитебных до производственных.
3. Периферийная, которая характеризуется наименьшей плотностью и узким набором функций [1].

Условность такого деления связана с историческими различиями формирования городских функций внутри этих зон и их неравномерным распространением на различных этапах развития города по отдельным направлениям.

Пространственная форма организации градостроительной системы состоит из центра и периферии. При этом центр города отличается наиболее высокой социальной активностью. Для его территории характерно значительное разнообразие и высокий уровень концентрации функций, высокая плотность транспортной сети и другие параметры, отличающие его от окраин поселения. Важно отметить, что центр города часто соотносится с административным центром, однако данное соотношение не является обязательным. Понятия центр города и городской центр часто используют как тождественные, однако семантически понятие городской центр скорее соотносится с общественным центром.

Постепенно центр города расширяется и развивается, сначала аккумулируя в себе центры городской жизни, а затем данные центры распределяются в городской среде, а центр города все больше соответствует административному центру. Эта тенденция характерна для многих современных крупных городов.

Центры городской жизни – первый тип территорий, на которых следует сосредоточить усилия при пространственном развитии поселений. Их обустройство разнообразит городскую среду и помогает диверсифицировать экономику: у горожан появляются комфортные общественные пространства для отдыха, а малый и средний бизнес получает возможности для развития.

Для развития городской среды необходимо сосредоточить усилия на центрах городской жизни: местах, благоустройство которых создаст условия для развития бизнеса, сделает город узнаваемым, позволит ему диверсифицировать экономику.

Центры городской жизни – это компактные и разнообразные территории, в них всегдалюдно. Учреждения культуры здесь расположены рядом с объектами досуга, торговли и обслуживания.

Можно выделить три основных признака таких центров:

1. Интенсивность использования территории. Выражается в доле площадей с коммерческими и социальными функциями. При высокой доле территория в большей степени соответствует центру городской жизни.

2. Интенсивность движения по территории. Выражается в числе посетителей:

- местных жителей;
- постоянных посетителей, посещающих территорию часто в течение недели;
- периодических посетителей, посещающих территорию один или несколько раз в неделю;
- эпизодических посетителей – тех, кто бывает на территории редко со специфической целью (посещение музея, парка и т.д.);
- транзитных посетителей.

Посетители могут передвигаться пешком, на велосипеде, личном или общественном транспорте. Чем интенсивнее поток, чем больше в нем постоянных посетителей, тем вероятнее, что это центр городской жизни. Популярное транзитное направление может быть центром городской жизни, только при сосредоточении функции, привлекающие не только транзитных пользователей.

3. Разнообразие функций на территории. Значительное количество коммерческих и социальных предприятий разного профиля, объектов транспортной инфраструктуры привлекает посетителей, что соответствует определению центра городской жизни.

Административные центры, общественные центры и центры городской жизни могут совпадать в исторических городах. Если же поселение развивалось непоследовательно, его центр власти представляет собой парадный ансамбль административных зданий, расположенный в стороне от центров городской жизни.

В спланированных административных центрах часто почти нет учреждений культуры и досуга, а торговые и обслуживающие организации существуют в ограниченном числе. Здания не предполагают смешанного использования, доступ в них строго ограничен. Парадно-представительские ансамбли сложно приспособить под интенсивное повседневное использование. Для построения устойчивой модели развития города в условиях нехватки ресурсов, необходимо использовать территории, которые жители используют ежедневно в настоящее время, а именно, центры городской жизни.

При определении центров городской жизни возможно использование онлайн-карт, на которых хорошо видна насыщенность территории предприятиями торговли и услуг. Помогают определению и социальные сети, в которых фотографии привязаны к местам, где они были сделаны. Пользователи чаще фотографируют именно в центрах городской жизни.

Как было отмечено выше, центры городской жизни привлекают людей разнообразием коммерческих, социальных, административных, досуговых и других функций. Если их комбинировать, то центры будут использоваться более интенсивно, что в результате приведет к формированию спроса на дополнительные услуги и диверсификации экономики.

Однако цены на недвижимость в местах с интенсивным потоком пользователей могут быть высоки, особенно для начинающих предпринимателей. Одно из решений проблемы – совместная аренда: коммерческие предприятия могут делить площадь друг с другом, экономить на аренде и совмещать поток покупателей. Другое решение – аренда помещений у организаций (административных, коммерческих, культурных и образовательных учреждений), которые получают дополнительный приток посетителей и экономию на содержании помещения.

Функции можно группировать по ряду признаков – время работы, совместимость формата, целевая аудитория, взаимодополняемость товаров и услуг.

Время работы. Банки, почта, офисы, школы и больницы работают по семь-девять часов в будние дни. В то же время пик активности некоторых предприятий приходится на вечер или выходные. При группировке в одном помещении функций, работающих в разное время дня, недели или года, можно использовать арендуемую площадь более

интенсивно при сокращении издержек. Ресторан, который открывается только на ужин, может сдавать помещение днем кулинарной школе. Кафе, ориентированное на обеды для сотрудников ближайших офисов, вечером и на выходных может быть баром. На парковках перед офисами вечером и ночью могут оставлять машины жители ближайших домов, по выходным часть парковки может перекрываться для ярмарки.

Совместимость формата. В основе комбинации функций могут быть требования арендаторов к помещению – геометрическим параметрам, техническим характеристикам инженерных сетей, оборудованию, отделке. В торговых центрах в помещениях, сделанных по одному образцу, могут размещаться предприятия со схожим родом деятельности. Начинаящим предпринимателям не нужны большие площади, поэтому они могут располагаться в помещениях других предприятий того же профиля. Кофейня может снимать место в ресторане, лавка с украшениями и аксессуарами – в магазине одежды, автосервис – в автомойке. В библиотеке может быть реализован образовательный проект.

Целевая аудитория. Предприятия могут группироваться, не только для экономии на аренде, но и для создания тематического кластера, притягивающего посетителей со схожими интересами и стилем жизни. В студии йоги может быть магазин здоровой еды, при скейт-парке – магазин кроссовок, в семейном ресторане – игровой центр для детей. Потенциальная аудитория зависит не только от наличия коммерческих предприятий, но и от типа застройки центра городской жизни. Если он расположен в зоне индивидуальной застройки, его пользователями будут в основном жители близлежащих участков, на площади у автовокзала – люди, приезжающие на работу из ближайших городов и поселков.

Взаимодополняемость товаров и услуг. Посетителям заправочной станции на въезде в город нужен отдых и еда, автомойка или ремонт, поэтому она может объединять все функции, которые полезны человеку в дороге. В кинотеатрах всегда покупают попкорн, в спортзале – спортивные товары. Остановка общественного транспорта связана с ожиданием, поэтому рядом можно расположить киоск, пункт зарядки телефона и продажи билетов.

При формировании центров городской жизни необходимо выполнить ряд последовательных действий.

1. Создать качественную инфраструктуру для пешеходов, велосипедистов, автомобилистов и пассажиров общественного транспорта. На этом шаге необходимо обустраивать тротуары и тропинки, велополосы и велодорожки, проезжую часть.

2. Создать условия для размещения коммерческих функций на первых этажах зданий, упорядочить внешний вид магазинов, кафе, предприятий бытового обслуживания, задействовать обычно неиспользуемые фасады жилых и социальных учреждений, стены и ограждения.

3. Размещать нестационарные торговые объекты: киоски и павильоны, тележки и фургоны, проводить ярмарки. Небольшие объекты помогают разнообразить среду.

4. Развивать спортивные, культурные и рекреационные функции. Событийные, спортивные и детские площадки привлекут еще больше людей разных возрастов и увлечений, улучшат коммуникацию между жителями и будут способствовать развитию и поддержке бизнеса [2].

Необходимо благоустройство территории, целенаправленная работа по повышению привлекательности и комфортабельности территории, ее насыщение всем необходимым для досуга.

На современном этапе развития городов России стоит острая проблема развития центров городской жизни за пределами центральной зоны.

С «культурным потреблением» у многих горожан ассоциируется поездка в центр. Но запрос на периферийную досуговую активность остается. Жители готовы ехать в дальний район, если мероприятие соответствует их интересам. Необходимо учитывать большой дисбаланс в сфере жилищного строительства в пользу спальных районов. Более 90% жилья строится на городской периферии. Проблема доступности центра усиливается. С точки зрения досуга, она будет только усугубляться. Усиливается значимость центров в спальных районах и, в целом, за пределами центра города. Однако существуют проблемы городской инфраструктуры – слабая логистика, недостаток парковок и т.д.

Одним из примеров формирования новых городских центров является стадион и парк ФК «Краснодар» в г. Краснодаре. Формирование кластера спортивных сооружений

в районе ул. Восточно-Кругликовской было начато в июне 2010 г. с возведения центра подготовки резерва ФК «Краснодар». Спортивно-образовательный комплекс включает в себя 10 футбольных полей, два манежа, учебный корпус, многоместные коттеджи для проживания воспитанников, а также стадион на 3000 зрителей, на базе которого проводит свои домашние встречи молодежная команда.

Здание стадиона выполняет роль градостроительной доминанты для всей прилегающей территории, расположенной вдоль транспортной оси, соединяющей центр города и аэропорт. Рядом со стадионом находится парк. Здесь же оборудована автомобильная стоянка на 3 тысячи мест, которые клуб использует во время матчей. В остальное время там оставляют машины жители Восточно-Кругликовского микрорайона города. Парк спроектирован таким образом, что его можно использовать в течение всего года. Территория включает 30 различных зон.

Стадион и парк формируют новые стандарты качества жизни для периферийных районов города: комфортные общественные пространства, обширные зеленые зоны, развитая социальная инфраструктура.

Такой подход к организации городского пространства – создание «точек роста» на периферии города – дает возможность превращения спальных районов в полноценные территории для жизни и работы, способствует равномерному развитию города.

Библиографические ссылки

1. Абакумова, А.В. Основные планировочные зоны города: центральная, срединная, периферийная; промышленные территории в структуре города / А. В. Абакумова // Вестник СГАСУ. 2013. № 4.
2. Турун, П.П., Акопян, О.С. Формирование и развитие центров городской жизни (на примере г. Ставрополя) // Геодезия, землеустройство и кадастры: проблемы и перспективы развития. – Омск, 2020. – С. 302-306.