

В. Л. ВАЙНЕР, В. Ф. ПЕТРЕНКО

## ГОРОДСКИЕ СООБЩЕСТВА В ПОИСКАХ ПРОСТРАНСТВА\*

Несмотря на то, что у жителей малых городов и сельских посёлков все больше возможностей для коммуникаций через современные транспортные среды — интернет с соцсетями, форумами и блогами, мобильные телефоны, мессенджеры, онлайн-игры, рекомендательные сервисы и так далее — значительное число сообществ приобретает свою устойчивость при наличии только «живых встреч». Это могут быть и разовые события, такие как день города или день выборов, или ежемесячные встречи, как в примере сообщества ДаруДар, или сезонные ярмарки-выставки — у множества самых разных любителей: домашних животных, рукоделия или поэтов (реперов, дрифтеров, байкеров и т.д.)

В данном случае важно отметить, что сообщества первичнее пространств, место встречи может быть почти любым (от станции метро до лестничной клетки на третьем этаже многоэтажки). В связи с этим, важно разобраться — а что в нашем районе города или поселке по факту, «органически» является таким местом встречи, где сейчас собираются люди?

В рамках проекта «Города Будущего» реализуемого центром социальных технологий «Гарант» при участии Фонда развития медиапроектов и социальных программ *Gladway* и поддержке фонда *Citi* в ноябре — декабре 2016 года было проведено исследование в целях обобщения опыта организации и классификации таких мест. Результатом стала базовая классификация из пяти видов пространств, обеспечивающих функцию места для развития городских сообществ. Для начала выделим категории таких мест. Во-первых, это группы, предполагающие разные типы «соседских активностей»:

- соседские инициативные группы, находящиеся на одной территории (контроль за территорией, благоустройство);
- соседские тематические группы (краеведы, поэты, группы коллективных закупок, взаимопомощи, по обмену одежды);
- соседи в гаражах и подобных точках встреч, рядом с домом;
- и вершина добрососедских сообществ — ТОС (территориальное общественное самоуправление).

Во-вторых, это зарегистрированные и незарегистрированные некоммерческие организации различной тематической направленности вплоть до мощных инфраструктурных организаций:

- тематические группы (клуб ролевых игр, ассоциации мам, родителей и другие)
- городские группы (например, садоводы-огородники)

---

\* Статья написана при финансовой поддержке Российского научного фонда (РНФ) в рамках проекта № 14–18–03784 «Многообразие видов социокультурной сплоченности в условиях российских реформ: концептуализация и квалиметрия», реализуемого в РОО «Сообщество профессиональных социологов».

- профильные НКО и благотворительные фонды (ассоциации многодетных матерей, людей с инвалидностью, ветеранов, объединений по интересам и так далее)
- ресурсные центры (например, ассоциация некоммерческих организаций «Служение» (Нижний Новгород) и на ее основе школа аниматоров, центры активности людей, центр Грани (Пермь) и на его основе Центр городского продюсирования)
- фонды местных сообществ (в основном, в малых городах)

В-третьих, учреждения культуры, спорта и образования, которые часто являются единственными точками жизни и притяжения в малых городах, а иногда магнитом, который осознанно включают даже в масштабные девелоперские проекты для повышения рентабельности (например, библиотека в Охта-молле в Санкт-Петербурге). Можно выделить следующие типы точек организации сообществ в рамках данной категории:

1. Библиотеки. Там, где библиотеки еще выжили (например, их легко закрывают от людей в поселках Краснодарского края), именно они, в первую очередь, могут стать и являются точками встреч различных сообществ. Это очень заметно по распространению образовательной франшизы из Новосибирска «Лига Роботов», которая практически захватила Москву именно через библиотечные сети города.
2. Музеи и галереи. У музеев неограниченные возможности формирования и объединения жителей, начиная от тематических экспозиций, до фондов частных пожертвований, от создания резиденций до творческих пространств. Это не обязательно государственные или муниципальные пространства — в средних городах часто можно встретить частные небольшие музеи, коллекции которых собраны и пополняются местными сообществами и краеведами.
3. Дома культуры. Как правило, оставшиеся в наследство от советского периода России, они создают возможности для людей объединяться вокруг народного и фольклорного творчества, народных или современных танцев, лекций и обсуждений и так далее. Это часто единственное место встреч с редкими депутатами и чиновниками, и единственный зал кроме администрации.

Интересно, что эта категория мест часто создает особые, креативные кластеры, объединяющие жителей в творческие сообщества. Так, например, по итогам исследования 2102 года на «Архстоянии», где изучались формы организации локальных сообществ, автор исследования Павел Степанцов пришел к выводу, что «сообщностные отношения задаются временной синхронизацией жизни людей в едином пространстве [Степанцов 2013]. Синхронизация во времени предполагает, что люди живут в едином настоящем (у них совпадают временные ритмы: они просыпаются, идут за водой, собираются гулять, ложатся спать в одно и то же время), прошлом (у них есть общие воспроизводимые представления о прошлом) и будущем (существуют более или менее единые проекты сообщества на будущее)».

Как ни банально звучат эти выводы, но именно этих простых явлений, особенно общих воспроизводимых представлений о будущем, у жителей обычных городских районов сейчас нет.

В-четвертых, это открытые общественные пространства, под которыми в российской действительности можно понимать все, где можно собираться без пропускной системы и записи (хотя паспорт могут попросить в любом месте).

Самое распространенное и комфортное общественное пространство — это *рестораны быстрого питания, кафе и столовые*. Лидер встреч сообществ в тех городах, где удалось открыть ресторан — это «Макдональдс», за ним следуют разнообразные антикафе — от обычных кафе с оплатой по времени, до специализированных и «заточенных» под сообщества (например, как антикафе «Тайный Маяк» в Москве). Еще одним из массовых и узнаваемых за последние пару лет (в связи с активной продажей франшиз) стала «Додо-пицца», часто единственное место в небольшом городе, где можно просто посидеть и поговорить с друзьями.

**Коворкинги**, хоть и редко, выполняют функцию не только сдачи в аренду стула и тумбочки, но могут являться пространством постоянных событий, встреч, лекций, митапов, питчей, хакатонов и прочих явлений, понятных совершенно конкретным сообществам. Примеров пока не так много, но наиболее показательным является сеть *Impact Hub* (в России — *Impact Hub Moscow*).

**Оборудованные пространства в районах** (парки, скверы, дворы, набережные) — естественная среда встреч и жизни локальных сообществ, которые часто переходят от встреч и обсуждений к преобразованию этой среды — и в одних случаях появляются цветники, розарии, в других — артобъекты, в третьих — воркаут-площадки.

**Муниципальные пространства.** Муниципалитеты, особенно в больших городах, редко горят желанием отдать свои охраняемые территории под нужды местных жителей, но примеры, даже масштабные — существуют. Так, в Москве создана целая сеть пространств Московского дома общественных организаций (МДОО) Комитета общественных связей Правительства Москвы, открытых для нужд некоммерческих организаций. На базе таких пространств появилась система бронирования помещений под встречи НКО, проведение семинаров, встреч с жителями и даже прототип социального коворкинга — «Добрая Артель», где некоммерческие организации могут открывать мастерские (открыт швейный цех, компьютерный зал, кухня и комната для детей). В принципе, в любом муниципалитете огромное число брошенных, невостребованных пространств, но они еще ждут своего часа.

И, наконец, в-пятых, это **социальные предприятия**. Они частично пересекаются с уже опоминавшимися некоммерческими организациями, музеями, коворкингами, и даже общепитом, но обладают несколькими особенными характеристиками.

**Благотворительные магазины.** Практически каждый благотворительный магазин гарантированно формирует и объединяет значительное число жителей — в первую очередь вокруг идеи — от идеи ответственного и экологического

потребления, благотворительности и помощи другим до идей фудшеринга и поддержки определенных благотворительных фондов. Каждый такой магазин не только формирует и поддерживает сообщества, но и незаметно меняет жизнь в городах, становясь примером и проводником новой социальной экономики, шеринга, осознанного подхода к потреблению и так далее.

**Детские развивающие центры.** Как правило, здесь есть плата за вход. Но, если это социальное предприятие, а не обычный бизнес в социальной сфере, то цели деятельности такого центра — как развитие и наполнение города жизнью. Поэтому интересно наблюдать, как развивается, например, центр «Страна Гномов» в Долгопрудном Московской области, особенно когда весь город участвовал с социальным и краудфандинговым проекте создания на базе центра эко-комнаты, полностью сделанной из картона.

**Краудфандинговые кампании** развития территорий, инициированные как правило социально активными предпринимателями (например, Гузель Санжаповой с проектом развития деревни Малый Турыш) — это, конечно, отдельная большая тема жизни в городе социальных предприятий. Сам краудфандинг возможен только тогда, когда он основан на активном сообществе, и поэтому, социальные предприятия часто обращаются к народному финансированию, когда цель — изменения жизни в городе, появление новых сервисов и условий, новых объектов городской среды и так далее.

И еще одна категория, близких к социальным предприятия организаций, — **предприятия, создающие и продвигающие франшизы в актуальных социальных полях**, там где любой бизнес непредсказуем, сложен и востребован. Одно время такими точками развития сообщества были центры сети «Беби-клуб» (сейчас это уже все-таки просто успешный и устойчивый бизнес в первую очередь, а инновации и риски перешли к новому проекту, — созданию начальной школы «Белая Ворона»). Или сеть семейных ресторанов «Андерсон» — месте, где можно спокойно назначать встречи, в любом составе и количестве друзей, зная что ребенок найдет себе дело — в бесплатной игровой детской комнате с аниматорами.

Гипотеза исследования в рамках программы «Города Будущего» состоит в том, что наиболее перспективными пространствами для развития сообществ и формирования комьюнити-центров являются именно социальные предприятия. Это обусловлено тем, что они, как и НКО и учреждения культуры, созданы и живут для решения социальных задач и развития жизни на территории, но при этом обладают самыми разными моделями финансовой устойчивости, как благотворительные магазины или социальные коворкинги или кафе. И поэтому, первый шаг — понимание, где в принципе есть пульс жизни в городе, где его можно увидеть, почувствовать, подключиться. При этом приоритет для задачи создания комьюнити-центра — именно выявление социальных предприятий и их лидеров.

Такой подход к первым шагам, не является единственно возможным. В России более десятка экспертов по локальным и городским сообществам, и, как правило, у каждого — свой подход. В частности, ведущий активист

и основатель сети Центров прикладной урбанистики Свят Мурунов в своих выступлениях подчеркивает, что «сначала надо выделить субъекты, обозначить самоорганизованные городские сообщества, построить их сеть, дать им в перспективу формирование локальных сообществ. Надо использовать для этого каждое городское событие, неважно, организует его власть, бизнес или активисты, его целью будет генерация нового сообщества, сохранение культурного кода. Ещё было бы отлично, если бы о сообществах сняли пару телевизионных сериалов, устроили дискуссию в ток-шоу, как-то легитимизировали социальный сценарий, социальный активизм». Мурунов подчеркивает: «В районах новостроек, я всегда предлагаю начинать с комьюнити-центров. С попытки сформировать площадку для живого взаимодействия жителей, где они могли бы знакомиться, общаться, договариваться и что-то совместно делать. В таких местах жителям, нужно начинать не с таких сложных форм, как объекты искусства в городском пространстве, а с организации центра, где они могли бы заниматься своими хобби, проявлять свои интересы. Чтобы самоорганизоваться и начать общаться с подобными себе, нужна площадка».

Ирина Ирбитская, архитектор, директор Центра градостроительных компетенций РАНХиГС считает, что шаг номер один – в каждом районе создать проектные офисы, междисциплинарные команды которых будут рутинно выстраивать и систему коммуникации, и формировать и внедрять решения как в *soft*, так и в *hard*-средах, связывая не только тех, кто живет, но и тех кто работает на этой территории и тех, кто поставлен управлять этой территорией. Без вот этого офиса мы будем формировать сообщества либо долго и безуспешно, либо с мелким переменным успехом, но тоже долго. А наши проектировщики и девелоперы до окончания веков будут рисовать и строить красивый и не очень *hard*, плодящий хаос».

Как видим, подходы могут быть самыми разными, но всех экспертов объединяет первый шаг – это сам факт того, что для развития социальной ткани населенного пункта необходимо все-таки физическое место с определенным функционалом и потенциалом.

#### **Список источников**

*Баринова А.* Почему в наших городах нет местных сообществ? 2015. URL: <http://urbanurban.ru/blog/reflection/891/Pochemu-v-nashikh-gorodakh-net-mestnykh-soobschestv> (дата обращения 14.11.2017).

*Вайнер В. Л.* Как создать комьюнити-центр. – М: Издательство О. Пахмутова, 2017.

*Матвеев О.* Понятные формы. URL: <https://moslenta.ru/urbanistika/ponyatnye-formy.htm> (дата обращения 14.11.2017).

*Мышленникова Д. Ю., Еренко Э. Р.* От жителя – к горожанину. Новые форматы городской гражданской культуры. – Пермь: Центр «Грани». 2012. URL: [http://nko.economy.gov.ru:81/upload/141253\\_Новые%20форматы%20городской%20гражданской%20культуры.pdf](http://nko.economy.gov.ru:81/upload/141253_Новые%20форматы%20городской%20гражданской%20культуры.pdf) (дата обращения 14.11.2017).

*Степанцов А.* Сообщества и городская среда. 7 фактов об определении сообществ в социологической традиции и их роли в городской. 2013. URL: <https://postnauka.ru/faq/11357>. (дата обращения 14.11.2017)