



Рассматриваются особенности российской градостроительной политики, связанные с взаимоотношениями власти, бизнеса и общества. Сделан вывод, что на современном этапе отсутствие культуры достижения договоренности, компромиссов, баланса интересов, нежелание и неспособность понять настроение и потребности разных общественных групп и аудиторий – общее свойство российского бизнеса и российской власти, увлеченных друг другом.

Ключевые слова: градполитика; государственная власть; элита; девелоперский бизнес; общество. /

The article observes peculiarities of Russian town-planning policies connected with the relationship between government, business and society. The author concludes that at the current stage the Russian business and the Russian government, being obsessed with each other, have a common feature that includes indisposition to reach an agreement, a compromise or a balance of interests, as well as unwillingness and inability to understand the mood and the needs of different social groups and audiences.

Keywords: town-planning policy; governmental authorities; elite; development business; society.

О социокультурных предпосылках формирования российского пространства Треугольник и элита /

текст
Андрей Боков
text
Andrei Bokov

Не без оснований принято считать, что содержание и результаты градполитики, как и любой политики, интересуют троих: власть, бизнес и общество. У каждого из участников этого треугольника свой ресурс и свои интересы.

Российская власть делится на государственную и муниципальную. Государственная власть идет с самого верха и доходит до губернаторов, а муниципальная начинается с уровня мэров и распространяется до самого низа. Так получилось, что основной административный ресурс в соответствии с построенной вертикалью – реальная власть в руках государства, его высших уровней, которые мало что оставляют губернаторам, не говоря уже о муниципалах. Однако эти верхние властные эшелоны в соответствии с Градкодексом и уже сложившейся практикой не сильно обеспокоены ни пространственным планированием в целом, ни состоянием населенных мест.

Забота о местах обитания возложена в первую очередь на местные власти, то есть на тех, кто лишен особых возможностей и полномочий. Местные власти, с одной стороны, обязаны проводить политику, с другой стороны, контуры этой политики им неведомы, а инструменты, средства реализации крайне ограничены. На этом фоне уникальным, исключительным выглядит положение столиц, Москвы и Питера, власти которых объединяют полномочия муниципалитетов с возможностями государства. Именно эти власти, их представители становятся активными субъектами градполитики, способными выстроить на своих территориях и реализовать некое видение. Таковым, в частности, был бывший московский мэр, утверждавший «московский стиль», таковым оказывается его преемник, увлеченный тротуарами и открытыми пространствами. К таковым можно отнести и власти Санкт-Петербурга, старающиеся без нужды не разрушать облик и целостность своего города.

Современный российский девелоперский бизнес стратифицирован не менее отчетливо, чем власть. Его устойчивый костяк составляют несколько крупнейших общенациональных или межрегиональных игроков,

практически поделивших, невзирая на законодательство, сферы влияния и права на ресурсы. Они являются прямыми наследниками советского стройкомплекса, унаследовавшими его мощности, технологии и вдобавок имеющими доступ к финансам. Они пользуются расположением банков, и в первую очередь в их интересах работает ипотечное кредитование.

Более того, крупный бизнес успешно подчиняет своему контролю сопутствующие виды деятельности: изыскания, проектирование, функции управления проектом, функции технического заказчика, генподрядчика и т. д. Он оказывает активное воздействие на органы исполнительной власти через неформальные связи и формальное участие в структурах вроде общественных и наблюдательных советов, наконец, активно воздействует на формирование законодательной базы и нормативов, на систему подготовки кадров. Наконец, сам по себе факт практической неразделенности подряда и девелопмента, что выгодно и доступно только крупному российскому бизнесу, – свидетельство его привилегированного положения.

Крупные игроки вполне ясно осознают свои интересы и на их основании выстраивают свое видение окружающего мира, которому на практике противостоять мало кто способен.

Малый и средний бизнес, который в строительстве и девелопменте большинства стран успешно развивается и конкурирует с большим бизнесом, в России неуважаем. Несмотря на заверения и обещания, он не пользуется той поддержкой государства и банков, которая оказывается крупным игрокам. При этом почти половина ежегодно вводимого в стране жилья – это индивидуальное жилищное строительство, то, что к большому бизнесу отношения не имеет. Малый российский бизнес разобщен, слаб, его влияние ограничено, а его видение хотя и отражает взгляды множества частных застройщиков, не в состоянии конкурировать с видением большого бизнеса. Все выстраивается в точном соответствии с лозунгом, принадлежащим одному из недавно самых успешных и прямолинейных российских девелоперов: «У кого нет миллиарда, пусть идет в ж...»

On Socio-Cultural Prerequisites for Formation of Russian Space

The Triangle and the Elite

Третий участник треугольника – российское общество со всеми возникающими внутри него конфигурациями – равноценным партнером бизнеса и власти не является. У общества нет ни финансовых, ни административных ресурсов, оно бедно, неорганизовано и индоктринировано. Оно переполнено зависимыми от государства бюджетниками и зависимыми от большого бизнеса профессионалами. Общество лишено экспертов и адвокатов, способных сформулировать интересы, идеалы и видения и отстаивать их. В итоге общество не представляется полезным партнером ни власти, ни бизнесу, а отсутствие внятно предъявленных им интересов или альтернатив порождает у власти и бизнеса обманчивое ощущение правильности только их представлений и допустимости осуществления любых самых рискованных шагов.

Это ощущение поддерживается регулируемыми и адаптированными ресурсами типа «активного гражданина» и процедурами вроде публичных слушаний. На практике активный гражданин предсказуемо превращается в активного сторонника любых требуемых инициатив, а публичные слушания вырождаются в некие акции, задачей которых становится не защита общественных интересов, не вовлечение общества, а его нейтрализация. Со своей стороны, само общество оказывается заведомо неподготовленным к результативному участию в подобных слушаниях и использованию предлагаемых ресурсов.

Между тем реакция неорганизованных сообществ, исключаемых из диалога, имеет свою специфику, она принимает облик контратак и протестов в связи с вырубкой деревьев, сносом памятников, загрязнением водоемов, строительством домов «под окнами» и т. д. и т. п.

Эти инциденты можно и нужно предупреждать исходя в том числе из того, что хотя поводы для возмущения выглядят вполне конкретно, подлинные мотивы скрыты глубже – там, где складывается и существует видение, картина мира, непонятная, неясная, а потому обществом неразделяемая. Отсутствие культуры достижения договоренности, компромиссов, баланса интересов, нежелание

и неспособность понять настроение и потребности разных общественных групп и аудиторий – общее свойство российского бизнеса и российской власти, увлеченных друг другом.

Власть и бизнес, в первую очередь государственная власть и большой бизнес, тесно связанные формальными и неформальными связями, объединенные в относительно устойчивое и сплоченное образование, которое когда-то было принято называть правящим классом, являются главными авторами реализуемой картины мира. Большой бизнес – основной союзник и наиболее удобный партнер власти, к созданию которого именно властью были приложены немалые усилия.

Тем не менее отношения внутри правящего класса, который для простоты будем называть модным словом «элита», далеко не безоблачны, свидетельство чему – очевидные сложности с организацией сколь-нибудь эффективной системы государственно-частного партнерства. Деньги обе стороны предпочитают тратить независимо, руководствуясь разными принципами и правилами. Гораздо легче внутриэлитное согласие достигается в том, что касается видения, которое, как правило, формируется более сильным партнером элитного альянса.

Москва, имеющая огромный по сравнению с другими российскими городами бюджет, сама является главным застройщиком и усилиями своего мэра выстраивает картину мира, свою версию прекрасного, которой следуют все главные бизнес-партнеры города. Города, лишённые московских возможностей, более зависимые от девелоперского бизнеса, вынуждены мириться с теми представлениями, которые предлагает бизнес. При этом бизнес-версия картины мира отличается от версии властей приблизительно так же, как отличаются покупки, произведенные «за свои», от покупок «за казенные».

Бизнес-версия обычно подвижна, рациональна и расчетлива, версия власти – романтична, оригинальна и тверда.