

**Culture &
Creativity**

EU-Eastern Partnership Programme



ДИЗАЙН-КОД, ЯК СПОСІБ КУЛЬТУРНОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ МІСТА

Полісі-бріф від Culture & Creativity
EU-Eastern Partnership Programme

№16



The Programme is funded
by the European Union

12 / 08 / 2017

Ярослав Белінський
Ольга Бірзул
Люся Зоря

Візуальний шум, який забруднює
оточуючий простір

shutterstock.com

Дизайн-код, як спосіб культурної трансформації міста

1 / Анотація

Дизайн-код — це комплексний підхід до візуального впорядкування та формування естетики зовнішнього вигляду міста, що також переслідує завдання доступності та зручності користування містом та його інфраструктурою. Застосування дизайн-коду в містах світу на сьогоднішній день стає поширеною практикою, але в Україні ця практика ще мало-розвинута як на рівні виконавців та користувачів. Цей бриф має на меті надати рекомендації щодо впровадження і використання дизайн-кодів в українських містах.

2 / Вступ

Дизайн-код — це чіткі правила (municipal guidelines), які формують комфортний та візуально неагресивний оточуючий простір на вулицях. Дизайн-код міста впорядковує наступні елементи міського простору:

Територію загального користування (парки, сквери, тротуари, зупинки громадського транспорту, місця для паркування);

Навігацію (елементи вуличної, дорожньо-транспортної та велосипедної інфраструктури);

Благоустрій (зовнішня реклама, інформаційні вивіски та освітлення вулиць);

Тимчасові споруди (літні кафе, вбиральні, кіоски);

Малі архітектурні форми (фонтани, вуличні меблі, арт-об'єкти);

Елементи озеленення (ландшафтний дизайн).

Дизайн-код — це обов'язково комплексний підхід для створення комфортного простору для життя з урахуванням принципу інклюзії у містах і містечках, згідно з їх культурними, історичними та географічними особливостями.

Наприклад, у вересні 2006 року мер Сан-Паулу впровадив у життя так званий «Закон чистого міста», який оголошував незаконним будь-які форми зовнішньої реклами, включно з білбордами, рекламою на транспорті та на фасадах магазинів. Протягом цих 3-х місяців, муніципальні службовці демонтували приблизно 100 білбордів на добу. П'ять років

Закон чистого міста,
Сан-Паулу, 2006



по тому опитування виявило, що 70 відсотків жителів вважають закон «Чисте місто» корисним. Це також вплинуло на бізнес, бо компанії були змушені шукати власні способи просування продукції та брендів на вулицях. Крім того, Міністерством культури Бразилії була ініційована програма «Культурні точки», яка підтримує низові культурні ініціативи — від заснування бібліотеки в приватному гаражі до індивідуальної ініціативи створити музей фавел (1)*.

На етапі підготовки брифу також були досліджені та проаналізовані приклади таких міст як [Möln dal \(Швеція\)](#), [Гетеборг \(Швеція\)](#), [Абу Дабі \(ОАЕ\)](#), [Орlando \(США\)](#), [Вашингтон \(США\)](#), Сан-Паулу, [Москва \(Російська Федерація\)](#) та Краків.

Адресатами брифу є такі категорії осіб:

Мешканці міст, які хочуть покращити комфорт та візуальну культуру свого міста;

Представники місцевих рад, які зацікавлені у створенні позитивного іміджу міста;

Приватні підприємці (ресторатори, власники кав'ярень, магазинів тощо), туристичні компанії, організатори масових подій, для яких важливе збільшення потоку клієнтів;

3 / Поточна ситуація

Вже існує суспільний попит на появу дизайн-коду в українських містах. Прикладом є ініціатива дизайнерів «Агенти змін», які зібралися заради того, щоб розробляти систему орієнтування в Києві. На сьогоднішній день вони реалізували проекти разом з КП «Метрополітен», Миським Фунікулером. Останній проект — тестування вуличних покажчиків та адресних табличок для киян. (2)*.

Наразі в Україні існує кілька проектів зі створення та впровадження дизайн-коду громадського простору. Над ними вже працювали команди архітекторів, урбаністів, дизайнерів та активістів у таких містах як Львів, Івано-Франківськ, Київ, Одеса, Ужгород (3)*.

У квітні 2017 року Київська рада ухвалила новий «Порядок розміщення вивісок у місті Києві».

4 / Опції

Розробка дизайн-коду для міста має безліч переваг та позитивних на-

слідків у довгостроковій перспективі. Нижче список рекомендацій для успішного впровадження дизайн-коду в українських містах. Вони можуть реалізуватись окремо або разом, послідовно, або одночасно:

1) «Законодавчий» шлях.

Впровадження дизайн-коду законодавчим шляхом: у цьому випадку розробка, впровадження та виконання дизайн-коду кожним окремим містом була б обов'язковим, відповідно до закону прийнятим Верховною Радою України. Цей варіант передбачає залучення, як Міністерства Юстиції, так й інших міністерств для приведення у відповідність законів, норм та державних стандартів.

Переваги цього шляху — обов'язкове виконання згідно затверджених норм. Недоліками може бути довготривалість процесу та неузгодженість закону відповідно до можливостей державного бюджету.

2) «Рекомендаційний» шлях.

Шлях впровадження дизайн-коду у вигляді комплексних рекомендацій до облаштування міського простору. Такий вибір йде шляхом органічного розвитку прийняття ідеї дизайн-коду суспільством загалом та зокрема агентів впровадження дизайн-кодів. Керуватися правилами дизайн-коду чи ні — вибір кожної окремої структури, що матиме позитивний ефект лише у комбінації із промоцією ідеї важливості дизайн-кодів та системи заохочення, яка була б фінансово вигідна приватному бізнесу та державним підприємствам. Недоліком може бути вільне трактування рекомендацій.

3) Шлях невпровадження змін.

Розвиток українських міст без дизайн-кодів означає продовження сьогоднішніх тенденцій, що вказує на подальше погіршення умов життя в містах, та на виражені негативні наслідки у близькому та далекому майбутньому, як для спільнот так і для міст загалом. Відтік кваліфікованих кадрів до більш привабливих міст (або країн), матиме прямі негативні наслідки на економічну, соціальну та культурну сфери міста. За такого вибору замість позитивного ефекту мультиплікатора (5)* спостерігатиметься поширення феномену «розбитих вікон» (6)*. Зростання дискомфорту, незадоволенністю владою та системою міського управління, не здатних ефективно вирішувати питання та створювати сприятливі умови, провокуватиме загострення конфліктів між локальними спільнотами та владними структурами. Міста, спроможні забезпечити високий рівень проживання, стануть центрами, до яких будуть притягуватись талановиті та свідомі верстви населення, що в умовах участішання практик дистанційної роботи та мобільності між містами та країнами прагнуть до якісного життя. Міста без функціонуючих програм дизайн-кодів не зможуть конкурувати в глобалізованому світі з містами, які їх впроваджатимуть.



**Арт-проект DELETE!
Крістофа Штайнбренера
та Райнера Демфа**

Вулиця Neubaugasse, Відень (Австрія)
6-20 червня 2005 року

5 / Рекомендації

Рекомендовані кроки та дії:

- Провести глибинне соціологічне дослідження проблем та потреб міст з відповідальністю на виконання Міської Адміністрації для подальшого використання у розробці дизайн-коду;
- Розробити та прийняти відповідним уповноваженим органом (міської радою) плану дій (дорожньої карти) на виконання Створення та Впровадження Дизайн-коду міста;
- Створити робочі групи при відповідних уповноважених структурах, в які входитимуть представники громадського сектору, приватного бізнесу, експерти з урбаністики, архітектури і дизайну, а також органів державної влади, представників підприємств та балансоутримувачів, які в майбутньому будуть впроваджувати дизайн-код;
- Проводити кампанію промоції ідеї дизайн-коду серед широкого населення та залучених агентів виконання дизайн-коду;
- Проводити кампанію промоції адаптування дизайн-коду для представників управлінь та державних підприємств міста (розробка та впровадження систем заохочення та бонусів за умов дотримання стандартів дизайн-коду в нових проектах);
- Розробити та запровадити систему заохочення для приватних підприємців для адаптування елементів пропонованого дизайн-коду (рейтинги, можливості піару, зменшення оподаткування при виконанні вимог коду).

6 / Доповнення

*(1) [Pontos de cultura](#)

*(2) [«Агенти змін»](#)

*Мультидисциплінарні проекти, які дотичні до сфери впливу «Дизайн-кодів»:

«**Подоланочка**» (неформальне об'єднання локальної спільноти у фейсбук)

Спільнота жителів Подолу (район у м. Київ), які онлайн та наживо обговорюють та шукають рішення актуальних проблем району. Серед популярних тем: нелегальна забудова, що порушує законодавчі норми та генеральний план (будинок «монстр» по вул. Нижній Вал), або порушує узгоджені плани (Поштова площа), нелегальна реклама (акції «Чистий Стовп») та інші.

[Асоціація велосипедистів Києва](#)

Це експертний центр та громадське об'єднання активістів, які працюють над перетворенням Києва на зручне і безпечне місто для пересування велосипедом. Місія організації — комфортний та безпечний Київ, у якому кожен має можливість їздити на велосипеді.

[«Сквер Небесної Сотні»](#)

Проект, присвячений формуванню в Україні громадянського суспільства шляхом розвитку культури та публічних просторів.

*(3) **Лінки на дизайн-коди різних міст України:**

[Львів](#)

[Івано-Франківськ](#)

[Ужгород](#)

http://rada-uzhgorod.gov.ua/web/uploads/old_docs/rada/pravula_vstanov_vuvisok.pdf

[Одеса](#)

*(4) [Посібник розміщення вивісок у місті Києві](#)

*(5) **Ефект мультиплікатора.** Як говорить Майкл ЛаФонд (Michael LaFond) з Institute for Creative Sustainability, для розвитку міст значно

вигідніше інвестувати в якісні публічні простори. У цьому випадку працює так званий ефект мультиплікатора*, коли на кожен 1 євро, інвестований в публічний простір, доводиться 8 євро особистих інвестицій громадян на приведення свого житла в гідний вигляд. Іншими словами, коли з'являється гарний парк, більшість людей, що живуть поблизу, починають перефарбовувати стіни своїх будинків, доглядати за рослинами навколо тощо. Для того, щоб гідно виглядати на тлі парку. Це досить універсальний механізм поведінки людей, який вже багато разів спостерігався в ході експериментів з публічним простором.

***Поняття «мультиплікатор»** означає «помножуючий» і було введено в економічну теорію у 1931 році англійським економістом Р. Каном. У період боротьби з кризою і безробіттям він з'ясував, що державні витрати на будь-якій ділянці суспільних робіт призводять до «мультиплікаційного» ефекту зайнятості. Нова ділянка робіт, породжуючи первісну зайнятість, виступає поштовхом до відповідних витрат на інших взаємопов'язаних ділянках, провокуючи вторинну, третинну та інші зайнятості. Отже, первинні витрати «мультиплікуються» у кратному збільшенні зайнятості. В теорії Дж. Кейнса під мультиплікатором розуміють числовий коефіцієнт, який показує залежність зміни прибутку від зміни інвестицій. Ефект мультиплікатора у ринковій економіці полягає у тому, що збільшення інвестицій призводить до збільшення національного прибутку, який зростає у значно більших розмірах, ніж початковий зріст інвестицій.

(6)* Теорія розбитих вікон — це кримінологічна теорія нормотворчості, а саме, впливу заворушень та вандалізму на зростання злочинності та антигромадської поведінки в містах. Приклад: розбите вікно за собою тягне занепад середовища, в якому відбувається ця негативна подія — зростання випадків вандалізму, збільшення бруду, погіршення кримінальної ситуації. Ця академічна теорія була запропована James Q. Wilson та George Kelling у 1982 році.

Інше за темою бріфа /

Стратегія Реформування Зовнішньої Реклами (КМДА)

Ще у червні 2016 році, на засіданні постійної комісії Київської міської ради з питань транспорту, зв'язку та реклами депутати розглянули презентацію «Стратегії реформування зовнішньої реклами в Києві». За документом, територію міста планувалось поділити на 5 форматних зон з окремим режимом розміщення об'єктів зовнішньої реклами у кожній. У нульовій форматній зоні пропонувалось заборонити розміщення будь-яких об'єктів зовнішньої реклами, в решті — регулювання за чіткими правилами (розмірами та місцями розміщення). В цей же час обговорювалось, що перша «нульова» зона має починатись з вул. Інституцької, як

місце пошани «Революції Гідності».

Довідник з облаштування міського простору

У 2015 було представлено для публічного обговорення та подальшого опрацювання довідник з облаштування публічного простору Києва, який створював «Інститут Міськцивільпроект».

https://www.facebook.com/pg/dmakmda/photos/?tab=album&album_id=421309271365556

Спроба оновлення транспортної моделі міста

У 2015 році в Києві розпочалися транспортні реформи. Створена Українська асоціація систем розумного транспорту. Запущена у роботу транспортна модель міста. Департамент транспортної інфраструктури КМДА спільно зі Світовим банком розробляв нові маршрути громадського транспорту.

Акції та ініціативи на підтримку комфортного міського простору

У серпні 2016 року активісти урбаністичних громадських рухів Києва провели арт-акцію протесту на Бессарабській площі, щоб привернути увагу влади до проблеми відсутності пішохідних переходів.

<https://hmarochos.kiev.ua/2016/08/18/na-bessarabskiy-ploshhi-aktivisti-proveli-aktsiyu-zebra-krashhe-nizh-vinok/>

Архітектори створюють візуалізації, як могли б виглядати київські вулиці, якби вони були європейськими пішохідними зонами.

<https://hmarochos.kiev.ua/2016/09/29/pishohidniy-kiyiv-mriyi-5-vulits-v-tsentri-yaki-varto-perekriti-dlya-ruhu-aktivok/>

Note

The policy briefs are the result of capacity building work undertaken by the EU-Eastern Partnership Culture and Creativity Programme in 2016-2017 with 240 Programme Associates, who had completed a series of eight workshops in business management for mid-career cultural operators. The purpose of these briefs is to help them additionally understand the role of professionals in providing concise and neutral policy advice in the area of their competence. The task was to identify problems with in the sector, provide potential models, options and solutions, support critical thinking, evidence-based policy analysis and the formulation of recommendations. The ideas were developed by the Associates themselves.

The report is developed with the assistance of the EU-Eastern Partnership Culture and Creativity Programme. The content of this report does not reflect the official opinion of the European Union. Responsibility for the information and views expressed in the publication lies entirely with the author.