

**УДК 62:7.05**

**Т.А.КОРНІЄНКО** (викладач кафедри філософії)  
Запорізький національний технічний університет, Запоріжжя  
E-mail: New-paint@mail.ru

## **ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТОК КОНЦЕПЦІЇ ДИЗАЙНУ СУЧАСНОГО МІСТА: ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ**

*В статті дається аналіз формування та розвитку концепції дизайну сучасного міста, що включає розвиток дизайнерських процесів, в основі яких покращення предметно-просторового середовища і висококомфортного стану людини; виділення індикаторів ефективного управління дизайном міста; вироблення механізмів упровадження сучасних проектів у розвитку дизайну міста та інноваційного розвитку сучасного міста; визначення напрямів оптимізації сучасного міського соціуму.*

**Ключові слова:** *дизайн сучасного міста, концепція, стратегія розвитку дизайну, ландшафтна композиція, соціально-дизайнерський розвиток міст, сучасні дизайнерські проекти, оптимізація концепції дизайну міста*

### **Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими чи практичними завданнями**

Формування та розвиток сучасної концепції дизайну сучасного міста, що включає розвиток дизайнерських процесів, предметів, феноменів, явищ, організмів, що мають безпосереднє відношення до покращення предметно-просторового середовища, безпосереднього відношення до виконання об'єктами дизайну певних функцій, операцій, а також висококомфортного стану людини у цьому середовищі. Вже на початку третього тисячоліття основна частина населення світу мешкає в містах. Дизайн міста – специфічне соціальне явище і явище сучасної культури, що виникло в умовах інтенсивного розвитку промисловості і значною мірою обумовлене сучасною науково-технічною та інформаційною революціями. У перекладі з англійського “desine” – значить креслення, проект, ескіз. Очевидно, для того, щоб зрозуміти, що таке дизайн міста, треба спробувати проникнути в суть явища дизайну міста, подивитися які він при цьому ставить собі мету, задачі, які має засобу для досягнення поставлених цілей і задач. Проектування окремих дизайнерських зразків робить їх більш красивими, більш зручними й економічно корисними. Дизайн міста відіграє також важливу роль у розробці й наданні соціальних послуг, наданих суспільством. Подальше удосконалювання дизайну підвищує зростаючі потреби покупця, сприяє удосконаленню бізнесу дизайну. В результаті процесу індустріалізації деякі і агломерації стали простиратися за межі кордонів політичних і/або адміністративних утворень, хоча й утворюють єдину міську соціальну, економічну дизайнерську систему.

**Мета статті:** сформувати концепцію дизайну сучасного міста, що включає розвиток самих сучасних дизайнерських процесів, в основі яких покращення предметно-просторового середовища і висококомфортного стану людини.

**Дана мета реалізується в наступних задачах:**

- сформувати концепцію дизайну сучасного міста та визначити її основну проблематику;
- обґрунтувати основний понятійно-категоріальний апарат концепції дизайну сучасного міста;
- сформулювати сутність і основні напрями розвитку місцевого дизайнерського розвитку як динамічного процесу, який відбувається при взаємодії різних секторів економіки;
- визначити ідеологію стратегічного планування міського дизайну;
- охарактеризувати напрями оптимізації дизайну сучасного міста.

**Обговорення проблеми**

Місія дизайну міста - обґрунтування головного концепту дослідження «розвиток сучасного міста у глобальному вимірі» та генерування наукового потенціалу для досягнення головної цілі, в яких людина з об'єкта перетворюється на суб'єкт єдиного цілого – соціального організму міста; визначення принципів, методів та категоріального апарату цивілізаційного підходу до розвитку дизайну сучасного міста; вироблення механізмів упровадження сучасних проектів у розвитку дизайну міста та інноваційного розвитку сучасного міста завдяки дизайну і через дизайн, регулювання сфери дизайну сучасного міста та визначення напрямів оптимізації сучасного міського соціуму в умовах глобалізації, що розвивається у напрямі дизайну «з людським обличчям», та закономірностей і провідних тенденцій оптимізації дизайну міста як складної дисипативної системи. Мета формування та розвитку концепції дизайну міста – обґрунтування ефективної стратегії розвитку дизайну сучасного міста, що залежать від кардинального удосконалення управлінської та маркетингової діяльності дизайну міста, у тому числі підвищення спроможності державних інституцій щодо управління дизайном сучасного міста, переходу до парадигми сталого зростання дизайнерської економіки на основі нових імперативів - стимулювання, удосконалення, підвищення результативності, оптимізації дизайну міста, конструювання постмодерністських дизайнерських проектів міста. У результаті формування концепції формування та розвитку дизайну міста в умовах глобального менеджменту будуть отримані нові знання: 1) сформовано концепцію розвитку дизайну сучасного міста, що зумовлює орієнтацію України на інтеграцію до міжнародної спільноти та включення в глобалізаційні процеси; 2) розроблено нові закони, пов'язані з упровадженням механізму техногуманітарного балансу, що базуються на основі засад, направлених на інноваційно-дизайнерський розвиток сучасного міста; 3) визначено закон генетичних типів криз, який включає аналіз: а) екзогенної – кризи, зумовленої переважно спонтанними змінами середовища, до якого дизайнерська система не поспіває адаптуватися; б) закон ендогенної кризи, що зумовлена переважно внутрішньою програмою розвитку дизайнерського організму (зростання кризи в онтогенезі); в) закон ендо-екзогенної кризи, що зумовлюється змінами в навколишньому

середовищі внаслідок власної активності дизайнерської системи; 4) в результаті сформованих нових законів будуть розроблені детермінанти оптимізації дизайну розвитку сучасного міста в умовах глобального дизайну; 5) сформовано нові методи - нелінійної динаміки, що базуються на використанні альтернативних методів і принципів аналізу дизайну сучасного міста: відкритості, врахування нелінійних ефектів, когерентності, коеволюції еволюційних процесів, використання прогнозованого потенціалу наукового мислення та формування соціуму як єдиного цілого.

Для формування і розвитку концепції сучасного дизайну міста на Заході створена Рада з питань дизайну, субсидована урядом, діяльність якої спрямована на стимулювання дизайну. Вона має відомий вплив у багатьох органах керування (наприклад, Департамент торгівлі і промисловості, Британські стандарти і Патентне бюро); у раді працює кваліфікований дизайнерський персонал, що розуміє труднощі розвитку малого бізнесу. Головна мета дизайну формування і розвитку концепції дизайну сучасного міста - полегшити взаємодію людини з навколишнім середовищем, зменшити нервову напругу, сприяти створенню комфортних умов для фізичної та розумової діяльності, побуту й відпочинку. Рада веде реєстрацію місцевих дизайнерів при регіональних центрах з питань дизайну й установ Лондона. Центр із питань дизайну проводить постійні виставки, що дають представлення про формування і розвиток сучасного стану дизайну. Мета концепції дизайну сучасного міста полягає у тому, щоб забезпечити раціональне керування дизайном всіма міськими населеними пунктами, розширити їх можливості до поліпшення умов життя населення. В сучасних умовах розвиток дизайну міста являє собою складний процес, зумовлений багатьма факторами, що впливають на нього і мають іноді протилежну спрямованість. Насамперед йдеться про процеси упровадження нових видів дизайну - ландшафтного, який супроводжується становленням системи дизайну сучасного міста як складного соціального процесу, в якому місто відіграє особливу роль, оскільки воно є однією з основних ланок реалізації краси і потреб людини щодо пристосування до природного середовища. Генеральний план розвитку дизайну міста включає: план БТІ (виписка з бюро технічної інвентаризації) у дрібному масштабі (1:500 - 1:1000); на плані БТІ повинні бути нанесені всі існуючі об'єкти парку або саду, основні посадки - великі дерева, групи чагарників, план подеревної зйомки, горизонталі, відзначені всі комунікації у відповідних умовних позначках: каналізація, водопровід, газ, електрика, телефонні мережі. Геодезичний план розвитку дизайну міста - нанесений на папір план місцевості, що відбиває природний ландшафт. За допомогою горизонталі на геодезичному плані відбитий ухил рельєфу та всі існуючі планувальні елементи: рослинність, вода, рельєф. Геометричний сад (регулярний)- ландшафтна композиція, де планувальні елементи і форми знаходяться в суворо геометричній закономірності. Особливо характерний геометричний сад для садів Ренесансу, Класицизму, Бароко і Рококо, на зміну яким прийшли пейзажні сади. Площинна ландшафтна композиція - основне планувальне рішення

Формування та розвиток концепції дизайну сучасного міста: теоретико-методологічні аспекти

генплану, вихідними елементами якої в геометричному стилі є прості плоскі фігури: трикутник, квадрат, прямокутник, коло, овал, шестикутник, восьмикутник. Ландшафтна композиція, вирішена у вільному плануванні, формується площинами, обмеженими плавними лекальними лініями. Площинні елементи ландшафтної композиції – це площинні елементи планування, які є основними при розробці генплану, починаючи від попереднього ескізу зонування, закінчуючи готовою ландшафтною композицією. До площинних елементів відносяться відкриті простори лугів, газонів, майданчики, мощення, квітники, водойми, тобто всі елементи нижнього ярусу композиції. Пейзаж у концепції дизайну (від французького - *pausage*) - фрагмент природи, простір, видимий з визначеної крапки; перетворений природний пейзаж є ландшафтным пейзажем, зробленим у naturі по визначеному задуму, викликає різні відчуття і настрої. Пейзажі розділяються на види (наприклад - Бельвю), менші по простору. Основа вдалої експозиції міста всього пейзажу в цілому залежить від вдалого вибору видових крапок у планувальній системі композиції

В умовах соціально-економічних перетворень, що відбуваються у сучасних умовах, зростає теоретичне і практичне значення завдань удосконалення дизайну сучасного міста. Управління дизайном міста слід здійснювати ефективно й надійно, для того щоб розвиток міста відповідав вимогам стійкості його як економічної соціальної, культурної, екологічно-чистої системи. Дефекти в системі керування управлінням дизайном міста можуть привести до зниження якості життя городян, до застою, або навіть до регресу міського розвитку й деградації міського середовища. Міське управління повинно забезпечувати соціально-економічний і дизайнерський розвиток і відповідати складності самого міста як об'єкта управління. Проблеми й досягнення в управлінні дизайном міста неможливо оцінити без чітких критеріїв. Для оцінки рівня розвинутості міст та ефективності управління ними необхідна чітка і ясна шкала вимірів, достовірні дані, методики порівнянь та індексації, що складають сутність сучасної концепції управління дизайном міста. Останнім часом багато уваги приділяється питанню оцінки ефективності керування містами за допомогою індикаторів.

Формування та розвиток концепції дизайну сучасного міста включає етнографічні сади (від грецького *ethnos* - плем'я), що може являти приклад стилізації садового дизайну, представленого у вигляді оформлення і рішення простору саду в етнографічних формах (у вигляді рослин і предметів побутового середовища) різних національностей Землі, що відбивають побут, матеріальну і духовну культуру. Концептуально виділяють три класи індикаторів ефективного управління дизайном містом, а саме: 1) індикатори статичності (стан міста на певний момент часу); 2) індикатори динаміки (зміни, що пройшли в певний проміжок часу); 3) індикатори керування. Останнім часом за кордоном широке поширення в управлінні дизайном міста одержав комплексний метод розробки й реалізації цільових комплексних програм під назвою міський маркетинг дизайну. Це новий термін, близький до поняття маркетинг продукції, але відрізняється від нього спрямованістю на

вирішення проблем міста та його територіальних утворень. Міський маркетинг дизайну містить у собі розробку й реалізацію довгострокової концепції комплексного розвитку дизайну міста та його соціальної сфери, поступового усунення негативних явищ і рішення складних соціально-дизайнерських проблем. У межах української економіки перехідного періоду можна виділити наступні основні завдання міського маркетингу дизайну: залучення додаткових інвестицій для розвитку дизайну міста; збереження та підготовка наявних кадрів висококваліфікованих учених, інженерів, робітників, творчої інтелігенції; створення сприятливих умов для розвитку підприємництва у сфері дизайну; розвиток сфер бізнесу дизайну, що забезпечують поповнення міського бюджету за рахунок залучення засобів з інших міст (туризм, відпочинок), вирішення проблем соціального захисту населення міста й забезпечення соціальних гарантій незаможним. У містах та інших населених пунктах міським садом є ландшафтний об'єкт, у якому міське населення проводить своє дозвілля на відкритому повітрі. В основному міським садом слугують сквери, бульвари, внутрішньоквартальні двори і т.п.

Формування та розвиток концепції дизайну сучасного міста включає малі архітектурні форми як невеликі за розміром елементи прикрас садів. До них можна віднести скульптури, вази, вазони, постаменти,obelіски, лави, сонячні годинники, поїлки для птахів, трельяжні стінки, різні опори для кучерявих рослин (трельяж), великі камені, що будуть сприяти висококультурному і висококомфортному перебуванню людини у просторовому середовищі. Для розробки скоректованої концепції соціально-дизайнерського розвитку міст та його окремих територіальних утворень на основі упровадження концепції дизайну міста необхідно здійснити наступні кроки: провести аналіз заходів, пропонованих різними установами, об'єднаннями й особами, вивчити закордонний досвід рішення соціально-дизайнерських проблем на рівні міста та його територіальних утворень; виявити потреби й можливості у розвитку соціально-економічних процесів (розробка концепції дизайну міста); визначити терміновість та черговість проведення заходів відповідно до наявних ресурсів (розробка проекту концепції дизайну сучасного міста); з урахуванням наявних пріоритетів сформулювати довгострокову й поточну концепцію маркетингу. Найважливішим аспектом філософії дизайну міст є усвідомлена орієнтація діяльності всіх адміністративних органів на покращення естетичного вигляду зовнішнього середовища міста. Найважливішою умовою для здійснення міського маркетингу дизайну при вирішенні завдань концепції дизайну сучасного міста є розвиток ефективного співробітництва різних суб'єктів на стику сфер діяльності різних відомств і ринкових структур. Якщо таке співробітництво буде вдалим, то міський дизайн дійсно буде мати інтегруючі функції. Велику роль для формування та розвитку концепції дизайну сучасного міста мають малі архітектурні форми. Парк (від англійського -park)- невеликих розмірів сад, спланований спеціально для відпочинку, що має прогулянкові дороги й алеї, різноманітні павільйони,

Формування та розвиток концепції дизайну сучасного міста: теоретико-методологічні аспекти

насичений великою кількістю різноманітних архітектурних і природних елементів. Лісопарк, на відміну від ландшафтного парку, більш тяжіє до природного лісового ландшафту. До паркових споруджень відносяться зведені штучно будівлі і пристрої, що прикрашають композицію: павільйони, штучні пагорби, греблі, мости, загати, причали, канали, канави з укріпленими берегами, штучні водойми великі скульптурні групи, сходи, підпірні стіни, пандуси, балюстради і т.п.

На основі досвіду упровадження концепції дизайну сучасного міста у 80-х рр. за кордоном склалася система планування сучасного дизайну міста, яка доведена до технологічної зрілості й стала застосовуватися на практиці для реалізації потреб населення. Ця система припускає можливість участі у процесі вироблення програм всіх зацікавлених установ, організацій і груп населення. При розробці концепції й організації процесу міського дизайну було забезпечено: формування робочих груп, утворених на різних початках; керування роботою цих груп; контролюючий супровід кожного проекту. Для керівного й контролюючого супроводу окремих дизайнерських проектів у закордонній практиці спеціально створюють комітети із представників різних організацій та установ, включаючи суспільні утворення й окремих осіб, що мають відносини до предмета планування.

На сьогодні в Україні відсутня державна програма розвитку дизайну сучасного міста, яка неможлива без врахування наступних заходів: формування системи розподілу фінансових ресурсів між державним бюджетом і бюджетами регіонів та територіальних громад на основі принципу розподілу їх функцій та компетенції; завершення формування власності територіальних громад (комунальної власності); законодавчого врегулювання правового режиму спільної власності територіальних громад, в контексті яких реалізується концепція формування і розвитку дизайну міста; розробки і затвердження системи соціальних стандартів мінімальних державних і громадських послуг, що гарантовано фінансуються з державного та місцевого бюджетів; вироблення механізму розподілу податкових та бюджетних повноважень між центральною, регіональною та місцевою владою щодо зміцнення власної доходної бази місцевих органів влади; розробки прозорої системи визначення показників бюджету та розподілу трансфертів між бюджетами різних рівнів, яка ґрунтуватиметься на об'єктивних показниках і критеріях; розширення переліку власних доходів бюджетів адміністративно-територіальних одиниць та створення стимулів для збільшення доходів місцевих бюджетів. Органічний розвиток сучасного міста неможливий без гармонічного поєднання інтересів влади, бізнесу, громади. Саме ці складові визначають вектор конструктивних змін в місті та в житті тих, хто його населяє. Таким чином на людину, громадянина завжди діє три сили: влада, бізнес та громада. Утворюється трикутник, який лежить в основі призми.

Місцевий дизайнерський розвиток в контексті концепції дизайну міста – це динамічний процес, який відбувається при взаємодії різних секторів економіки, у якому відбувається економічне зростання за рахунок

збільшення економічної продукції на рівні національного, регіонального або місцевого бізнесу. Чи можна врегулювати проблеми, які заважають економічному розвитку будь-якого регіону країни? Різні джерела дають різне за формою, але однакове за змістом визначення, що таке місцевий дизайнерський розвиток (МДР). МДР – це базоване на громаді, підтримане владою, комерційно зорієнтоване намагання покращити якість життя для громади. МДР – це процес, завдяки якому партнери з державного, підприємницького та недержавного секторів спільно працюють для створення кращих умов дизайнерського покращення території міста. Його мета – поліпшення якості життя для усіх. МДР: передбачає підтримку всіх форм дизайнерського бізнесу, його розширення та заохочення владою, неурядовими організаціями та приватним сектором; формує нові інституції; розвиває альтернативні галузі промисловості; удосконалює існуючі потужності для вироблення кращої продукції; визначає нові ринки. МДР досягається, коли підтримуються або створюються умови, сприятливі для комерційного зростання або створення атмосфери для підтримки існуючого зростання розвитку бізнесу. МЕР досягається за рахунок: заохочення дизайнерського приватного підприємництва; ефективного використання місцевих ресурсів; створення нових і якісних робочих місць; розширення податкової бази для підтримки місцевого бюджету. Головна особливість місцевого економічного дизайнерського розвитку полягає у використанні потенціалу місцевих, людських, інституційних та фізичних ресурсів.

Основні принципи дизайнерського розвитку міста. Принципи міського економічного розвитку, які дають можливість говорити про розвиток кожної грані „призми”. Основні фактори удосконалення дизайну сучасного міста: транспортні витрати, наближеність до споживачів, вартість продукції, вартість праці, життєвий рівень. Дослідження визначили також наступну низку факторів, які підприємці враховують, приймаючи рішення, де розмістити дизайнерський бізнес, якщо наведені вище фактори є подібними для різних потенційних місць розміщення бізнесу: податки, підтримка уряду та інфраструктура, місцевий клімат, вартість місцевості, енергетичні витрати. Місцеві органи влади можуть опосередковано впливати на усі перелічені вище фактори, але безпосередньо вони впливають на перші три з них: кожен адміністративну одиницю потрібно розглядати як частину регіонального бізнесу, а не як окрему економічну одиницю; для забезпечення подальшого економічного зростання дизайну як виду продукції доцільно створювати об’єднання суб’єктів економічної діяльності; існують певні переваги також у тому, що фірми об’єднуються. Саме тому, що транспортні витрати та наближеність до постачальників і продавців є ключовими факторами для забезпечення рентабельності дизайнерських фірм, об’єднання промислових та торговельних фірм може призвести до зменшення загальних витрат. Місцеві адміністрації можуть сприяти утворенню об’єднань підприємств шляхом створення промислових парків та удосконалення транспортних мереж. Ринки визначаються такими факторами як попит та задоволення потреб.

Існує п'ять основних ландшафтних компонентів: земна кора, повітря, вода, рослинність і тваринний світ. Людина (як шостий елемент) у цьому списку також грає немаловажну роль у формуванні антропогенного (тобто перетвореного) ландшафту. Пропорції (від латинського *proportio* - домірність, визначене співвідношення частин між собою). Найбільш відомим пропорційним відношенням є "золотий перетин". Теорія пропорцій виникла в Древній Греції, а потім одержала великий розвиток в епоху Відродження. У ландшафтних композиціях будь-які планувальні елементи повинні знаходитися в суворо пропорційних відносинах.

Ключем до успіху зусиль у напрямку удосконалення дизайнерського розвитку на місцевому рівні є метод, в основу якого покладена структуризація залучення людських ресурсів, наявних у даній спільноті. Для ринкових систем, що проходять стадію становлення у всьому світі стає все більш важливим те, щоб відповідальність за визначення, маркетинг та підтримку переваг дизайнерської громади у порівнянні з іншими, було надано місцевим агенціям. Ефективне та результативне використання людських ресурсів є ключовим у процесі дизайнерського розвитку міста. Даний процес потребує широкої підтримки, як на рівні самої громади, так і з боку мера та інших посадових осіб муніципалітету, для забезпечення максимального залучення ресурсів до процесу. Звичайно використання персоналу передбачає два рівня участі: Перший діє у формі Комітету Планування Економічного Розвитку (КПЕР) та в якості офіційної комісії муніципалітету залучає різноманітні групи громадян до підтримки, допомоги та експертизи. Другий рівень складає постійний штат муніципалітету (в тому числі Регіональної Економічної Агенції Розвитку), що працює для підтримки КПЕР та забезпечення необхідної комплектації персоналу муніципалітету для реалізації даної програми. В міжнародній практиці існує декілька можливих схем дій, але найбільш важливим компонентом у структурі агенції дизайнерського розвитку має бути впевненість у тому, що вона працює для нашої громади. Перед тим, як заснувати постійно діючу агенцію, корисно розглянути роль комітету з планування економічного розвитку. Причин для існування такого комітету чимало. Такий комітет переважно складається з представників різних верств суспільства, таких як бізнес-організації, організації типу Торгової Палати, неурядових, релігійних, культурних і громадських організацій, а також організацій місцевої влади. Ці лідери суспільства покликані використовувати провідне положення у суспільстві, для того щоб аналізувати, розвивати і рекомендувати рішення стосовно стратегії довготермінового розвитку територіальної громади та її оточення. У функції дизайнерського розвитку міста може бути виділено чотири основних компоненти: 1) оцінка та аналіз міста; 2) складання плану, визначення цілей, розкладів, та планів дій; 3) процес управління; 4) план дій та питання фінансування. Кожний з цих компонентів є дуже важливим у процесі економічного розвитку та продовжує вимагати уваги комітету не тільки на початковій стадії, але й у довгостроковій перспективі. Тому наполегливо



рекомендується, щоб комітет був інституціалізованою консультативною організацією, що діє як повноцінна юридична особа. Це дозволяє комітету розглядати та змінювати або додавати нові пункти до плану дій за потребою; проведення щорічного перегляду або застосування іншого механізму для більш глибокої оцінки плану дій; створення нового курсу або програм, які пристосовані для виконання функцій нагляду комітету. Прикладами можуть бути: Програма Зберігання Робочого Місця, постійна перевірка наявних умов для проведення аналізу стосовно можливих удосконалень. Моніторинг Функцій Міста, таких як розвиток інфраструктури. Скоординовані зусилля у напрямку розробки та представлення на розгляд статей бюджету для обговорення їх у межах процесу внесення змін до бюджету на наступний рік.

Основа планування такого саду - чіткість і лаконічність. Відкриті і зайняті простори тут повинні знаходитися в суворій закономірності. Обов'язкова присутність партерного газону і кам'яного або плиткового мощення. Квітники складаються з рослин одного вигляду, лаконічно розташованих групами. Оцінка території включає в себе збір стратегічно важливої інформації та її обробку на основі існуючих методів та інструментів дизайнерського планування. Оцінка території повинна: визначити, які сектори відіграють провідну роль у місцевій економіці з точки зору робочих місць, товарного обороту, сплати податків та які снують зв'язки між ними та іншими галузями місцевої економіки - наприклад, сільським господарством, лісництвом, деякими типами переробних підприємств, торгівлі та послуг; встановити важливі зв'язки між місцевою економікою та зовнішнім середовищем заради того, щоб виміряти здатність місцевих секторів економіки реагувати на зміни в регіональній, національній і міжнародній економіці; оцінити можливості економічного росту, стабілізації і спаду та визначити випадки, що можуть дати поштовх або підсилити кожен з цих тенденцій; визначити непередбачені обставини, які можуть настати та (або) справити помітний вплив на робочі місця, обсяг продажу, прибутки, надходження й видатки бюджету, економічну продуктивність, якість роботи і якість життя населення. Існує декілька точок зору стосовно того, хто повинен займатися оцінкою території. Деякі творці дизайнерського розвитку часто вважають, що вони інтуїтивно знають як працює їхня економіка і що треба управлінські рішення теж приймати інтуїтивно. Інші ж вважають, що оцінку території краще залишити технічно підготовленим експертам або «об'єктивним» стороннім консультантам, які не дуже будуть звертати увагу на інформацію і точку зору громади.

Основна структура генерального плану ландшафтної композиції. На першому етапі варто вибрати тип планування: геометричний (регулярний), мальовничий, сполучений, абстрактний, еkleктичний, а потім у залежності від структури і стилістики дизайну, переходити до докладної подальшої розробки проекту. Останніми роками планування дизайнерського розвитку стало досить популярним в багатьох місцевих територіальних громадах України. Першим в Україні стратегічний план розвитку створило місто Формування та розвиток концепції дизайну сучасного міста: теоретико-методологічні аспекти

Івано-Франківськ. Десятки українських територіальних громад теж розпочали власний процес стратегічного планування. Тепер в нашій країні з'явилися джерела вітчизняного досвіду цієї справи. Більшість міст самостійно здійснюють планування свого розвитку лише на наступний рік. Через обмеженість коштів, такі річні плани передбачають тільки поточні невідкладні заходи без послідовної роботи на перспективу, але ж місцевий економічний розвиток завжди повинен починатись з розробки стратегії. Стратегією є сукупність дій, що сприятимуть досягненню цілей розвитку, які громада встановлює на підставі наявних можливостей. Стратегічний план розвитку міста є узагальненою довгостроковою програмою досягнення громадою самостійно поставленої заповітної, але реалістичної мети. Стратегічний план є узгодженим з усіма основними групами населення, його реалізація передбачає залучення громади до спільної праці. Результатом здійснення стратегічного плану має бути покращання якості життя населення. Стратегічне планування розвитку громади – це робота групи представників всіх основних верств громади над визначенням: бачення майбутнього образу міста, яким його уявляє сама громада; стратегічних цілей, досягнення яких забезпечить набуття містом визначеного образу; планів дій, тобто логічних послідовностей заходів, спрямованих на досягнення цих цілей.

Ідеологія стратегічного планування міського дизайну полягає у взаємодії наукового обґрунтування і широкого суспільного обговорення шляхів розвитку міста. Це дозволяє поєднати довгострокову перспективу розвитку, поточне керування та вирішення нагальних проблем. Стратегія є критичним елементом планування в будь-якій громаді. Головна проблема стратегічного планування дизайну міста – як найкраще розмістити ресурси, щоб забезпечити досягнення цілей місцевого економічного розвитку, зокрема: досягти мети економічної стабільності міста; запровадити різноманітні форми економічної діяльності в місті; створити якісні робочі місця для населення; покращити життєві стандарти міських мешканців. Особливості стратегічного планування ще до вибору стратегії визначають бачення бажаного стану даного міста у майбутньому. Бачення формулює громада через широке обговорення питання, наприклад, такого змісту: «Яким має стати наше місто, щоб у ньому із задоволенням жили ми і захотіли залишитися жити наші діти?». А знайшовши відповідь, громада починає жити цим майбутнім і вимагати досягнення етапів на шляху до цього майбутнього як від діючої міської влади, так і від наступних управлінських команд. І не лише вимагати, а й робити свій внесок.

Переваги стратегічного планування розвитку міста. По-перше, стратегічний план розвитку міста, створений громадою за її інтересів, менше залежить від зміни персонального складу органів самоврядування. Кожна наступна команда будь-якої політичної належності змушена працювати на реалізацію стратегічних цілей цього плану. По-друге, такий план є організуючим документом, який дозволяє використовувати наявні фінансові та інші ресурси міста більш ефективно. Адже щоразу при розгляді проекту

бюджету, залученні спонсорських коштів та ресурсів підприємств береться до уваги, як ці кошти сприятимуть досягненню стратегічної мети. По-третє, стратегічний план є узгодженим засобом партнерства міської влади, бізнесових структур та громадських організацій, передбачені заходи здійснюються не тільки міською владою та за її рахунок, але й іншими секторами громади. Крім того, бізнесмени, котрі знають, що їхня діяльність перебуває в магістральному напрямку розвитку міста, відчувають моральне задоволення та певний місцевий патріотизм. По-четверте, стратегічне планування, як спільна праця громади над визначенням власного кращого майбутнього та його досягненням, ефективно сприяє самоусвідомленню громади та її згуртуванню. По-п'яте, стратегічний план забезпечує громаді кращий доступ до кредитних ресурсів та грантів, які надаються різними організаціями. Банки та грантодавці розглядають заявки лише за умови наявності стратегічних планів розвитку, з яких видно, що мета, яка потребує коштів, узгоджена громадою. Стратегічний план – інструмент вирішення виключно тих завдань, які підтримуються всією громадою. Для здійснення інших завдань слід знаходити інші засоби. Алгоритм процесу розробки стратегії. Процес стратегічного планування у загальному вигляді має таку послідовність: аналіз потенціалу міста, визначення громадою бачення бажаного майбутнього, визначення стратегічних цілей, складення планів дій, та їх виконання. Умовно процес можна поділити на п'ять етапів: 1. Організація роботи. 2. Виконання оцінки конкурентоспроможності міста. 3. Створення стратегії розвитку громади. 4. Здійснення стратегії. 5. Аналіз ходу реалізації стратегічного плану.

Етап 1. Організація роботи. Міський голова, міськвиконком чи міська рада приймають документ (Рішення чи Розпорядження), яким ініціюють початок роботи над Стратегічним планом розвитку міста та затверджують початковий склад Робочої групи. Розробка стратегічного плану може початися за ініціативою будь-якої особи чи групи осіб у громаді. Міські голови та окремі працівники міськвиконкомів найчастіше бувають зацікавленими в запровадженні процесу стратегічного планування, бо це може забезпечити їм кредит довіри з боку громади, достатній для перемоги і на наступних місцевих виборах. Такі кроки створюють правову підставу для всієї наступної діяльності робочої групи зі створення стратегічного плану та сприяння з боку всіх міських служб. Одночасно ініціаторами виконується формулювання програмної заяви, з якою міський голова звертається до громади. До складу робочої групи залучаються, зокрема, представники міськради, міськвиконкому, бізнесу, керівники підприємств, громадських та релігійних організацій, партій, тощо. Така група повинна налічувати не менш, як 25-30 осіб, оскільки їй доведеться потім розділятися на працездатні підгрупи. Необхідно запросити до участі в роботі представників засобів масової інформації, їх виступи будуть частішими і об'єктивнішими. А через своє спілкування з читачами вони приносять нові ідеї. Необхідно визначити координатора роботи групи, який має знаходити приміщення для засідань, фіксувати всі висловлені ідеї і прийняті рішення, збирати документи. Формування та розвиток концепції дизайну сучасного міста: теоретико-методологічні аспекти

розроблені розділи стратегічного плану, а деякі й писати власноручно на основі висловлених групою ідей і прийнятих нею рішень.

Етап 2. Виконання оцінки конкурентоспроможності міста. Група доручає фахівцям створити опис міста з врахуванням його географічних, історичних, демографічних, економічних, соціальних особливостей та існуючих об'єктивних тенденцій їх розвитку. Два головних призначення описово-аналітичної частини плану: По-перше, вона необхідна для точнішої оцінки передумов для вибору стратегії розвитку міста. Тому цей розділ плану повинен містити аналіз тенденцій розвитку міста за останні роки, що дозволить зробити більш кваліфіковані прогнози. Корисним є залучення до цієї роботи сторонніх фахових економістів-аналітиків. Вони як особи, не зашорені місцевими стереотипами, зможуть об'єктивніше визначити як перспективні для міста напрями зростання, так і тупикові напрями. По-друге, стратегічний план - це один з інструментів доступу до інвестицій та до кредитних ресурсів чи грантів. Саме по описово-аналітичній частині часто й оцінюють можливості міста щодо втілення стратегічного плану і щодо розрахунків за отримані кредити. Інвесторів цікавлять переваги цього міста над іншими можливими місцями вкладення їхніх коштів. Отже, описово-аналітична частина несе й рекламне навантаження. Стратегічний план – це зброя міста в конкурентній боротьбі з іншими містами за ресурси. Принциповою відмінністю описово-аналітичної частини від статистичних довідок минулого є те, що нині міста починають існувати в конкурентному середовищі. Тому бажано, щоб статистичні дані міста мали історичний розріз – показували, як той чи інший параметр змінювався протягом останніх років, а також порівнювався з середнім в Україні, в регіоні, зі статистичними даними міст – потенційних конкурентів. Всю інформацію, яка не працює на два головні призначення описово-аналітичної частини, краще до її тексту не включати, щоб спростити доступ зацікавлених осіб до її основного змісту. Приклад структури описово-аналітичної частини: I. Географічне розташування міста та природне середовище. II. Історія розвитку міста (громади). III. Землекористування, архітектура міста та містобудування. IV. Демографічний потенціал, забезпеченість трудовими ресурсами і зайнятість населення. V. Господарський комплекс міста – промисловість, будівельний комплекс, транспорт. VI. Інфраструктура міста (підприємства комунальних послуг, система освіти, культури, охорони здоров'я, спорту та туризму). VII. Комунальна власність та приватизація. VIII. Фінансово-бюджетна система. Інформація, що включатиметься до описово-аналітичної частини, має бути добре ілюстрована діаграмами, графіками, таблицями, малюнками, фотографіями тощо. Групою за сприяння всіх міських служб та громадських організацій проводиться робота щодо з'ясування бачення бажаного майбутнього міста членами громади і терміну досягнення цього бажаного майбутнього.

Аналіз соціально-економічної бази потенціалу міста є підставою для проектування стратегій дизайнерського розвитку. Мета цього аналізу, також, в підтримці дискусії про економічні проблеми і можливі рішення. Участь

Корнієнко Т.А., 2012

громади в аналітичній фазі стратегічного планування дає їй можливість здобути уявлення про те, як працює місцева економіка. Проте стратегічне планування розвитку дизайну міста – більше як аналіз. Це засіб для громади зробити припущення щодо її майбутнього й ужити заходи, щоб досягти ефективного майбутнього. По завершенні досліджень, громада матиме змогу оцінити свої можливості і проблеми, а також ті ресурси, якими можна скористатися для їх розв'язання. Подальше стратегічне планування має здійснюватися через: а) розвиток сильних сторін міста; б) використання існуючих можливостей та створення нових; в) врахування слабких сторін, ліквідацію частини з них або перетворення їх на сильні; г) нейтралізацію загроз. Завершенням першого і другого етапів може стати, публічна загальноміська конференція (громадські слухання), де повинні бути прийняті підходи до розробки стратегічного плану, досягнута домовленість із приводу бачення майбутнього міста.

Етап 3. Створення стратегії. Група методом «мозкового штурму» складає перелік найголовніших проблем міста, які треба подолати для реалізації бачення. Далі на основі аналізу конкурентних можливостей, відбувається визначення пріоритетів (стратегічних цілей) стратегічного плану. Після визначення пріоритетів варто дати відповіді на кілька принципових питань: 1. Чи досягнення визначених стратегічних цілей приведе до суттєвого наближення до бачення образу міста? 2. Чи правильно визначена загальна кількість стратегічних цілей? Малі міста повинні чітко розуміти, що для ґрунтовної роботи по багатьох напрямках у міста просто може не вистачити ресурсів. З іншого боку зайве обмеження кількості стратегічних цілей може призвести до неповної реалізації наближення до бажаного ідеалу. 3. Чи достатньо чітко сформульовані Цілі? Чи можливо для кожної Цілі визначити якийсь кількісний індикатор, яким можна буде вимірювати поступ? 4. Чи не є окремі стратегічні цілі взаємосуперечними? Для розробки стратегій досягнення кожної з визначених Стратегічних Цілей створюється окрема Цільова підгрупа з числа учасників групи і з можливим залученням інших необхідних осіб.

Етап 4: Аналіз ходу реалізації стратегічного плану. Міськрада та міськвиконком керуються стратегічним планом при затвердженні річного бюджету та щорічного плану соціально-економічного розвитку. Робоча група, яка є постійно діючим органом громади, здійснює громадський контроль відображення завдань стратегічного плану в цих документах. Робоча група, контролює процес виконання стратегічного плану, оцінює міру цього виконання, аналізує здобутки та помилки, повідомляє про хід виконання плану всім зацікавленим сторонам, регулярно переглядає стратегічний план в процесі його виконання і за необхідності вносить до нього зміни. Необхідність часткового перегляду може бути пов'язана з тим, що вже виконана перша частина проектів, а, можливо, і досягнуті певні оперативні цілі; змінилась зовнішня та внутрішня ситуація; автори першого варіанту стратегічного плану побачили свої прорахунки, нові шляхи досягнення бачення тощо. Міська рада повинна періодично розглядати на

Формування та розвиток концепції дизайну сучасного міста: теоретико-методологічні аспекти

своїх засіданнях питання виконання стратегічного плану концепції розвитку дизайну міста. Інформація про хід виконання як стратегічного плану в цілому, так і окремих проєктів, повинна доводитися до відома громади, щоб підтримувати її зацікавленість.

Стратегічне планування розвитку дизайну сучасного міста є новаторською справою для України, яка надає досі невідомі можливості для вирішення місцевих проблем. В нього треба лише повірити і запалити цією вірою достатню кількість активних членів громади. Процес стратегічного планування повинний привести до певних результатів: досягнення згоди з приводу основних напрямків розвитку міста; створення підстави для переговорів між представниками різних сфер по обговоренню найважливіших міських проблем; лобювання інтересів міста на регіональному, загальнодержавному і міжнародному рівнях; зниження соціальної напруженості в місті; за практичним досвідом можна звертатися до українських міст-першопроходців стратегічного планування. Це, зокрема, Івано-Франківськ, Світловодськ, Кам'янець-Подільський, Комсомольськ, Нікополь, Черкаси, Ромни, Рубіжне.

### **Висновки**

Таким чином, у сучасних умовах управління розвитком дизайну сучасного міста являє собою складний процес, зумовлений багатьма факторами, що впливають на нього і мають іноді протилежну спрямованість. Необхідно враховувати зміну характеру відносин у нашому суспільстві: послідовний перехід до ринку, що означає функціонування різноманітних форм власності, створення підприємств різних організаційно-правових форм господарювання, дію інших законів та закономірностей у сфері економіки, побудову відносин між державою та підприємствами, державою та населенням, а також міжбюджетних відносин на новій основі. 2. В теорії менеджменту досі відсутня єдина думка щодо кількості функцій державного управління та місцевого самоврядування. Дослідження літературних джерел з питань муніципального менеджменту дало змогу виявити такий перелік функцій управління містом: планування, організація, координація, керівництво, розпорядництво, командування, мотивація, контроль, оцінка, комунікація, представництво, ведення переговорів тощо. 3. Концептуально виділяють три класи індикаторів ефективного управління містом: індикатори статичності (стан міста на певний момент часу); індикатори динаміки (зміни, що пройшли в певний проміжок часу); індикатори керування. 4. Останнім часом за кордоном широке поширення в управлінні містом одержав комплексний метод розробки й реалізації цільових комплексних програм під назвою міський маркетинг. Міський маркетинг містить у собі розробку й реалізацію довгострокової концепції комплексного розвитку економіки й соціальної сфери міста, поступового усунення негативних явищ і рішення складних соціально-економічних проблем. У межах української економіки перехідного періоду можна виділити наступні основні завдання міського маркетингу: залучення додаткових інвестицій для розвитку виробництва й соціальної сфери; збереження наявних кадрів

Корнієнко Т.А., 2012

висококваліфікованих учених, інженерів, робітників, творчої інтелігенції; створення сприятливих умов для кваліфікованих кадрів і розвитку малого підприємництва; розвиток сфер бізнесу, що забезпечують поповнення міського бюджету за рахунок залучення засобів з інших міст і з-за кордону (туризм, відпочинок і т.п. ); рішення проблем соціального захисту населення міста й забезпечення соціальних гарантій незаможним. Місцевий дизайнерський розвиток (МДР) є партнерством інтересів громади, підприємницьких кіл та органів місцевого самоврядування у підвищенні добробуту кожного члена громади. МДР – це базоване на громаді, підтримане владою, комерційно зорієнтоване намагання покращати якість життя для громади. МДР – це процес, завдяки якому партнери з державного, підприємницького та недержавного секторів спільно працюють для створення кращих умов економічного зростання та забезпечення зайнятості. Його мета – поліпшення якості життя для усіх. Можна сказати, що МДР: передбачає підтримку всіх форм бізнесу, його розширення та заохочення владою, неурядовими організаціями та приватним сектором; формує нові інституції; розвиває альтернативні галузі промисловості; удосконалює існуючі потужності для вироблення кращої продукції; визначає нові ринки.

Стратегічний план розвитку дизайну сучасного міста є узагальненою довгостроковою програмою досягнення громадою самостійно поставленої заповітної, але реалістичної мети. Стратегічне планування розвитку громади – це робота групи представників всіх основних верств громади над визначенням: бачення майбутнього образу міста, яким його уявляє сама громада; стратегічних цілей, досягнення яких забезпечить набуття містом визначеного образу; планів дій, тобто логічних послідовностей заходів, спрямованих на досягнення цих цілей. Ідеологія стратегічного планування полягає у взаємодії наукового обґрунтування і широкого суспільного обговорення шляхів розвитку міста.

**Перспективи подальших наукових досліджень** – пошуки напрямів оптимізації дизайну міського середовища в епоху кризи та глобалізації.

#### Список літератури

1. Академия рынка: маркетинг: Пер. с фр. /А.Дайан, Ф. Букерель, Р. Ланкар и др.; Науч. редактор А.Г. Худокормов. – Экономика, 1993. – 572 с.
2. Нестеренко О.И. Краткая энциклопедия дизайнера. – М.: Молодая гвардия, 1994. – 315 с.
3. Аронов В. Теоретические концепции зарубежного дизайна. – М.: ВНИИТЭ, 1992. – 121 с.
4. Безмоздин Л.Н. В мире дизайнера. /Ташк. политехн. ин –т им. Бируни. – Ташкент: Фан, 1990. – 311 с.
5. Воронов Н.В. Очерки истории отечественного дизайна. - Ч.1. Этапы развития мирового дизайна. /Моск. гос. худож. – пром. ун-т им. С.Г. Строганова. – М., 1997. - 101 с.
6. Генисаретский О.И. еще раз о средовом проектировании и проектности культуры (заметки по ходу дела) //Кентавр. – 1996. - №2. – С. 25-30.
7. Генисаретский О.И., Носов Н.А. Дизайн и эргономика: варианты взаимоотношений в процессе гуманизации образа жизни // Гуманитарно – художественные проблемы образа жизни и предметной среды /Труды ВНИИТЭ. - М.:ВНИИТЭ, 1989. - Вып. 59. - С. 101–116. - (Сер.«Техническая эстетика»).

8. Глазычев В.Л. Образ системности в дизайне //Техническая эстетика. 1981. - №5. - С.17–19.
9. Джонс Дж. К. Методы проектирования: Пер. с англ. - 2-е издание, доп. - М.: Мир, 1986. - 326 с.
10. Дизайн архитектурной среды: Краткий словарь – справочник /Под ред. С.М. Михайлова. – Казань: Дан, 1994. – 120 с.
11. Джонс Дж. К. Методы проектирования: Пер. с англ. - 2-е издание, доп. - М.: Мир, 1986. - 326 с.
12. Жердев Е.В. Художественное осмысление объекта дизайна. М., 1993. – 130 с.
13. Иконников А.В., Каган М.С. Эстетические ценности предметно - пространственной среде /Под общ. Ред. А.В. Иконникова, ВНИИ Техническая эстетика. – М.: Стройиздат, 1990.-334
14. Легенький Ю. Национальная модель дизайна в Украине // Тезисы докладов международной конференции “Дизайн-2000”. – Херсон: ХГТУ, 2000. – С. 7-10.
15. Доронина Н.В. Ландшафтный дизайн. – М.: Фитон+, 2005. – 144с.: ил.
16. Залеская Л.С. Ландшафтная архитектура. – М.: Стройиздат, 1995. – 257с.: ил.
17. Самые красивые сады мира / Под ред. К. Холмс. – М., 2002. – 176с.: ил.
18. Сычева А.В. Ландшафтный дизайн. – Минск: Высшэйшая школа, 1994. – 156 с.

#### **Т.А. КОРНИЕНКО**

Запорожский национальный технический университет, Запорожье

E-mail: New-paint@mail.ru

#### **ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ КОНЦЕПЦИИ ДИЗАЙНА СОВРЕМЕННОГО ГОРОДА**

В статье дается анализ формирования и развития концепции дизайна современного города, которая включает развитие дизайнерских процессов, в основе которых улучшение предметно-пространственной среды и высококомфортного положения человека; выделение индикаторов эффективного управления дизайном города; выработка механизмов внедрения современных проектов в развитии дизайна города и инновационного развития современного города; определение направлений оптимизации современного городского социума.

**Ключевые слова:** дизайн современного города, концепция, стратегия развития дизайна, ландшафтная композиция, социально-дизайнерское развитие городов, современные дизайнерские проекты, оптимизация концепции дизайна города

#### **T. Kornienko**

Zaporizhzhya National Technical University, Zaporizhzhye

E-mail: New-paint@mail.ru

#### **FORMATION AND DEVELOPMENT THE DESIGN CONCEPT OF THE MODERN CITY: THEORETICAL AND METHODOLOGICAL ASPECTS**

The article analyzes the formation and development of the design concept of the modern city, which includes the development of the design process, based on objective and improve the spatial environment and the best comfort of the human condition, the selection of indicators of effective management of design, develop mechanisms for the implementation of projects in the development of modern design and innovative city development of the modern city, the effort to optimize the definition of modern urban society

**Key words:** design of a modern city, the concept, development strategy design, landscape composition, social and urban development, design, modern designs, optimizing the design concept of.

*Стаття надійшла до редколегії 29. 08.12*

*Прийнята до друку 04.09.12*