



УДК 712.4:711.4

## УПРАВЛІННЯ ІМІДЖЕМ МІСТА ЧЕРЕЗ ДИЗАЙН СЕРЕДОВИЩА ЯК ШЛЯХ ДО СТІЙКОСТІ

КАСИЧ Алла<sup>1</sup>, КОПЕЙКІН Михайл<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, Україна

<sup>2</sup>Балтійська міжнародна академія, Рига, Латвія

**Kasich.alla@gmail.com**

*Дослідження присвячено узагальненню підходів до удосконалення дизайну середовища, яке розглядається в контексті покращення іміджу міст та удосконалення управління цими процесами. Серед основних підходів розглянуто переваги універсального дизайну, екологічного дизайну, а також цифрового дизайну. Розкрито роль та основні характеристики іміджу міст з позиції управління процесами дизайну середовища. На основі узагальнення існуючих наукових праць та процесів управління іміджем реальних міст сформульовано рекомендації щодо дизайну в контексті покращення іміджевих характеристик сучасних міст.*

**Ключові слова:** імідж міста, дизайн середовища, управління, стійкість, підходи, характеристики.

### ВСТУП

В умовах урбанізації відбувається актуалізація завдань та розвитку методів дизайну міського середовища, яке має ставати більш функціональним та сприяти розвитку продуктивного та сталого суспільства.

Дизайн не може не орієнтуватись на події та процеси, які відбуваються у повсякденному житті людей, відповідно до сегменту діяльності. Відповідно дизайн має задовольняти людські потреби (матеріальні, духовні та емоційні). Правильний дизайн повинен відокремитися від проблеми і точно визначити, хто буде її кінцевим користувачем (носієм проблеми); не залишаючи позаду оцінку проектною пропозиції щодо функції, для якої вона була створена. Відповідно дизайн слід розглядати як активного учасника у вирішенні соціальних проблем.

### ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Знищення інфраструктури частини та цілих міст і містечок під час війни в Україні актуалізує розроблення сучасних дизайнерських підходів до їх відновлення та розбудови після завершення війни. Ці процеси будуть мати важливе значення, в тому числі, з позицій формування іміджу країни, оскільки успішне відновлення міської інфраструктури стане потужним аргументом інвестиційної привабливості.

Питання ролі дизайну в управлінні іміджем міста розкрито в працях [3, 5], особливості та перспективи використання SMART-технологій досліджено в



статті [1], використання концепції універсального дизайну в містобудуванні в Україні висвітлено в праці [2].

Метою даного дослідження є узагальнення підходів та вимог щодо дизайну середовища як важливого механізму управління іміджем міста.

### **РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ЇХ ОБГОВОРЕННЯ**

Імідж міста повинен відображати його ідентичність, відповідно управління іміджем через дизайн це «складна праця, в довгостроковій перспективі, що передбачає комплексне планування з метою залучення інвестицій, збільшення культурної та політичної присутності та для посилення своєї конкурентоспроможності та продуктивності» [4].

Управління іміджем через дизайн є фундаментальним положенням містобудування. В процесі дизайну середовища в місті слід враховувати якість життя в місті, його географічне розміщення, відвідуваність. За рахунок технологічних та соціальних трансформацій, здійснюваних в процесі дизайну середовища відбувається покращення іміджу міста, що позитивно впливає на ділову активність та подальші позитивні зміни.

Для міста дизайн навколишнього середовища безпосередньо відображає загальний образ міста, а також втілює його культурну спадщину. Дизайн міста має на меті покращити його сприйняття, усіх його характеристик: архітектури, комунікацій, бізнес-середовища, культурного та освітнього просторів, символів міста, природи тощо. Відповідно дизайн не є однодисциплінарним процесом, він передбачає співпрацю з різними категоріями зацікавлених осіб, сприяючи примноженню досягнень, розвитку справедливого суспільства та широкі продуктивні можливості, зокрема у містобудуванні.

Як публічне мистецтво якість дизайну середовища безпосередньо впливає на загальне естетичне відчуття середовища. Ідеальний дизайн навколишнього середовища може не тільки прикрасити середовище міста, але й підвищити культурну спадщину міста та збагатити його колорит.

Загалом імідж міста, який потребує врахування в процесі дизайну, включає три сектора: громадський простір, приватний простір, приватний простір для громадського використання. Серед основних підходів, які слід брати до уваги в процесі дизайну середовища міст, на нашу думку, важливими є універсальний підхід, еколого-орієнтований підхід, цифрові трансформації.

Семигіна Т. В. відстоює ідеї універсального дизайну, однак зазначає, що в умовах децентралізації в Україні, територіальна громада через активні групи повинна долучатись до реалізації дизайну міської інфраструктури.

Рижова І.С. розкриває еволюцію та призначення екологічного дизайну, роль якого є важливою з позиції забезпечення таких важливих аспектів сталого розвитку суспільства, як економічного, політичного, соціально-культурного, промислового, комерційного, внутрішньо-регіонального і міжнародного. Концепція екологічного дизайну у повній мірі відповідає Порядку денному розвитку суспільства. Так, Глобальні цілі сталого розвитку, зокрема ціль 11, спрямована, в тому числі, на вдосконалення дизайнерських підходів до містобудування, з тим щоб зробити міста стійкими та безпечними.



Сучасні цифрові технології не лише вплинули на методи дизайну міст, а значною мірою змінили самі міста, які розглядаються в рейтингу Smart City Index з позицій прогресивності міського планування, зручності громадського транспорту, створення екологічних просторів, безпечності та захищеності. Як результат, відбувається розвиток цифрового дизайну, який має ряд переваг з точки зору продуктивності праці дизайнерів та менеджерів проєктів з містобудування, однак вимагає принципово нових компетентностей у сфері дизайну. Відповідно до перерахованих концепцій дизайну має відбуватись і зміна управлінських підходів до розвитку іміджу українських міст.

### **ВИСНОВКИ**

Розглядаючи формування іміджу міста як мету дизайну необхідно: використовувати принципи відплексності та універсальності, що означає необхідність забезпечення відповідності створеної інфраструктури різним категоріям стейкхолдерів; орієнтуватись на покращення функціональності міста на основі взаємозв'язку між природним та антропогенним середовищем; брати до уваги сукупність визначних історичних пам'яток, які формують глобальну пізнаваність міста; визначити ресурсний потенціал розвитку міста, який може бути використаний, зокрема природних, політичних, економічних та соціально-культурних ресурсів; зважати на часовий горизонт дизайнерських рішень, які повинні бути розраховані на тривалий період (на 20-30 років, а в окремих випадках і на 50-60 років).

Таким чином, дизайн середовища є важливим механізмом розвитку іміджу сучасних міст, які мають забезпечувати покращення умов життя суспільства та сприяти його розвитку в контексті забезпечення відповідальності та продуктивності. Саме тому, дизайн міст є важливою складовою політики системних соціально-економічних трансформацій, які необхідно спрямувати на осучаснення не лише безпосередньо міст, а й суспільних процесів.

### **ЛІТЕРАТУРА**

1. Рижова І. С. SMART-технології як фактор розвитку сучасного дизайну. Гуманітарний вісник ЗДІА. 2017. Випуск 69, С. 174-183.
2. Семигіна Т.В. Універсальний дизайн у містах України: обов'язки та можливості громади. Регіональна політика: історія, політико-правові-засади, архітектура, урбаністика [Зб. наук. праць]. У 3-х ч. Київ-Тернопіль, 2017. Ч. 2. С. 34-38.
3. Cancan G. The Important Relationship between Environment Design and City Image 2018 7th International Conference on Social Science, Education and Humanities Research (SSEHR 2018). URL: [https://webofproceedings.org/proceedings\\_series/ESSP/SSEHR%202018/SSEHR1220007.pdf](https://webofproceedings.org/proceedings_series/ESSP/SSEHR%202018/SSEHR1220007.pdf)
4. Fuentes S. Sistema de gestión comunicacional para la construcción de una marca ciudad o marca país, Signo y Pensamiento, 2007, 25(51), pp. 80-97.
5. Rogel Villalba E.A., González Macías C. J. City Image Management through Design (IMD) As a Path for Sustainability. International Journal of Business and Management Invention, 2017, Volume 6, Issue 4, pp. 98-110.