

DOI: <https://doi.org/10.32347/2077-3455.2023.67.169-180>

УДК 72.01

**Руденко Аліна Олександрівна,**  
*асистент кафедри архітектури будівель і споруд,  
Харківський національний університет  
міського господарства ім. О.М. Бекетова*

[Alina.Rudenko2@kname.edu.ua](mailto:Alina.Rudenko2@kname.edu.ua)  
<http://orcid.org/0000-0001-5416-7306>

**Ладигіна Ірина Володимирівна,**  
*кандидат архітектури,  
доцент кафедри дизайну архітектурного середовища,  
Одеська державна академія будівництва та архітектури*

[Ladygina@odaba.edu.ua](mailto:Ladygina@odaba.edu.ua)  
<http://orcid.org/0000-0001-8370-5783>

## ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ДИЗАЙН-КОДУ В СТРУКТУРІ ПОСТІНДУСТРІАЛЬНОГО МІСТА

**Анотація:** розглядається формування дизайн-коду міста як об'єктивного і глобального явища, що в останні десятиліття отримало розвиток в багатьох розвинутих державах Європи.

Будучи спрямованим, переважно, на досягнення візуального комфорту, дизайн-код в умовах постіндустріального міста набуває нового забарвлення, охоплюючи все предметно-просторове середовище «містобудівного партеру» як простору на рівні двох перших поверхів забудови, що обладнаний вуличними меблями та системою візуальних комунікацій.

Досліджується дизайн-код міста як невід'ємний елемент міського дизайну, що, в свою чергу, визначає особливості міського середовища, його компоненти, підтримує природні і культурні складові, що базуються на належності до певного місця. При цьому, характеристики «місця» напряму залежать від його розміщення в конкретному структурному елементі міста, а створення дизайн-коду, таким чином, має відбуватися на основі історико-генетичного аналізу – своєрідного еволюційного дослідження – історико-генетичного коду міста.

На основі розуміння сучасного міста як складної, відкритої, ієрархічно організованої системи, пропонується концепція формування дизайн-коду, як системоутворюючого елемента загальної системи міського дизайну, що спрямована на подолання негативної спадщини індустріального суспільства і гуманізацію міського середовища та розповсюджується на структурно-планувальну організацію міста у відповідності до генетичного коду.

Ключові слова: постіндустріальне місто; міський дизайн; дизайн міського середовища; дизайн-код; структурно-планувальна організація міста; автентичне міське середовище; історико-генетичний код міста.

Постановка проблеми. В багатьох літературних джерелах дизайн-код визначається як зведення правил та рекомендацій, спрямованих на формування комфортного, доступного та безпечного міського середовища [1, 2].

У сучасній практиці основна ставка при розробці дизайн-коду міста, як правило, робиться на візуальний комфорт і порядок, тому регламентує в основному рекламні конструкції, вивіски і вітрини [3].

Однак останнім часом зустрічається більш широке розуміння поняття «дизайн-код», що може розповсюджуватися також на елементи благоустрою, малі архітектурні форми, матеріали та типи покриттів і навіть на архітектурний вигляд нових будівель, що проєктуються [4, 5].

Мотивацією для розробки дизайн-кодів міст послужило прагнення до забезпечення так званої «візуальної екології» міського середовища, що в результаті стихійного розвитку ринкових відносин в умовах індустріалізації знаходилася в досить складних умовах. Нерегульоване розміщення реклами, засоби оформлення вітрин, хаотичні різнокольорові вивіски, банери та інше візуальне сміття зводили нанівець архітектуру міських фасадів та ландшафтну організацію відкритих громадських просторів.

По суті дизайн-код може розглядатися як невід'ємний елемент міського дизайну. «Дизайн міста» (дизайн міського середовища) за визначенням С. М. Михайлова [6] – самостійний вид проєктно-художньої діяльності, заснований на синтезі дизайну, архітектури, містобудування і монументально-декоративного мистецтва в процесі організації просторової структури міста та його предметного наповнення на різних ієрархічних рівнях: предметному, об'ємно-просторовому (архітектурному) та просторова-планувальному (містобудівному).

Міський дизайн, в свою чергу, виступає одним з чисельних об'єктів професійної діяльності дизайну архітектурного середовища серед яких виділяють:

- предметно-просторове місце існування (простори міських поселень, архітектурно-дизайнерські об'єкти та інженерні споруди, ландшафтна-рекреаційні комплекси);
- спеціалізовані функціонально-мистецькі комплекси оснащення міського середовища (інформаційні, комунікаційні, побутового комфорту тощо);
- архітектурно-дизайнерську колористику, об'єкти міського дизайну;

– експозиційні об'єкти різної значущості та типу, а також цифрові, вербальні, графічні, об'ємні та інші моделі цих об'єктів, необхідні для пошуку методів та засобів сталого розвитку середовища [7].

Будучи важливим складовим елементом у формуванні міста, міський дизайн визначає його особливості, компоненти, підтримує природне і культурне середовище, що базується на належності до певного місця. В свою чергу, характеристики «місця» напряму залежать від його розміщення в конкретному структурному елементі міста.

Як відомо, структурно-планувальна організація міста проявилася ще в рамках формування Великих міст в середині ХХ століття і була описана Ю. Л. Пивоваровим наприкінці 1990 років [8]. Згідно з нею, в процесі виникнення і розвитку агломерацій навкруги історичного ядра поселення в різні періоди складаються концентричні зони від загальноміського громадського центру до приміської території, що розглядаються як єдина система і відрізняються своїм містобудівним освоєнням – автентичністю забудови, її щільністю, характером соціальної, інженерної, транспортної інфраструктури, які накладавсь на каркас міста створюють вихідні умови для подальшого освоєння міського середовища, в тому числі щодо прийняття рішення відносно розробки дизайн-коду.

В контексті викладеного вище здається досить актуальним розглянути створення дизайн-коду на основі історико-генетичного аналізу – своєрідного еволюційного дослідження – історико-генетичного коду міста.

При цьому під генетичним кодом розуміється сукупність специфічних структурних ознак, що стало відтворюються на всіх етапах попередньої еволюції міста [9]. Звісно, неможливо повернути те, що належить минулому. Але створення в процесі ревіталізації нових громадських просторів для контактів і взаємодії містян має враховувати найбільш цінне, що накопичено досвідом міського розвитку.

Мета дослідження в таких умовах полягає в дослідженні основних існуючих підходів до створення дизайн-коду міста і виявленні передумов для його подальшого розвитку у якості системо утворюючого елементу міського дизайну.

Для досягнення мети вирішуються завдання, що передбачають аналіз існуючих зразків та сучасного підходу до застосування дизайн-коду міста.

Об'єктом дослідження виступає дизайн-код як елемент міського дизайну в контексті конкретного міського середовища.

Предмет дослідження становлять особливості формування дизайн-коду міста в сучасних умовах урбанізації.

Новизна дослідження виражається в концепції створення дизайн-коду міста, що спирається на системний підхід і зумовлює ряд основних принципів.

Матеріали і методи дослідження включають збір та аналіз літературних, наукових та проектних джерел інформації стосовно означеної теми, та спираються на розуміння міста як складної відкритої системи, здатної до самоорганізації, в контексті якої міський дизайн відіграє важливу системоутворюючу роль.

Основна частина. Заради справедливості треба відмітити, що дизайн-код європейських міст успішно функціонує не перший рік і ґрунтується на великому історичному досвіді.

Так, в Парижі реклама більш ніж 8 м<sup>2</sup> заборонена існуючим законодавством. На стінах навчальних закладів рекламні конструкції розміщувати не прийнято взагалі, а на набережній Сени розташовуються тільки рекламні тумби.



Рис. 1. Паризьке метро [1]

Вивісок у Парижі небагато і їх основною особливістю є художня естетичність та витонченість, завдяки чому вони ідеально вписуються у загальну архітектуру міста. Дуже часто замість вивіски можна зустріти невеличке графіті на стіні. Незважаючи на таке економне рішення, подібне оформлення фасаду виглядає досить органічно і не порушує побудови архітектурного середовища.

При жорстких обмеженнях на розміщення зовнішньої реклами стали популярні вивіски на маркізах і тентах, які часто видно краще, ніж вивіски на фасаді будівлі, а оформлення вітрин у Парижі стало справжнім мистецтвом.

Візитна картка метро в Парижі – це вхідні вивіски у стилі ар-нуво (рис. 1), які вважаються культурним надбанням столиці. У центрі вони виконані із шаблонних металевих елементів, що значно полегшує їх виготовлення та монтаж [10].

Австрійський Зальцбург – місто, відоме на весь світ своєю унікальною архітектурою. Збереження історичної спадщини – головне завдання місцевої влади, якому зовнішня реклама повністю підпорядковується.

Середньовічна забудова центральної частини, особливо вулиці Гетрайдегасе, на якій розміщуються сучасні ресторани, кафе, магазини, диктує матеріали, характер і стиль вивісок та панелей-кронштейнів (рис. 2). Превалює метал, а світлові рішення зустрічаються дуже рідка [11].



Рис. 2. Вивіски Зальцбурга. McDonald's [11]

Не зважаючи на загальні світові тренди, у кожній державі існує своя специфіка просування товарів та послуг і, відповідно, свої особливості розміщення комерційної реклами.

Так, в Німеччині найбільш популярним носієм графічної реклами являються тумби для афіш, на яких місцеві підприємці розміщують свої рекламні плакати, листівки тощо. Масова реклама розповсюджується переважно за допомогою

поліграфічної продукції – буклети, брошури, флайери і листівки розносять по домівках [12].

Зовнішня реклама в Німеччині – в першу чергу вивіски і вітрини, інтер'єри світові конструкції, внутрішні і вуличні таблички.

Відмітний «почерк» німецьких вітрин – модульність у декорванні з використанням підвісів: рекламне зображення збирається за принципом колажу з кількох різних картинок або, навпаки, одна єдина картинка розбивається на кілька сегментів, що кріпляться під стелею за допомогою практично невидимих тросів.

Традиційні німецькі вивіски – ковани металеві консолі із предметним зображенням того, що тут, власне, пропонують – хлібну випічку чи кухоль пива. У дуеті з консольними виступають фасадні вивіски. Більшість із них створюється на основі світлових об'ємних букв (рис. 3).



Рис. 3 Світлова реклама у Німеччині [12]

Цікавий у всіх відношеннях приклад – столиця Данії – Копенгаген. Комфортність життя мешканця міста – в екологічній і надійній інфраструктурі. Це місто пішоходів і велосипедистів (рис. 4). Сьогодні 40 % мешканців кожного ранку добираються до роботи на велосипедах. Починаючи з 1960 років поступово Копенгаген скорочував кількість автомобільних доріг. За період з 1962 по 2005 рік площа пішохідного міста зростає з 15 до 100 тисяч квадратних метрів. Такий підхід, що було апробовано в центрі, зараз використовується у

більш віддалених районах. Відомий порядок дій і вже опрацьовані схеми – це і є дизайн-код [13].

В нашій державі рух за очищення міського простору від «візуального сміття» тільки зароджується. Він базується на Законі України від 02.07.1996 року № 260/97 –ВР «Про рекламу» (чинна редакція від 31.03.2023) [14], у відповідь на який в багатьох містах країни розроблювалися і починали впроваджуватися в життя правила встановлення зовнішньої реклами і особливості її створення – обговорювалися вимоги до зовнішнього вигляду, процедури монтажу фасадних конструкцій, матеріали для виготовлення. Велика увага приділялася шрифтам, стилістиці, кольору і формі, що мають гармонійно поєднуватися з елементами фасадів, на яких вони розміщуються. Ця робота була перервана військовими діями і має відновитися після їх закінчення.



Рис. 4. Копенгаген – місто велосипедистів [13]

Таким чином, навіть короткий аналіз європейського досвіду роботи з дизайн-кодом свідчить, що найкращий результат досягається там, де орієнтація на особливості історичного середовища зумовлює прийняття рішень.

Тож, можна казати, що з виходом дизайну у просторове середовище міста в процесі активного формування у другій половині ХХ століття цілих комплексів предметного наповнення міських просторів, так званого «містобудівного партеру», дизайн-код починає приймати активну участь у формуванні основи

дизайну міського середовища, особливо в місцях розташування автентичної забудови.

Термін «містобудівний партер» набув широкого використання у 1980 роках в межах середовищного підходу щодо організації архітектурного середовища міста. В. Л. Глазичев, що у своїй книзі «Урбаністика» [15] застосовує термін «міський партер» для визначення міського простору на рівні двох перших поверхів, образно називає його «царством міського дизайну».

С. М. Михайлов вважає [6], що важливість «містобудівного партеру» зростає в контексті появи висотної забудови міських центрів, в умовах якої проявляється його певна автономність і незалежність від загальної архітектурно-планувальної композиції міста як простору на рівні двох перших поверхів забудови, що обладнаний вуличними меблями та системою візуальних комунікацій.

«Містобудівний партер», таким чином, стає свого роду буфером між висотною архітектурою міських центрів і людиною, знімаючи конфлікт між ними завдяки своїм функціональним, масштабно-пластичним, інформаційно-психологічним та художньо-семантичним якостям.

З іншого боку, саме «містобудівний партер» стає своєрідною сценою, на якій розгортається все дійство дизайн-коду, що особливо важливо для історичного міського середовища з його пам'ятками архітектури, неповторним стилем, масштабом, освітленням та ландшафтними просторами.

В таких умовах, виходячи із зазначеного вище, пропонується концепція формування дизайн-коду, як системоутворюючого елемента загальної системи міського дизайну, що спрямована на подолання негативної спадщини індустріального суспільства і гуманізацію міського середовища та проєктується на структурно-планувальну організацію міста у відповідності до генетичного коду.

Особливості створення дизайн-коду зумовлені:

- характером і часом освоєння структурного елемента міста (історичне ядро, загальноміський центр або його підцентри, забудова періоду екстенсивного освоєння територій 1960 – 1980 років, буферна зона);
- превалюванням природних або антропогенних факторів, що формують відкритий міський простір, до якого впроваджується дизайн-код;
- розширенням номенклатури елементів предметно-просторового середовища, що застосовуються для створення простору.

Реалізація концепції спирається на ряд основних принципів:

- історико-генетичної опосередкованості;
- стильової зумовленості;
- візуально-кольорової екологічності;



–функціональної різноманітності.

### Висновки

Дизайн-код – об’єктивне глобальне явище, що отримує розвиток у багатьох розвинутих державах Європи.

Сьогодні – це невід’ємна складова дизайну міського середовища, що формується як його підсистема в рамках «містобудівного партеру» на рівні двох перших поверхів забудови зі своїм предметно-просторовим наповненням і візуальними зв’язками.

Суттєвим недоліком розроблених дизайн-кодів часто стає їх функціональна обмеженість і вузька спрямованість на візуальну екологію, тоді як найкращі приклади орієнтовані на особливості автентичного міського середовища і спрямовані на збереження його архітектурної неповторності.

Розуміння міста як складної відкритої ієрархічно організованої системи, здатної до самоорганізації, дозволило запропонувати концепцію формування його дизайн коду, що спирається на структурно-планувальну організацію поселення в контексті об’єктивно існуючого історико-генетичного коду окремих системоутворюючих елементів.

Реалізація концепції, зі свого боку, опирається на ряд основних принципів – історико-генетичної опосередкованості, стильової зумовленості, візуально-кольорової екологічності та функціональної різноманітності.

### Список використаної літератури

1. Дизайн код. URL: <https://sher.media/kak-dizajn-kod-kontroliruet-estetiku-goroda/> (дата звернення 20.08.2023)
2. Eran B-J. The Code of the City. Standards and the Hidden Language of Place Making. *The MIT Press*, 2005, 264 pp.
3. Embaby M. E. “Urban Design Code” as a New Guiding Tool for Urban Development in Egypt. *International Journal of Engineering Research & Technology*. Vol. 4 Issue 06, 2015, p. 685-699.
4. Choy N. Why urban design codes? The role these technical instructions can play in generating positive social outcomes. URL: <https://www.alliesandmorrison.com/research/why-urban-design-codes> (дата звернення 21.08.2023)
5. Rudlin D. What will design codes in local plans mean for you? *The RIBA Journal*, 2023. URL: <https://www.ribaj.com/intelligence/national-model-design-code-local-authority-plan> (дата звернення 21.08.2023)
6. Михайлов С. М. Дизайн современного города: комплексная организация предметно-пространственной среды: теоретико-методологическая концепция. URL: <https://www.dissercat.com/content/dizain-sovremennogo-goroda->

[kompleksnaya-organizatsiya-predmetno-prostranstvennoi-sredy-teore](#) (дата звернення 21.08.2023)

7. *Заварзін О.О.* Дизайн архітектурного середовища: курс лекцій для здобувачів освітнього ступеня «Бакалавр» спеціальності 022 «Дизайн». Київ: НАКККіМ, 2020. 56 с.

8. *Пивоваров Ю.Л.* Основы геоурбанистики. Урбанизация и городские системы. М.: Владос, 1999. 232 с.

9. Генетический код города. URL: <https://present5.com/geneticheskij-kod-goroda/> (дата звернення 21.08.2023)

10. Shevchenko L. Learning the city through its design code: Paris. URL: <https://bootcamp.uxdesign.cc/learning-the-city-through-its-design-code-paris-5ea2f70a1dfc> (дата звернення 22.08.2023)

11. Дизайн-код міста: реклама повинна прикрашати. URL: <https://art-light.com.ua/articles/soglasovanie-vivesok/reklama-povynna-prykrashaty> (дата звернення 22.08.2023)

12. Германия: Особенности национальной рекламы. URL: <https://www.viraj-spb.ru/o-kompanii/stati/germaniya-osobennosti-natsionalnoy-reklamy.html> (дата звернення 22.08.2023)

13. Як зробити своє місто зручним та красивим: дизайн-код та рішення для кожного містянина. URL: <https://rubryka.com/article/convenient-city/> (дата звернення 21.08.2023)

14. Про рекламу: Закон від 03.07.1996 № 270/96-ВР//База даних «Законодавство України»/ВР України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 26.08.2023).

15. *Глазичев В. Л.* Урбанистика. М.: Европа. Новая площадь, 2008. 218 с.

#### Reference

1. *Dizayn kod. [Design code].* URL: <https://sher.media/kak-dizajn-kod-kontroliruet-estetiku-goroda/> (in Russian)

2. Eran, B-J. (2005) The Code of the City. Standards and the Hidden Language of Place Making. The MIT Press, 264 p. (in English)

3. Embaby, M. E. (2015) “Urban Design Code” as a New Guiding Tool for Urban Development in Egypt. International Journal of Engineering Research & Technology. Vol. 4 Issue 06, 685-699. (in English)

4. Choy, N. Why urban design codes? The role these technical instructions can play in generating positive social outcomes. URL: <https://www.alliesandmorrison.com/research/why-urban-design-codes> (in English)

5. Rudlin, D. (2023) What will design codes in local plans mean for you? The RIBA Journal. URL: <https://www.riba.com/intelligence/national-model-design-code-local-authority-plan> (in English)
6. Mikhailov, S. M. Design of a modern city: complex organization of the subject-spatial environment: theoretical and methodological concept [Dizayn sovremennogo goroda: kompleksnaya organizatsiya predmetno-prostranstvennoy sredy: teoretiko-metodologicheskaya kontseptsiya]. URL: <https://www.dissercat.com/content/dizain-sovremennogo-goroda-kompleksnaya-organizatsiya-predmetno-prostranstvennoi-sredy-teore> (in Russian)
7. Zavarzin, O.O. (2020) Dizayn arkhitekturnoho seredovishcha: kurs lektsiy dlya zdobuvachiv osvith'oho stupenya «Bakalavr» spetsial'nosti 022 «Dizayn» [Design of the architectural environment: a course of lectures for the holders of the "Bachelor" degree in the specialty 022 "Design"]. Kyiv: NAKKKiM, 56 p. (in Ukrainian)
8. Pivovarov, YU. L. (1999). Fundamentals of geourbanism. Urbanization and urban systems. [Osnovy geourbanistiki. Urbanizatsiya i gorodskiye sistemy]. M.: Vldos, 232 s. (in Russian)
9. Geneticheskij kod goroda [Genetic code of the city]. URL: <https://present5.com/geneticheskij-kod-goroda/> (in Russian)
10. Shevchenko, L. Learning the city through its design code: Paris. URL: <https://bootcamp.uxdesign.cc/learning-the-city-through-its-design-code-paris-5ea2f70a1dfc> (in English)
11. Dizayn-kod mista: reklama povynna prykrashaty [Design code of the city: advertising must be decorated]. URL: <https://art-light.com.ua/articles/soglasovanie-vivesok/reklama-povynna-prykrashaty> (in Ukrainian)
12. Germaniya: Osobennosti natsional'noy reklamy [Germany: Features of national advertising]. URL: <https://www.viraj-spb.ru/o-kompanii/stati/germaniya-osobennosti-natsionalnoy-reklamy.html> (in Russian)
13. How to make your city convenient and beautiful: design code and solutions for every citizen [Yak zrobyty svoje misto zruchnym ta krasyvym: dizayn-kod ta rishennya dlya kozhnoho mistyanyna]. URL: <https://rubryka.com/article/convenient-city/> (in Ukrainian)
14. Verkhovna Rada of Ukraine (1996, July 3). Zakon Ukrainy «Pro reklamu» [A law of Ukraine is «On advertising»] Vidomosti Verkhovnoyi Rady Ukrainy, № 39, 181. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80#Text> (in Ukrainian).
15. Glazichev, V. L. (2008). Urbanism. [Urbanistika]. M.: Europe. New Square, 218 p. (in Russian)

## Abstract

**Alina Rudenko**, assistant of the Department of Architecture of Buildings and Structures O.M.Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv, Kharkiv, Ukraine.

**Iryna Ladygina**, PhD in Architecture, docent of the Architectural Environment Design Department, Odesa State Academy of Civil Engineering and Architecture, Odesa, Ukraine.

**Features of design code formation in the structure of a post-industrial city**

The formation of the city design code is considered as an objective and global phenomenon that has developed in many developed European countries in recent decades.

Being primarily aimed at achieving visual comfort, the design code in the conditions of the post-industrial city acquires a new color, covering the entire subject-spatial environment of the "urban planning ground floor" as a space at the level of the first two floors of the building, equipped with street furniture and a visual communication system.

The city design code is studied as an integral element of urban design, which, in turn, determines the features of the urban environment, its components, supports natural and cultural components based on belonging to a certain place. At the same time, the characteristics of a "place" directly depend on its placement in a specific structural element of the city, and the creation of a design code, thus, should be based on a historical-genetic analysis - a kind of evolutionary study - of the city's historical-genetic code.

Based on the understanding of the modern city as a complex, open, hierarchically organized system, the concept of forming a design code is proposed as a system forming element of the general system of urban design, which is aimed at overcoming the negative legacy of industrial society and humanizing the urban environment and is projected onto the structural and planning organization of the city in accordance with the genetic code.

**Keywords:** post-industrial city; urban design; design of the urban environment; design code; structural and planning organization of the city; authentic urban environment; historical and genetic code of the city.