

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«ТЮМЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
ИНСТИТУТ СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

Директор института  
социально-гуманитарных  
наук, д.филос.наук И.М. Чубаров

**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА**  
магистра

ПРОИЗВОДСТВО ГОРОДСКОГО ПРОСТРАНСТВА ИНСТРУМЕНТАМИ  
ДИЗАЙН-КОДА (КЕЙС ТЮМЕНИ)  
44.04.05 Медиакоммуникации

Магистерская программа «Цифровая культура и медийное производство»

Выполнил (а) работу  
студент(ка) 2 курса очной  
формы обучения

Азарова Анна Сергеевна

Научный руководитель  
директор института  
социально-гуманитарных  
наук, д.филос.наук

Чубаров Игорь Михайлович

Научный консультант  
Магистр по международным  
отношениям, советник директора  
Института социально-гуманитарных  
наук

Ермакова Элина Вадимовна

Рецензент  
канд. арх., доцент, член Союза  
Архитекторов России, заместитель  
начальника департамента  
строительства, архитектуры и  
земельных отношений  
Администрации города Салехарда

Панфилов Александр  
Владимирович

Тюмень  
2021

## ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА 1. КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ ПРОИЗВОДСТВА ПРОСТРАНСТВА В ГОРОДЕ	9
1.1. КОНЦЕПТ ГОРОДСКОГО ПРОСТРАНСТВА В МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОМ ПРЕДСТАВЛЕНИИ	9
1.2. СУЩНОСТЬ ДИЗАЙН-КОДА В КОНТЕКСТЕ ПРОИЗВОДСТВА ПРОСТРАНСТВА	17
1.2.1 СУЩНОСТЬ ДИЗАЙН-КОДА В КОНТЕКСТЕ ПРОИЗВОДСТВА ПРОСТРАНСТВА В ЗАРУБЕЖНОЙ ПРАКТИКЕ	17
1.2.2 СУЩНОСТЬ ДИЗАЙН-КОДА В КОНТЕКСТЕ ПРОИЗВОДСТВА ПРОСТРАНСТВА В РОССИЙСКОЙ ПРАКТИКЕ	22
ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1	29
ГЛАВА 2. ЭМПИРИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ПРОИЗВОДСТВА ГОРОДСКОГО ПРОСТРАНСТВА ИНСТРУМЕНТАМИ ДИЗАЙН-КОДА В ЛОКАЦИИ ТЮМЕНИ	30
2.1. ОРГАНИЗАЦИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ	30
2.1.1. ПЛАНИРОВАНИЕ И ПОДГОТОВКА ИССЛЕДОВАНИЯ	30
2.1.2. ХАРАКТЕРИСТИКИ КЕЙСОВ	31
2.1.3. МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ	36
2.1.4. ПРОВЕДЕНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ	37
2.2. ОБРАБОТКА ПОЛУЧЕННЫХ ДАННЫХ И ИХ ИНТЕРПРЕТАЦИЯ	39
2.2.1. ОБРАБОТКА РЕЗУЛЬТАТОВ	40
2.2.2. РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ	46
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	49
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ	51
ПРИЛОЖЕНИЯ	59

## ВВЕДЕНИЕ

Сегодня доля городского населения в мире активно приближается к пятидесяти процентам. При общем отрицательном росте населения России число городских жителей возрастает. [datatopics worldbank]. К этому явлению можно относиться по-разному, но абсолютно очевиден процесс неумолимой всеобщей урбанизации [Глазычев, 2011]. Крупномасштабная и скоростная застройка удовлетворяет материальные запросы возрастающего населения городов в количестве квадратных метров жилья, для наращивания объемов используют типовые решения однородного характера, архитектура перестает отражать исторический и этнико-географический контекст. С растущим уровнем благосостояния горожан владение автомобилем стало обычным явлением, что привело к увеличению строительства автомагистралей как основного аспекта планирования города. [David, 2019]. С увеличением спроса на товары и услуги разрастается предпринимательское сообщество, развивающееся в условиях жесткой конкуренции, стремящееся заполучить своего клиента посредством ярких рекламных баннеров и вывесок. У потребителя развивается баннерная слепота, а пространство города насыщается визуальным шумом, городская идентичность умирает. Все эти аспекты создают ландшафт и среду со масштабную размерам автомобиля, но не соразмерную масштабу человека.

При таком быстром росте города, хаосе, потеряна пространственная целостность в результате нового строительства, в таком пространстве полностью отсутствует идея следования правилам и порядку, в нем нет побуждения к созданию прекрасного и совершенного. [Колхас, с. 20].

Архитектура 20-21 века отличалась небывалой эксцентричностью постмодернизм, а в дальнейшем и деконструктивизм утвердили

архитектора как творца, которому позволено все. Преобладающим свойством современной архитектуры последних 40 лет стал гигантизм. Подэгидой Гигантизма строятся новые структуры городского ландшафта, при этом черты этих структур унифицированы, неясны, пространны, функции несоизмеримы с масштабом, размыты, пространны. «Гигантизм – это «крайняя стадия архитектуры», когда она уже не заботится о том, чтобы стать гармоничной частью городского силуэта. В лучшем случае она с ним сосуществует, но на пограничной зоне полной автономности, создавая впечатление «богато аранжированного хаоса.»» [Колхас, с. 33]. Возникающие новые категории ландшафта многоэтажной застройки, которые с легкостью можно обнаружить в любом городе, ведут в том числе к формированию условий для развития уникальных психологических проблем, не формирующихся в других ландшафтах. [Каракин, с. 129]. Происходящая в мире интеллектуализация большинства сфер деятельности и повышение автоматизации промышленности и быта направлены на возвышение роли человека. Обязательным критерием увеличения качества жизни населения, улучшения окружающей среды, повышения уровня образования, а также роста культурного сознания, профессиональных навыков, физического здоровья и психической стабильности личности становится управление и производство городского пространства.

Человеку как живому и целостному существу необходимо быть в целостном живом пространстве, изоморфном устройству всех биологических организмов. Ведь в какой то момент ему может не хватить его способности к адаптации для того, чтобы сделать из «дома-машины» или «умного города» дом и город для себя. [Колхас, с. 35].

Эксперты говорят о необходимости возвращения городов людям, создании “адаптированной архитектуры”, которая формально не

детерминирована ничем, кроме ряда правил направленных на гуманизацию визуальной среды [Салангарос, с. 210]. В формировании комфортного городского пространства первостепенно не следование уже сформировавшимся стилевым системам, а выдерживание формальных кодов, согласованных с биологическими и способствующими комфортному восприятию человеком. [Alexander, 2016].

Проблема формирования объемно-пространственных норм основывающихся на структурных элементах ткани городской застройки и градостроительных параметрах для производства качественной городской среды в российской практике появилась достаточно давно.[Петровская, с.8]

Попытки создания и внедрения таких регламентов предпринимались локально и достаточно хаотично - дизайн-код Москвы<sup>1</sup>, мастер план Перми<sup>2</sup>, разнообразные рекомендации по размещению информационных конструкций Москвы<sup>3</sup>, «Сводный стандарт благоустройства улиц Москвы»<sup>4</sup>, Саратова<sup>5</sup>, Белгорода<sup>6</sup>. Генеральные планы (генпланы) зачастую подвержены критике со стороны экспертов, основные причинами обсуждений является быстрая потеря актуальности, так как генеральный

---

<sup>1</sup>Архитектурно-художественная концепция внешнего облика улиц, магистралей и территорий города Москвы, выполненная в пилотном режиме (в части размещения информационных конструкций) разработанная студией Лебедева  
<https://img.artlebedev.ru/moscow/design-code/documents/mka-design-code-00-general-guides.pdf>  
(дата обращения: 17.06.2021)

<sup>2</sup><https://disk.yandex.ru/d/zifDjNiQt-7sJA> (дата обращения: 17.06.2021)

<sup>3</sup>Постановление правительства Москвы, от 25 декабря 2013 года N 902-ПП, О размещении информационных конструкций в городе Москве (с изменениями на 18 мая 2021 года)

<sup>4</sup>Единый стандарт благоустройства является частью городской программы моя улица, размещенной на официальном сайте мэра москвы  
<https://www.mos.ru/city/projects/mystreetitogi2016/page260125/>

<sup>5</sup>правила оформления рекламных конструкций разработанные по поручению администрации Саратова в 2017 году

<sup>6</sup>Дизайн-код разработанный в 2015 году по поручению властей Белгорода

план разрабатывается на следующие 25 лет. Второй спорный момент состоит в том, что в российской практике генплан не является источником градостроительного права, соответственно носит рекомендательный характер. На уровне города документом, регламентирующим застройку, освоение новых территорий и функциональное зонирование служат Правила землепользования и застройки (ПЗЗ). В более глобальном смысле и генплан и ПЗЗ как документы применяется для структуризации градостроительной деятельности и повышения эффективности землепользования муниципального образования в целом, они нормализуют как город строить, но не существует единого документа, который говорил бы как город должен выглядеть. Условия, предъявляемые к облику городского пространства, очень отрывочно и хаотично так или иначе представлены в регламентах всех российских городов. В 2020 президент России подписал указ «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года». В указе среди национальных целей развития России указаны в том числе комфортная и безопасная среда для жизни, улучшение жилищных условий россиян, увеличение объема ввода жилья, улучшение качества городской среды и дорожной сети в крупных агломерациях.

### **Проблема исследования**

Интересно, что как со стороны горожан, так и со стороны муниципальных управлений, запрос на производство качественного городского пространства есть, но четкого и комплексного понимания каким это пространство должно быть и какие именно элементы формируют ту самую загадочную качественную среду нет. Между тем стоит также учитывать, что городское пространство в целом не только

данность физического мира, это совокупность ментального и образов восприятия каждого конкретного человека. Практическое решение этого вопроса находится в поле различных типов агентов: горожан, управленцев, специалистов медиа, экспертов, предпринимателей. «Целесообразно рассматривать территориальное развитие и эволюцию города как органическое целое. У этого целого долгая история, насыщенная конфликтами. Она слабо осмыслена экспертами в первую очередь, потому что над сознанием экспертов тяготеют старые догмы, их интерпретаторами и журналистами — во вторую, властями и горожанами — в третью.» [Глазычев, 2011].

В своем исследовании на примере нескольких тюменских кейсов, я хочу проанализировать, что в понимании горожанина комфортное городское пространство и за счет каких инструментов, элементов, ассоциаций оно производится. Какую роль играет в создании городского пространства дизайн-код. Если говорить о дизайн-коде как о дополнительном регуляторе формообразования новых сооружений, регламенте организации целостной архитектурной ткани города, элементе формирования облика города, какие инструменты туда должны входить для производства городского пространства.

**Объект:** городское пространство Тюмени

**Предмет:** производство городского пространства  
инструментами дизайн-кода (кейс Тюмени)

**Цели работы:** изучить производство городского пространства инструментами дизайн-кода на примере Тюмени

**Гипотезы:** определить способствует ли использование инструментов дизайн-кода улучшению городского пространства Тюмени по мнению горожан

**Используемые методы:** была проведена серия качественных исследований:

1. фокус-группы с жителями города Тюмени
2. наблюдение и фотосъемка

**Практическая значимость раскрывается через следующие аспекты:**

- результаты полученные после проведения исследования возможно применить для дальнейшего создания дизайн-кода Тюмени;
- исследование выявляет наиболее привлекательные и важные, а также наиболее отталкивающие и негативные элементы городского пространства в восприятии горожанина, как для основного пользователя городского пространства Тюмени.



# ГЛАВА 1. КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ ПРОИЗВОДСТВА ПРОСТРАНСТВА В ГОРОДЕ

## 1.1. КОНЦЕПТ ГОРОДСКОГО ПРОСТРАНСТВА В МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОМ ПРЕДСТАВЛЕНИИ

*“Для того, чтобы изменить жизнь, надо изменить пространство”.*

*Анри Лефевр*

«Производить пространство» звучит странно: производство пространства — как идея и реальность — возникло только недавно. В основном это результат взрывного развития исторического города, урбанизации общества в целом, проблем пространственной организации и так далее. Сегодня анализ производства показывает, что мы перешли от производства вещей в пространстве к производству пространства как такового [Лефевр, 2015, с. 5].

Формирование места человеком происходит из совокупности его личных представлений о таких категориях как красота, гармония, такт, эстетика. Эти категории проявляются в физическом мире посредством создания пространственных форм, особенно ясно это можно заметить в среде структурированной и ставшей естественной для обитания человека - городском пространстве. «По мере стремительного разрастания городов за последние сто лет, по мере формирования гигантских агломераций, в пределах которых границы между отдельными поселениями сугубо условны, ширится практический и теоретический интерес к городу как окружению человека. Став реально «второй природой», это окружение

навязывает себя человеку столь властно, что рассмотрение города с помощью инструментов, выработанных в ходе изучения «первой природы», оказывается неизбежным.» [Глазычев, 1984, с. 34].

Городское пространство должно удовлетворять потребности горожан не только в жилищно-бытовых, коммунальных, культурных и социальных аспектах, но и способствовать экономическому и социальному развитию города.

Понятие «городской габитус» объясняет взаимодействие урбанистических структур с общественно-культурным опытом городских индивидов. Исходя из кооперации между predetermined коллективными конструктами, а также общественным опытом следует продукт для форм городского габитуса: эксплуатация и апроприация урбанистических пространств крепко связаны с имеющимися социальными позициями. Урбанистическое пространство становится условной моделью общественной точки зрения, поскольку, владея экономическими и культурными средствами, обозначаются общественные взгляды и вкусы.

Исходя из данной точки зрения, город со своими отличительными чертами и составляющими частями, оказывается составным элементом различных способов структурирования общности частных групп и субъектов.

Общественное пространство – территория доступная каждому в урбанистическом пространстве, регламентируется городским правовым режимом и зависящая от государственных административно территориальных положений. Общественными пространствами являются места для отдыха, набережные, пешеходные улицы, площади, скверы, туристически-рекреационные зоны и так далее [Low, с. 3]. Открытые

городские территории данного вида образуют экономику города, задают темп формирования образа города, развивают локальный туризм, благотворно влияют на создание креативных индустрий. Кроме того, они несут ответственность за устройство городской жизни, социализацию жителей, межкультурное взаимодействие [Rotenberg, с. 8-10]. Общественные территории нередко являются рекреационными или просветительскими, выступая основными точками притяжения социальных взаимодействий. [Goodsell, с. 18]. Приоритет совершенствования общественных пространств – главная цель новой системы “Разумный урбанизм”.

Главной составляющей действенной культурной политики считается эксплуатация инновационных подходов к городскому и региональному росту. Побуждением к исследованию креативного пространства стал опыт иностранных и российских городов (Дублин, Чикаго, Нью-Йорк, Пермь, Москва) базирующийся на идее, что городское пространство обязано предоставлять жителям средства, способствующие разнообразной и качественной жизни. Государственный контроль в качестве правового регулирования, изобретения мотивов и преобразований в культурной политике способствует формированию образования данной среды. Во-первых, это является изобретением материальной инфраструктуры, во-вторых – урегулирование ситуаций, имеющих значение для развития социальной жизни.

Применение разнополярных кодов в одном дискурсивном поле средовой идентификации говорит о контрадикторности разных групп агентов. «Бесконечно важно уяснить, как, каким образом в ряде случаев при работе над управлением территориальным развитием удаётся создать точки уравновешенности между публичным благом и эгоистическими

интересами лиц, групп, корпораций и целых муниципальных сообществ» [Глазычев, 2011, с. 89].

Городское пространство это довольно сложная для понимания структура, с одной стороны это понятие обозначает место с физическими характеристиками местоположения в системе координат, а с другой стороны оно выражает собой некий уникальный социальный феномен в котором переплетены материально-вещное и информационно-культурные связи, но абсолютно неизменным остается то, что это структура антропоцентрична и человек стоит в центре многообразия связей и отношений [Парк, 2011, с. 19 - 20].

Для более глубокого понимания понятия городское пространство интересно рассматривать в контексте междисциплинарных пересечений, и их можно обнаружить немало, ведь это сложная система взаимосвязанных элементов - правил, мнений, стереотипов со своей исторической изменчивостью, динамикой процессов, особенно ускоряющимся в своем течении с приходом глобализации. Современное городское пространство это не только место, но и люди, сколько скопление смыслов. [Кастельс, с. 154]

Роберт Эзра Парк писал, что мы можем понять город как психофизический механизм, совокупность места и людей, с их чувствами, обычаями и административными рычагами управления, общественной позицией и магистралями, индивидуальным человеком и инструментами которыми он пользуется, мы можем мыслить его как собирательную сущность в которой и через которую находят комплексное проявление интересы частные и политические [Парк, 2011, с. 20].

Говоря о пространстве, представляется нечто, что нужно изучать с точки зрения геометрии или математики, но это означает упускать

безусловно важную часть - его содержимое, то есть рассматривать пространство как совокупность точек на плоскости – это изучать содержащее без содержимого.

Науки о пространстве изначально дробили его на части между собой следуя упрощенным методологическим принципам - социологическое пространство, географическое, историческое, пространство понималось как ничем не наполненная, пустая среда, только содержащая, безотносительная к содержимому. [Лефевр, 2015, с. 45]

На данный момент, несмотря на большое количество исследовательских работ, целостный подход к пониманию термина «пространство» не сформирован. Однако анализ научных трудов, посвященных вопросу исследования пространства, позволяет определить три основные ветви его трактовки: территория, среда, система. Первая трактовка исходит из сферы сферой региональной экономики, то есть через инструменты экономической науки городское пространство понимается как территория обильно наполненная объектами, внутренними связями между ними, а также связями с внешним пространством, выходящим за территорию ограниченного городского пространства [Лаврикова, с. 157]. Другая точка зрения описывает пространство как комплекс параметров социально-экономического поля территории, в которой происходит жизнь горожан. [Антипин, с. 1015]. Таким образом более глобально под городским пространством понимается среда, в рамках которой осуществляется деятельность, происходят экономические процессы, но все это опирается на фундамент пространства - территорию как базис, природную основу пространства [Лаврикова, с. 48]

Идеи понятия городского пространства развивались в разнообразных научных подходах. Одними их первых мысли о распространении культур,

идеи формирования культурных кругов и областей в некоем пространственном измерении встречаются в трудах представителей культурно-исторических учений диффузионизма – Ф. Гребнера, Л. Фробениуса, В. Шмидта.

В работах Лихачева и Каганского городское пространство является одновременно экономическим, социальным и социокультурным пространством, исходя из этой трактовки появляется новая локальная характеристика социокультурного пространства, как организатора культурного ландшафта.

Позже, американский градостроитель Кевин Линч сформулировал средовой подход к городу. В своих исследованиях он внедрил метод ментального картографирования, он предлагал респондентам описать или нарисовать город обозначая те или иные моменты в его восприятии, важно было то как выстраиваются в представлении людей определенные пути и маршруты по городу, важно было фиксация некоторых узлов и границ определенных пространств, связь визуального образа и когнитивных представлений человека о городе давала возможность анализировать то как город представлен в сознании человека и как различаются например представление о городе у разных групп людей. Этот метод довольно часто использую для того, чтобы увидеть, как выстраивается город и что остается

«невидимым» в представлениях людей, а что является центральными ключевыми элементами городского пространства. Такого рода ментальные, когнитивные карты городов используется для того, чтобы глубже осознать организацию пространства города и восприятия этого самого пространства человеком [Линч, с. 235]. Термин «городская среда» используется для описания уровня развития города, для которого характерны не просто систематизация ряда физических объектов, а наличие духовной

составляющей, под которой рассматривается городская культура [Глазычев, 2011, с. 134].

Немецкий социолог, историк и экономист Макс Вебер одним из первых стал рассматривать город и городское пространство на основании своего метода идеальных типов, он попытался предложить некую типологию тех городов которые есть, в основание этих типов он положил ряд критериев, прежде всего хозяйственно-экономического характера, выделяя города построенные вокруг ремесла, промышленности и торговли, однако это был не единственный критерий. Другим критериям стало городское право, практически значимым признакам города он выделял формирующийся городское сословие, то есть группу людей, которые выстраивали свои отношения в рамках города по особым правилам [Wolfgang, p.81].

Уже в 20 веке американский философ и социолог Льюис Мамфорд, опираясь на работы Вебера, вводит еще один критерий обращая внимание на культурную и человеческую часть города, он говорит о том что городское пространство в том числе это воспроизводство некой культуры, это позволяет нам отойти немного от формальных или экономических и хозяйственных характеристик [Mumford 1970].

Весомый вклад в развитие социологии города внесли представители так называемой чикагской школы - Парк, Вирт, Берджес. В начале 20 века стремительный приток населения в Чикаго породил ряд проблем возникающих в городских сообществах, на фоне этих событий, представители чикагской школы начали развивать социологическое знание непосредственно рассматривая город, они предположили что город может быть социальной лабораторией и если они что-то узнали о городском пространстве, то узнали и об обществе. В городском пространстве они могут

наблюдать вариант нормы и патологии, исследовать возникающие социальные взаимодействия. Социологи чикагской школы одними из первых заметили феномен городской пространственной сегрегации. Далее группа чикагских исследователей ввела термин городская экология, изначально термин экология – это метафора, с помощью которой социологи исследовали сообщества в городах, они показали что среда в которой люди живут обуславливает определенные модели поведения, физическое и ментальное здоровье напрямую зависит от социальных условий проживания людей. Город направляется двумя видами сил, одна из которых биотическая, природная, она обеспечивает рост города, другая культурная, эти силы и их взаимодействие исследовались в рамках понятия городская экология [Парк, 2011, с. 242].

Антропологический подход к исследованию города сосредотачивается на проблеме существования человека в городском пространстве. В этой парадигме появляются теории, совокупно рассматривающие существование людей в городском пространстве как социокультурное явление. Таким образом, пространство города выступает как многогранное явление, биосоциальная система, сочетающая в себе уникальные психические свойства и инструменты координации горожан [Warner, p. 86].

Французский социолог, неомарксист Анри Лефевр производит свою теорию городских пространств, он утверждает, что есть три уровня пространства которые мы можем выделить, первая это пространство репрезентаций, символов и знаков, в какой то момент объект может становиться символом, если оно выражает право на город, определённой группы людей. Есть воспринимаемое пространство, а есть пространство повседневности переживаемое пространство [Лефевр, 2015].



Изучая городские пространства появилось возможность заново поставить многие вопросы которые не ставились в течении длительного времени, это вопросы о том как различные социальные отношения, приобретают форму вещи, как взаимодействие между людьми определенным образом окрашивают или передают смысл физическому пространству, как поведение людей с одной стороны определяется тем в каком пространстве они находятся, и как оно с другой стороны само это пространство преобразует, и меняет его так что смысл и формы становятся совершенно другими [Филиппов, с. 13].

## 1.2. СУЩНОСТЬ ДИЗАЙН-КОДА В КОНТЕКСТЕ ПРОИЗВОДСТВА ПРОСТРАНСТВА

### 1.2.1 СУЩНОСТЬ ДИЗАЙН-КОДА В КОНТЕКСТЕ ПРОИЗВОДСТВА ПРОСТРАНСТВА В ЗАРУБЕЖНОЙ ПРАКТИКЕ

Согласно практическому руководству по разработке дизайн-кода департамента по делам общин и местного самоуправления Лондона дизайн-код — это графически оформленный в виде иллюстраций набор требований проектирования, рекомендаций и правил, касающихся физического развития территории. Письменные и графические части дизайн-кода развернуто и точно регламентируют визуальное видение генерального плана районов при проектировании объекта.

История применения дизайн-кода в градостроительстве показывает, что первоначально этот инструмент используется в моменты, когда есть срочная потребность застроить большую площадь пустого пространства.

[Linov, p. 58]. На данный момент прослеживается пустота не пространственного, а скорее ментального характера, и проблема становится дискурсом более глобального обсуждения нежели конструкт регулятивных механизмов в организации современных пространств [Фролов, с. 27].

Одним из первых дизайн-код был введен в Лондоне, когда пожар 1666 года уничтожил более 13 000 домов на территории лондонского Сити, то же произошло и после падения Берлинской стены в 1990-х. Нормы по сохранению городской идентичности Дрездена регулируют пропорции новых зданий, архитектурную подсветку и общее освещение улиц, расположение антенн, блоков кондиционеров, рекламных конструкций [Ранинский, с. 63].

В Берлине дизайн-код регулирует правила взаимодействия между участниками движения, автомобилистами, пешеходами и велосипедистами. Там в покрытии тротуара используется несколько видов мощения, более крупное и бесшовное для велосипедных дорожек, мелкое и гладкое для тротуаров, более грубая и контрастная для буфера между зонами. Так разная фактура покрытий подсознательно служит системой навигации, визуально зонировует пространство, разделяет его по функциям и следовательно помогает горожанам ориентироваться, а также создает безопасное пространство города, исключая пересечение потоков, разница в фактуре материалов, без использования дополнительных инструментов, помогает ориентироваться в пространстве слабовидящим людям, также подобное решение освобождает городское пространство от использования заборов, что в свою очередь избавляет от излишней перегруженности восприятия места, снижает материальные издержки с бюджета

администрации города и дает положительный эффект в восприятии городского пространства жителями. [Петровская, Агейкин с. 408]

Подобное решение по регулированию потоков участников городского движения работает в голландском городе Мидделбург. Это небольшой город, с достаточно низким трафиком, там инструментами дизайн-кода удалось создать действительно «общие» городские пространства. В некоторых частях города плоскость дороги и тротуара не имеет перепадов по высоте и не отделена бордюрами, главную роль границ достигается за счет использования плитки разных цветов и видов, например покрытие оранжевого цвета является и пешеходным и транспортным одновременно, однако приоритетная роль участников движения отдается пешеходам. Другая функция разнообразно текстурированного покрытия это навигация в исторической застройке города, если в основном покрытии присутствуют узкие выложенные мелкой брусчаткой тропинки, то передвижение в данной зоне предназначено только для пешеходов, ограничение на движение автомобилистов обусловлено тупиковыми дворами, либо сужающимися в дальнейшем улицами, за счет этих визуальных ориентиров значительно сокращается количество автомобилей застрявших в тупиковых дворах. Это решение не только регулирует отношения между участниками движения, делая его менее конфликтным, но и разгружает историческую часть города от излишней загруженности дорожными знаками, уменьшая количество инородных, диссонирующих с окружением элементов, делает городское пространство более органичным и понятным горожанам. [Крашенинников, с. 3]

Дизайн-код, применяемый в Германии регламентирует расположение велодорожек, он требует выносить их за линию парковки, и отделять эту зону яркой линией, это позволяет автомобилистам воспринимать

велосипедистов как полноценных участников движения, таким образом количество несчастных случаев уменьшается, городское пространство становится более безопасным, соответственно более привлекательным для времяпрепровождения. [Петровская 2018, 398]

Безусловно важным элементом городского пространства является стилистически регламентированное, удобное расположение элементов благоустройства: лавочек, велосипедных парковок, фонарей, урн и мусорных контейнеров. Более того, при правильном понимании и расположении эти элементы выполняют функции социального контроля, ведь многие города Европы славятся своим уровнем преступности. Одна из задач дизайн-кода это сделать городское пространство безопасным и это достаточно легко сделать спровоцировав людей проводить время на улице. В городах Германии дизайн-кодом утвердили расположение лавочек под углом к улице, ведь более востребованы те точки с которых открывается вид, так как из такого положения угол обзора становится шире и открывается на перспективу улицы, человеку интереснее наблюдать за происходящим вокруг соответственно лавочки становятся своеобразными аттракторами городского пространства. В дизайн-кодах Мюнхена, Страсбурга и Берлина при определенных критериях закреплено положение, обязывающее располагать кольцевое сидение вокруг ствола деревьев, так естественный навес кроны защищает горожан от палящего солнца и дождя, а органичное ограждение в виде лавочки защищает корни деревьев от вытаптывания, такими простыми инструментами обеспечивается увеличение притока людей на улицу, растет уровень социального контроля, городские пространства становятся более живыми и безопасными. [Петровская, Агейкин с. 408]

В Европейских кейсах через применение дизайн-кода особое внимание уделяется повышению экологической грамотности горожан и соблюдению привычек экологического поведения. В дизайн-коде Германии прописано обязательное применение урн с возможностью сортировки отходов, в дворовых пространствах контейнеры должны накрываться плотной крышкой и предотвращать распространение неприятных запахов в пространстве города. В Роттердаме дизайн-код диктует установку специально разработанных урн вдоль велосипедных дорожек, позволяющих велосипедистам выбросить мусор непосредственно на ходу, пресекая желание сделать это в неполюженном месте [Петровская, 2018, 411].

Таким образом, примеры применения достаточно простых инструментов дизайн-кода в европейских городах, решают проблемы более глобального характера такие как:

- организация пространства с сохранением уникальной идентичности города, направленное на поддержание единого архитектурного образа, развитие бренда города, увеличение его привлекательности для туристического потока,
- создание безопасного городского пространства, что является хорошим инструментом для значительного замедления оттока городского населения,
- устранение «визуального шума», за счет регламентирования норм установки рекламных конструкций, вывесок и минимизации информационного мусора, за этими мерами следует, отсутствие баннерной слепоты у потребителей и увеличение экономической привлекательности заведений владельцев бизнеса

- уменьшение уровня преступности и рост социального контроля за счет инициации вывода потока людей в городское пространство
- повышение экологической ответственности и экологических привычек.

### 1.2.2 СУЩНОСТЬ ДИЗАЙН-КОДА В КОНТЕКСТЕ ПРОИЗВОДСТВА В РОССИЙСКОЙ ПРАКТИКЕ

В российской практике инструменты дизайн-кода представлены в виде набора разрозненных документов, охватывающих отдельные детали городского пространства, но из-за возросшей в последнее время популярности эргономически и эстетически приятных общественных городских пространств полноценный дизайн-код, генерирующий и объединяющий вокруг себя разобщенные правила по производству качественной среды становится все более востребованным и даже необходимым. Разработка и последующее применение дизайн-кода является инициативой конкретного муниципалитета, поэтому на данный момент дизайн-код имеют очень малое количество городов [Юртаев, 10 городов за 10 лет: где в России появился дизайн-код. Режим доступа: URL: <https://strelkamag.com/ru/article/vosem-gorodov-rossii-gde-za-poslednee-desyat-iletie-rouyavilsya-dizain-kod> дата обращения: 23.05.2021].

Дизайн-код — это проиллюстрированный набор правил, требований и рекомендаций по нормирующий облик города, который принят городскими властями, следящими за его исполнением. [Решение «Об утверждении Правил благоустройства территории городского округа

«Город Белгород» Режим доступа: URL:  
<https://docs.cntd.ru/document/550347457> дата обращения: 23.05.2021]

В России под дизайн-кодом обычно понимают правила размещения вывесок, хотя дизайн-код может определять и то, как выглядит город в целом: какая в нем наружная реклама, как содержать фасады зданий, как развивать облик улиц и общественных пространств, какую ставить уличную мебель и малые архитектурные формы, как выглядит городская навигация, символика и как их применять. [Чертов, Дизайн-коды российских городов. Режим доступа: URL: <https://chelurban.ru/knowledge/design-codes-russia> дата обращения: 23.05.2021]

В российской практике некое подобие дизайн-кода ввел Петр I в процессе строительства Санкт-Петербурга, разрешив исключительно каменное строительство новой столицы. Помимо выбора материала, продиктованного во многом его устойчивостью к нередко бушующим в то время пожарам, император определил петербургский классицизм официальным стилем государственной культуры, это решение утвердило четкую взаимосвязь образа здания и его назначения. Нормы стиля неукоснительно соблюдались государственными институтами и в итоге стиль оказался в основе планирования остальных российских городов, закрепившись в сознании горожан.

Первый документ, названный дизайн-кодом, появился в современной России в 2014 году. По заказу Москомархитектуры студией Артемия Лебедева для Москвы был разработан регламент размещения рекламно-информационных конструкций для нескольких улиц исторического центра столицы, дизайн-код включал в себя архитектурно-художественную концепцию, единые стандарты оформления

объектов инфраструктуры, рекламы, инфографики. Стоит отметить, что раньше в столице действовали правила размещения и содержания информационных конструкций, но комплексно за регулирование этого вопроса взялись впервые.

Следующим дизайн-код появился в Белгороде в 2015 году, он был разработан для 13 улиц и к началу следующего года должен был избавить от визуального шума 46 фасадов. Но действительно работать он начал только в 2019 году и именно тогда, власти города добавили понятие дизайн-кода в правила благоустройства. После всех доработок дизайн-код регулирует расположение и размер вывесок, архитектурное освещение домов, обеспечивая тем самым дополнительное освещение пешеходной зоны, что в свою очередь влечет рост безопасности городского пространства. Покраска существующих зданий в единую цветовую гамму близких оттенков. Создание безбарьерной среды и благоустройства, высадка дополнительных кустарников и растений.

[Руководство вывески Белгорода, Режим доступа: URL: <https://xn--80abcaggebzto1balah1n.xn--p1ai/DesignCodeBelgorod.pdf> дата обращения: 25.05.2021]

Власти города Твери объявили о разработке дизайн-кода только в 2019 году. Однако попытки начать разработку велись с 2015 года, акторы в лице предпринимателей, управленцев и экспертов долгое время не могли прийти к общему решению. В постановлении говорится, что несколько улиц города получают уникальный статус улиц особого городского значения и размещение на них вывесок и рекламных конструкций строго регламентировано. К остальным элементам городского пространства никаких требований не предъявляется. Таким образом мы видим что в Твери инструменты дизайн-кода применяются только к информационным



конструкциям и в узко определенных местах, чего недостаточно для создания комфортного городского пространства. [Постановление № 1237 от 10.10.2019 Администрации города Твери, Режим доступа: URL: <https://www.tver.ru/documents/417236/> дата обращения: 25.05.2021]

В Саратове начали формировать нормы оформления и размещения рекламных элементов в 2017 году, предполагается что это только часть работ по разработке дизайн-кода города, планируется что в последствии дизайн-код будет регламентировать не только наружную рекламу, но и расположение освещения, мощения, навигации и уличной мебели. На данный момент применения дизайн-кода послужило инструментом увеличения потока посетителей и арендных ставок в связи с возросшей привлекательностью фасадов зданий, в которых расположены заведения, соответственно доля налоговых отчислений и экономическая привлекательность выросли. Благодаря очистке пространства города от «визуального шума» удалось сохранить и подчеркнуть аутентичность исторических объектов города, сохранившихся после войны, это способствует развитию туристического потенциала города. Так Саратов движется по пути возвращения уникального визуального городского пространства приятного не только жителям, но и гостям города [Дизайн-код: правила размещения вывесок в городе Саратове, Режим доступа: URL: <http://publishing-vak.ru/file/archive-culture-2020-6/11-kuramshina-sefer.pdf> дата обращения: 25.05.2021].

В Иваново дизайн-код начал действовать в апреле 2019 года. В Разработке документа принимали участие эксперты, предприниматели, горожане и представители мэрии. в дизайн-коде регламентируются принципы размещения рекламных конструкций, их габариты, материалы

из которых они изготавливаются. Дизайн-код устанавливает правила создания комфортного городского пространства для маломобильных групп населения, так регламентировано обязательное наличие пандусов, определенные размеры дверей и тамбуров. Важно отметить, что, отталкиваясь от количества пешеходного и транспортного трафика, временного периода застройки, доминирующему функциональному назначению, улицы всего города разделили на несколько категорий, для каждой из которых, существуют индивидуальные положения дизайн-кода. Наиболее жестко регламентируются элементы благоустройства, расположенные в зоне исторического центра, там, например отсутствуют рекламные билборды крупного формата, эти меры позволяют сохранить единство и уникальность архитектурного стиля города. В микрорайонной застройке правила не такие жесткие, но тем не менее количество рекламы ограничено, проблема беспорядочного размещения вывесок решена, от этого уровень «визуального шума» снижается, соответственно восприятие информации потребителем упрощено, из-за этого повышается прибыль бизнеса, и налоговые отчисления в бюджет [Дизайн-код города Иванова, Режим доступа: URL: <https://xn--80adbv1agb.xn--p1ai/o-gorode/proekty/dizayn-kod-goroda-ivanova/> дата обращения: 26.05.2021].

В конце сентября 2019 года официально утвердили дизайн-код Краснодара, новые методические указания уточняют не только размер и расположение вывесок и информационных конструкций, но и вносят уточнения в такие элементы благоустройства как нестационарные торговые объекты, торговые павильоны, остановки, веранды летних кафе, фасады.

В 2021 году дизайн-код был дополнен такими категориями как парклеты, стоит отметить что это очень современная инициатива, очень простыми инструментами создается микрокластер городского пространства, парклет превращает смежное с тротуаром парковочное место автомобиля в общественное пространство для горожан, в паркете могут располагаться зоны отдыха, веранды летних кафе, зоны с озеленением, стоянки велосипедов и выставки арт-объектов. Создание парклетов финансируется и поддерживается частными организациями, предпринимательским сообществом либо самими жителями, за счет этого каждый парклет приобретает свою уникальную функцию, отражает многогранность творческого потенциала организаций и горожан. Также парклет визуально и ментально выполняет роль буфера, отделяя проезжую часть от пешеходной, делая городское пространство более безопасным, это стимулирует популярность пеших прогулок, велосипедов, самокатов. [Дизайн-код Краснодара, Режим

доступа: URL: <http://metodkrd.ru/page19762662.html>

дата обращения: 26.05.2021] Опыт краснодарского дизайн-кода распространяется на регулирование системы транспортной навигации. Разработка указаний в этой сфере сочетает в себе большое количество аспектов, которые необходимо учесть, например: узнаваемость и уникальность шрифтов и пиктограмм; ассоциативно понятная инфографика; соответствие деталей окружающему городскому ландшафту и архитектурному стилю; функциональная обоснованность расположения информационных объектов. Учет комплекса этих факторов при планировании и реорганизации транспортной системы навигации, ведет к созданию комфортных условий для передвижения и ориентировании людей в городе, своевременно выдавая информацию о

маршруте, при этом не перегружая визуальное пространство города излишним информационным шумом. [ Янчевская С. 27.]

В Якутске в конце 2019 года разработали пробную часть дизайн-кода, действовать она будет только на одной центральной улице города, но внедрять ее в пространство города начнут не раньше 2022. В документе будут затронуты нормы для элементов озеленения, освещения, типов шрифтов для различных уличных вывесок, а также элементы городской навигации, таких как адресные таблички. Есть очень важный аспект, который учли при разработке дизайн-кода Якутска, что разительно отличает его от правил действующих в большинстве остальных городов, это советы по использованию национальных орнаментов и символов в дизайне города, таким образом сохраняется и подчеркивается самобытность, этническая идентичность, городское пространство закрепляется в культурно историческом контексте. Так же впервые в подобном документе заявляется о необходимости размещения арт-объектов на улице, это позволит создать аттракторы горожан, добавить улице дополнительную функцию, помимо пешеходного трафика, наполнить пространство города дополнительными смыслами [Дизайн-код Якутска, Режим доступа:

URL: <https://img.artlebedev.ru/yakutsk/yakutsk-design-code.pdf> дата обращения: 26.05.2021].

## ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1

Исходя из анализа научных работ в сфере междисциплинарных пересечений, рассмотрев различные подходы к понятию город и городское пространство, и проанализировав российский и зарубежный опыт применения дизайн-кода в городах возможно сделать вывод, что городское пространство - это многомерное понятие, понимание которого лежит в плоскостях социологии, антропологии, урбанистики, экономики, семиотики и психологии. Представляет собой совокупность не только физических факторов территории, но и ментальную, психоэмоциональную, смысловую составляющую для горожанина, человек территориально идентифицируется через пространство города. Инструменты дизайн-кода в европейских и российских практиках различаются, ввиду недавнего начала развития в нашей стране, состав элементов входящих в зону регулирования инструментами дизайн-кода гораздо меньше, чем за рубежом, это позволяет производить городские пространства, но недостаточно полно.

## ГЛАВА 2. ЭМПИРИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ПРОИЗВОДСТВА ГОРОДСКОГО ПРОСТРАНСТВА ИНСТРУМЕНТАМИ ДИЗАЙН-КОДА В ЛОКАЦИИ ТЮМЕНИ

### 2.1 ОРГАНИЗАЦИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

#### 2.1.1. ПЛАНИРОВАНИЕ И ПОДГОТОВКА ИССЛЕДОВАНИЯ

Разобравшись с концептом городского пространства в трактовках междисциплинарных пересечений и ознакомившись с сущностью дизайн-кода в контексте производства городского пространства различных стран и городов России, можно перейти к практической части данной работы, а именно анализу результатов полученных после проведению фокус групп.

**Цель** эмпирического исследования – выявить, является ли применение дизайн-кода фактором, улучшающим городское пространство для жителя Тюмени.

#### **Гипотезы:**

1. горожане эмоционально и неосознанно воспринимают городское пространство;
2. городские объекты, регламентируемые и продуцируемые дизайн-кодом, ассоциируются горожанами с комфортным пространством.

#### **Задачи:**

1. выявить объекты, элементы и их свойства, которые по мнению горожан создают комфортное городское пространство;
2. исследовать, какими свойствами должны обладать данные объекты для производства городского пространства;

3. проанализировать, коррелируются ли данные объекты с инструментами дизайн-кода разнообразных мировых практик;
4. утвердить элементы, которые должны входить в дизайн-код Тюмени для производства городского пространства, подходящего для горожанина.

### 2.1.2. ХАРАКТЕРИСТИКИ КЕЙСОВ

Тюмень - центр региона с притоком населения за счет интенсивной миграции жителей Ямало-Ненецкого и Ханты-Мансийского автономных округов. Из-за притока новых жителей, инвестиционной привлекательности недвижимости и в целом динамичном развитии, сферы обслуживания и услуг развиваются достаточно быстро. Результатом экономического благополучия региона стало формирование новых жилых микрорайонов низкого качества строительства и развитие уличного бизнеса. В борьбе за прибыли и внимание потенциального покупателя владельцы бизнеса превышают уровень визуального шума, образ улицы перевоплощается до неузнаваемости. Городская среда становится менее привлекательной, соответственно происходит отток горожан с улиц в шопинг моллы, вместе с этим торговые центры стараются имитировать качественную городскую среду, предлагая клиентам, то чего они не могут получить в уличном пространстве.

Создание безопасной, комфортной, стилистически единой городской среды, за счет использования инструментов дизайн-кода города, позволит также увеличить туристический поток, что, в свою очередь, формирует экономику города.

Для получения более достоверных результатов исследования в качестве кейсов, предлагаемых для обсуждения респондентам, была подобрана наиболее репрезентативная выборка объектов городских пространств для последующего обсуждения. В кейсы вошли пространства, разнообразные по выполняемым для горожан функциям, такими как:

1. объект торговли,
2. заведение общественного питания с прилегающим к нему городским пространством,
3. жилые кварталы и среда благоустройства, относящаяся к ним.

Выбор был сделан именно на этих городских пространствах по определенным факторам, например, в кейсах под номерами 1 (Рисунок 1.1) и 2 (Рисунок 1.2) рассматривались варианты реновации городского пространства, так или иначе выполненные при помощи инструментов дизайн-кода, принятых в российских и зарубежных практиках.



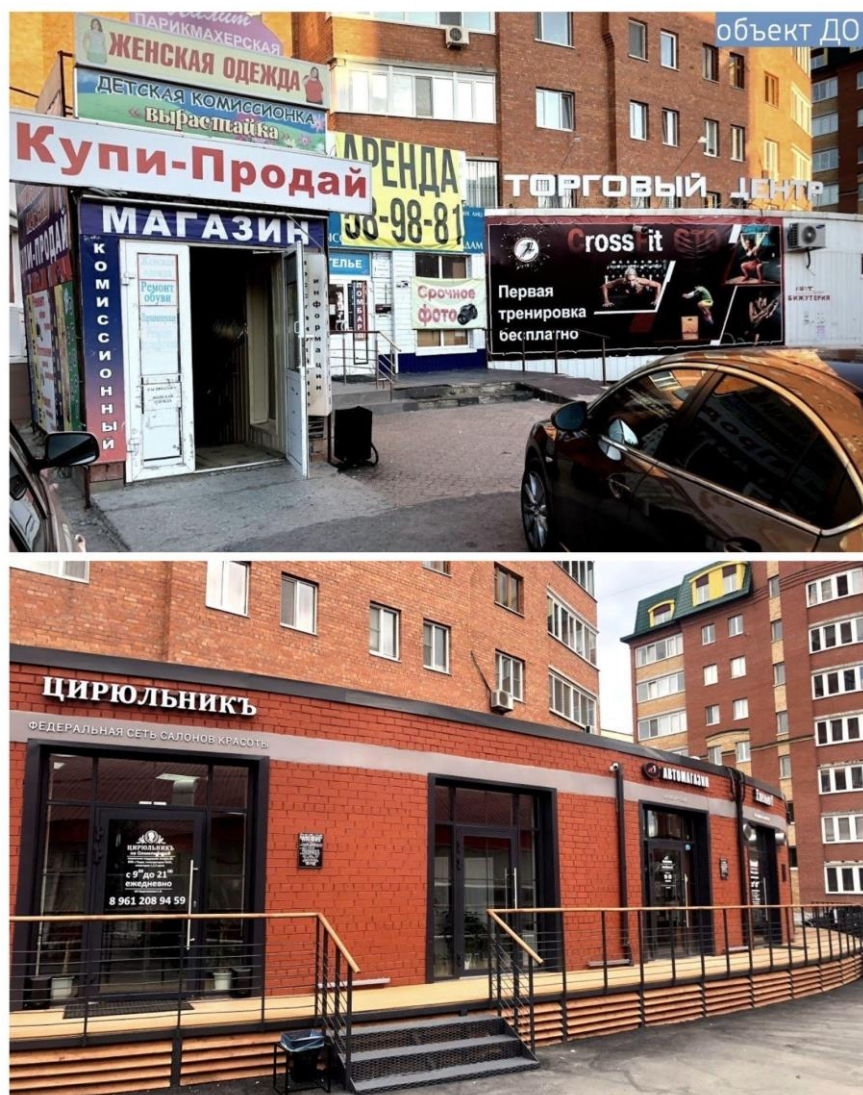


Рисунок 1.1 Кейс № 1, объект с функцией торговли

В качестве первого кейса был выбран пример фасада здания коммерческого назначения, на котором были применены инструменты дизайн-кода, характерного для большинства дизайн-кодов, используемых в российской практике регламентирования городских пространств, а именно, были внесены изменения, касающиеся оформления, размера, материала и расположения вывесок, рекламных и информационных конструкции.

В качестве второго кейса был выбран пример объекта, располагающегося в самом центре города и находящегося на улице с достаточно высоким пешеходным и транспортным трафиком.

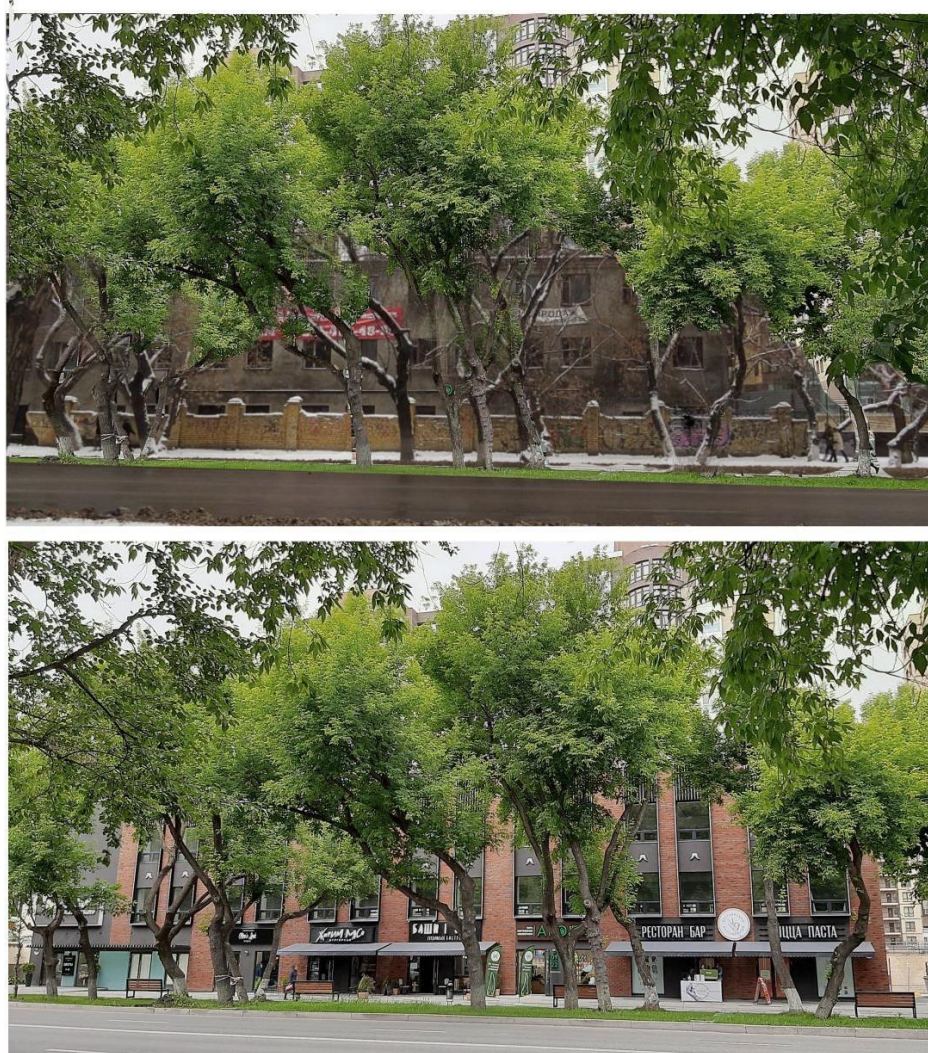


Рисунок 1.2 Кейс № 2, объект с функцией питания

Очень долгое время объект стоял закрытым, полуразрушенным, заброшенным, да еще и огороженным массивным забором. Пространство около этого объекта использовалось исключительно как транзитное. Несколько лет назад данное пространство подверглось реконструкции, в здании располагаются объекты коммерческого назначения, предприятия торговли и питания, забор был убран, территории прилегающая к зданию

облагорожена и физически открыта для использования, на данный момент это место является мощнейшим аттрактором городских жителей, с удовольствием вписывающих его в свои ежедневные практики. Исходя из выводов сделанных в первой главе можно утверждать, что подобные изменения произошли за счет применения инструментов дизайн-кода, пока крайне редко используемых в российской практике, но уже давно применяемых в дизайн-кодах за рубежом.

Для кейса номер 3 (Рисунок 1.3), представляющего собой жилую функцию городского пространства, где произошла реконструкция уже существующего объекта с кардинальным изменением внешнего вида всего жилого комплекса, в Тюмени не существует, поэтому я остановила свой выбор на двух жилых комплексах: ЖК Ново-Патрушево и ЖК Видный. Оба этих объекта схожи по плотности населения, функциональным составляющим около домового пространства, территории расположения, максимальной этажности, а также году постройки и введению в эксплуатацию. На примере этого кейса планируется сделать выводы, какими именно инструментами создается наиболее притягательное городское пространство в категории «жилье».



Рисунок 1.3 Кейс № 3, объект с функцией жилья

Места, послужившие в дальнейшем кейсами для данного исследования, находятся в разных районах города, что позволяет представить данные релевантные для всей Тюмени в целом, независимо от территориальной расположенности пространства в ткани города.

### 2.1.3. МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Была проведен опрос 4 фокус групп, для удобного модерирования беседы и достаточного времени, уделяемого каждому участнику, было принято решение о составе в среднем 6-10 человек в группе, общее

количество участников опроса составило 36 человек. Половозрастной состав, социальное положение и экспертный опыт отличался для наиболее полного представления различных мнений. Принципиальным критерием отбора респондентов было только то, что человек является жителем Тюмени, так как исходя из научной работы, я намерена рассмотреть кейс характерный именно для Тюмени, из-за этого мне необходим был опыт именно жителя, напрямую контактирующего с представленными городскими пространствами.

#### 2.1.4. ПРОВЕДЕНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Первоначально респондентам был задан вопрос максимально не конкретизированного характера, они должны были назвать пространства в городе которые им наиболее комфортны и те которые наиболее отталкивающие и не приятны. Этот пул пространств в дальнейшем позволил выделить основные элементы производящие, то самое комфортное пространство, и понимание критериев их применения. Вопрос о пространствах которые респонденты считают наиболее отталкивающими помог выделить элементы в ткани города, использование и внешний вид которых необходимо регламентировать при дальнейшей разработке дизайн-кода.

Последующие вопросы и рассуждения территориально конкретизировали местность исследования и строились вокруг заранее отобранных и подготовленных изображений определенных городских пространств Тюмени. Респондентом предлагалось сравнить физическое состояние этих пространств, проанализировать свои ощущения от них, желание там находиться, определить кто является «потребителями» предложенных пространств, какие виды взаимодействия возможны с

городским пространством, понять соответствует ли пространство времени, нет ли временного диссонанса при нахождении рядом с этим объектом, отрефлексировать за счет каких элементов складываются их эмоции, какие смыслы они вкладывают.

При помощи этого визуального примера и вопросов заранее подготовленных и прописанных в гиде, а также последующей модерации общения по мере рассуждений при проведении фокус групп были собраны мнения респондентов по поводу их ментально и физического отношение к пространству, а именно: какие решения по внешнему виду пространства помогли создать более качественное городское пространство на физическом уровне восприятия горожан, в том числе, стало ли легче ориентироваться в данном пространстве, уменьшились ли силы и время, прилагаемые на поиск необходимого объекта коммерческого назначения, за счет изменения каких деталей и объектов пространство города изменило свои характеристики и тд. Следующий ряд вопросов раскрывал не только отношение к пространству на уровне физического восприятия, но и определял ментальное, когнитивное отношение горожанина-респондента к предложенному городскому пространству, например: как поменялись эмоции и отношения респондентов в сравнении до и после реконструкции; пользователи, обладающими какими характеристиками, являются целевой аудиторией предложенных к обсуждению пространств, чувствуется ли забота о себе в ситуации нахождения в данном месте, с каким из предложенных вариантов респонденты соизмеряют себя, то есть ассоциируют, и какое из пространств имеет негативную, позитивную либо нейтральную соразмерность для каждого опрошенного респондента и тд.

Логика формулировок вопросов относительно кейсов №1 и №2 была примерно такой же, для начала выделялись элементы, формирующие

позитивное и негативное отношение к предложенному городскому пространству на уровне физического восприятия, затем определялись элементы, выполняющие те же функции, но уже в поле когнитивного применения.

Далее весь пул полученных ответов и интерпретаций анализировался мной для того, чтобы определить за счет изменения и применения каких элементов городское пространство начинает обладать качествами, заметно улучшающими его привлекательность и инклюзивность в ежедневной практике использования горожанами конкретно для Тюмени.

Сопоставив информацию, которая представлена в первой главе данной выпускной квалификационной работы, а также информацию, полученную во время подготовки к написанию работы, и ряда принципиальных элементов, выявленных после опроса и влияющих по мнению респондентов на производство городских пространств, я обнаружила некоторые пересечения ряда принципиальных элементов, что и явилось одним из результатов данного исследования.

## 2.1. ОБРАБОТКА ПОЛУЧЕННЫХ ДАННЫХ И ИХ ИНТЕРПРЕТАЦИЯ

Изучение городского пространства, а тем более цели и задачи, обозначенные ранее для проведения исследования, содержат множество объектов слоев их понимания, и смыслов, наделяемых горожанами. Результатом понимания характеристик качества городского пространства стала интерпретация мнений респондентов, находящихся в нескольких плоскостях их понимания организации городского пространства.

Первый критерий - физические характеристики пространства - это доступность, планировка, физическое состояние здания, доступность тех или иных объектов, все, что связано с некоторыми физическими характеристиками пространства.

Второй критерий, который мы можем исследовать по отношению к пространству, - это практики использования или поведения людей, и здесь нас могут интересовать то, что делают люди в рамках тех или иных городских пространств, как они себя ведут, как они двигаются, какие группы, что делают и чем занимаются. В том или ином общественном пространстве мы можем исследовать представление, знания или идентичность, это то, как люди относятся к городскому пространству, какие выставляют оценки ему, что думают про него, как они его представляют и какое место это городское пространство занимает в их представлении о себе.

### 2.1.1. ОБРАБОТКА РЕЗУЛЬТАТОВ

Все 100 % опрошенных респондентов назвали в качестве пространства, в котором наиболее комфортно находиться, несколько крупных парков Тюмени.

При сравнении двух лесопарковых зон отдыха, а именно Гагаринской роши и Затюменского парка, названными респондентами, не беря во внимание их территориальное расположение, наиболее привлекательным 75 % опрошенных предпочли выбрать затюменский Экопарк, аргументируя свой выбор наличием различных зон функционального назначения, присутствие понятной, но при этом не навязчивой навигации для комфортного перемещения в пространство парка. Также было отмечено



применение нескольких видов мощения дорожных покрытий, которые позволяют выбирать вид своего досуга и передвигаться в пространстве, исключая пересечения и конфликты между велосипедистами и пешеходами.

Рисунок 2.1. Затюменский парк (сверху) и Гагаринская роща (снизу)



Историческая застройка на отрезке улицы Республики от ул. Челюскинцев до краеведческого музея стала излюбленным городским пространством для 46 % опрошенных. Что особенно интересно, была названа именно та часть исторической застройки, на которой частично применены элементы дизайн-кода, а именно регламентированы вывески, таким образом, что не мешают целостному восприятию архитектурно-исторического образа города.

Среди наиболее негативных с точки зрения восприятия респондентов пространств города, были названы крупные новые кластеры жилых

массивов, такие как Пермякова, Широкая, Ватутина, восточный микрорайон, также 30 % опрошенных отметили район КПД, как неблагоприятные городское пространство, из-за его ветхости.



Рисунок 2.2. Район КПД

Двадцать процентов опрошенных сказали о том, что набережная является для них местом ощущения некомфортного восприятия пространства, но при этом Контора Пароходства расположенная на этой самой набережной у многих респондентов попала в список самых комфортных излюбленных мест города.



Рисунок 2.3. Контора пароходства

Также респонденты отмечали среди пространств, вызывающих у них неприятные ощущения и эмоции, отрезок улицы Герцена, и отрезок улицы Республики за мостом Пермякова, в этих местах располагаются рынки с хаотично расположенными вывесками и рекламными конструкциями, респонденты испытывают чувство хаоса и опасности. И при возможности стараются обходить это пространство стороной.



Рисунок 2.4. участок улицы Герцена рядом с ТД Центральный Глядя на изображения кейса №1, респонденты отмечали, что с большим удовольствием посетили данное пространство после того, как к нему применили инструменты дизайн-кода, они указывали на простоту навигации, отсутствие баннерной слепоты, отсутствие визуального шума;

интересен тот факт, что определяя пользователей данного городского пространства, респонденты описывают их как культурных, состоятельных, представительных, «повидавших мир».

Абсолютно диаметрально противоположные мнения складываются у респондентов при виде фотографии до реконструкции - навязчивость и напряженность пространства, а где пользователями выступают маргинальные элементы с низким уровнем культуры. Любопытен и тот факт, что респонденты рассуждают о качестве сервиса и оказываемых услуг по внутренним ощущениям от городского пространства.

При обсуждении кейса №2, респонденты отмечают, что этот фрагмент улицы до реконструкции здания выглядел невзрачно и даже пугающе, он отвергал, отталкивал, чувство опасности проявлялось не только на психологическом уровне, физически страх был обусловлен отсутствием освещения данной территории. Вариант после проведенной реконструкции здания многие респонденты назвали одним из любимых городских пространств. Опрошенные отмечают, что пространство напоминает им европейские улочки, оно способно вытащить человека из повседневной рутины и переместить в совершенно иное пространство, создать настроение не соответствующее протекающей реальности. Респонденты отмечают важность внимания к деталям, фактурно разнообразное мощение и применение мелкоформатной, тактильно осязаемой клинкерной плитки заставляют даже приостановить шаг проходя мимо, тем самым включая человека во взаимодействие с городским пространством.

В кейсе номер три из явных преимуществ жилого комплекса Видный перед жилым комплексом Ново-Патрушева был отмечен ряд элементов позволяющих респондентам сформировать позитивное впечатление от

городского пространства, таких как: обилие озеленения газонов, клумб, цветников использование уже выросших, крупномерных деревьев; минималистичное по насыщению случайными деталями, при этом сочетающее в себе множество функций для разнообразного сценария ежедневных практик горожан, пространство благоустройства; единый стиль домов, наличие архитектурной подсветки, разноэтажная высотность застройки, использование тактильно приятных мелкоформатных материалов отделки, позволяет уйти от ощущения давящей массы жилых домов, пространство становится более «дружелюбным» и открытым к взаимодействию, респонденты отмечают что создается ощущение, что кто-то о тебе позаботился.

Жилой комплекс Ново-Патрушево у ряда респондентов вызывает резко негативные ассоциации, они утверждают что пространство слишкомоднообразно и создает давящий, угнетающий эффект, многие посчитали, что использование настолько ярких, открытых цветов и обилие разностилевых, хаотичных элементов благоустройства выглядит случайно, безвкусно, не уместно, вызывает ощущение спектакля, что ментально диссонируют с функциональным назначением городского пространства, отмечали опрошенные.

Респонденты говорят о том что видят пользователей ЖК Видный как успешных, интересных людей, в то время как жильцы ЖК Ново-Патрушево предстают в их понимании людьми, с невысоким уровнем дохода, культурной бедностью, и недостаточным образованием. Все респонденты единогласно отметили ЖК Видный, как пример городского пространства с жилой функцией который бы они выбрали для жизни

### 2.1.2. РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Для того чтобы утверждать, что городское пространство является комфортным, приятным, притягательным оно должно обладать следующими критериями физического и когнитивного характера: пространство должно удовлетворять потребностям физической доступности, но при этом иметь некую частичную закрытость, которая позволяет на физическом уровне укрыться от агрессивных воздействий природных явлений, таких как ветер, снег и дождь, а на ментальном уровне чувствовать себя более защищенным. Близость природы и наличие элементов озеленения, различных по видовому составу и размеру, в структуре городского пространства делает его более привлекательным для горожанина. Пустое пространство, например набережной, несмотря на близость к водному объекту, за счет своей скудности на деревья и озеленение, не имеющее в себе функционального деления на городской досуг, выполненное в едином монолитном материале со слабо выраженной текстурой, воспринимается уныло и имеет негативные ощущения воспринимаемые горожанами. Применение монолитных материалов, в которых не читаем масштаб (асфальт, штукатурка, покраска), на большой плоскости поверхности отчуждает человека от пространства, он перестает чувствовать свою соразмерность и получает опыт негативной соразмерности, ментально это ощущается как: «я не подхожу этому пространству».

Большие массивы жилых домов, с излишней перегрузкой деталями благоустройства вводят человека в ступор, пугают и не вызывают приятных ассоциаций. В таких пространствах человек не может себя соизмерить. Более понятна горожанину среда исторической застройки,

особенно с регламентированным количеством рекламных конструкций и размером вывесок, такое городское пространство воспринимается цело и не противоречит естественной ткани города.

Наличие обильного количества ничем не регламентированных, стилистически разрозненных рекламных конструкций, вывесок не только затрудняет поиск необходимого предприятия, но и заставляют человека испытывать чувство небезопасности и незащищенности, городские пространства становятся «опасными» в представлении горожан, они стараются обходить их стороной, по более комфортным и безопасным улицам, даже в ущерб своему первоначальному маршруту.

## ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2

Таким образом, после интерпретации результатов исследования, мы можем сделать вывод, что для производства комфортного городского пространства инструментами дизайн-кода, последний должен включать в себя и регламентировать следующие компоненты:

- расположение, материал, размер вывесок, рекламных конструкций, адресных указателей;
- максимальное сохранение природных объектов, разнообразное по размеру и сортам озеленение;
- нестационарные торговые объекты и малые архитектурные формы;
- наличие функционального зонирования пространства для поддержания интересов различных групп горожан;
- соответствие времени;

- использование материалов, со масштабных восприятию и соразмерности человека (брусчатка, кирпич, и тд.);
- разделение потоков тротуаров и дорог, за счет различных текстур покрытий, тем самым минимизация использования заборов;
- архитектурная подсветка зданий и освещение территорий.

Некоторая часть этих компонентов и критериев входит в российские практики применения дизайн-кода городского пространства, но остальная, и большая часть несмотря на то, что не встречается в российских кейсах, уже давно описывалась и применялась в практиках использования инструментов дизайн-кода различных городов Европы.

Опираясь на выявленные элементы при разработке и введении дизайн-кода, можно утверждать что городское пространство производящееся его инструментами достаточно полно отвечает физическим и ментальным потребностям горожан.



## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В данной выпускной квалификационной работе представлены сведения о производстве городского пространства, его концепте и междисциплинарных представлениях, о сущности дизайн-кода и его роли в производстве городского пространства, а также об эмпирическом исследовании проведенном через опрос фокус групп, для выделения конкретных элементов участвующих в производстве городского пространства и выявления особенности производства городского пространства инструментом дизайн-кода для города Тюмени.

Хотелось бы отметить, что цель данной выпускной квалификационной работы, а именно, выявить, является ли применение дизайн-кода фактором, улучшающим городское пространство для жителя Тюмени, была успешно достигнута.

В процессе выполнения данной выпускной работы был произведён анализ зарубежных и отечественных практик использования инструментов дизайн-кода, их влияние на изменение городского пространства и социокультурную жизнь горожан. Через проведение эмпирического исследования, средствами опроса фокус групп, были определены физические и ментальные критерии формирующие негативные и позитивные мнения горожан по отношению к городскому пространству. Были обозначены и артикулированы конкретные элементы, нуждающиеся в применении инструмента, дизайн-кода для производства городского пространства.

Актуальность темы обусловлена необходимостью выявления конкретных элементов, попадающих под правила регламентирования, дизайн-кода для производства городского пространства Тюмени

Для достижения цели, поставленной в данной выпускной квалификационной работе, были выполнены следующие задачи:

- изучены российские и зарубежные практики использования дизайн-кода;
- выявлено какими характеристиками должны обладать инструменты дизайн-кода;
- изучен концепт городского пространства в междисциплинарном представлении;
- проведено эмпирическое исследование, данные которого проанализированы и категоризированы;
- выявлены объекты, элементы и их свойства создающие комфортное городское пространство Тюмени;
- определены элементы необходимые для включения в дизайн-код Тюмени для производства городского пространства подходящего жителям.

В заключении можно сказать о том, что все цели, обозначенные данной квалификационной работой достигнуты, задачи выполнены, гипотезы подтверждены.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Анисимова И.В. Интерпретация визуальных текстов городского пространства // Общество риска: цивилизационный вызов и ответ человечества. Саратов: Научная книга, 2006. С. 150 - 154.
2. Антипин И.А., Казакова Н.В. Концептуальные основы разработки стратегии пространственного развития в муниципальном образовании// Российское предпринимательство. — 2016. — Т. 17. — № 8. — С. 1011–1026.
3. Антонова Н. Л., Абрамова С. Б., Полякова В. В. Право на город: повседневные практики молодежи и партисипация в производстве городского пространства // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2020. № 3. С. 443-462.
4. Бедаш Ю. А., Концепция социального пространства Анри Лефевра // Вестник Томского государственного педагогического университета. — 2012. — Вып. 11 (126), с. 219— 224.
5. Белановский С. А., Глубокое интервью и фокус- группы (3-е издание) // Издательские решения, 2019, 532 с.
6. Богуш Т. А., Ярмош Д. А. Урбанистический шум как социально-экологическая проблема // Минск: БГУ, 2020.
7. Вахштайн В., Социология архитектурного объекта между формальной и практической рациональностью // Журнальный клуб Интелрос » НЛЮ » №121, 2013.

---

8. Верганти Р., Инновации, направляемые дизайном: Как изменить правила конкуренции посредством радикальных смысловых инноваций ДЕЛО // 2018, 384 с.
9. Вилейкис А., Самохвалова Э. Чувство пустоты // GaidLine, 2020, № 6.

10. Галкин В. П., Попов Ю. А., Ноосфера: информационный шум и человеческие качества // Философия культуры в начале третьего тысячелетия: сб.тр. респ. научпратич. конф. // Чебоксары. 2001. С. 21–27
11. Глазычев В. Л. Социально-экологическая интерпретация городской среды // М.: Наука, 1984. — 180 с.
12. Глазычев В. Л. Урбанистика // М.: Европа; Новая площадь, 2008. — 218 с.
13. Глазычев В. Л. Город без границ // М.: Территория будущего, 2011. — 398 с.
14. Горгорова Ю.В. Актуальные проблемы дизайна архитектурной среды. - Ростов-на-Дону: Рост. гос. строит. ун-т , 2014. - 142 с.
15. Гумбрехт Х.-У. Производство присутствия: Чего не может передать значение // М.: НЛО, 2006. 183 с.
16. Иванов П. Городские жители и производство пространства (на примере российских городов) // ИНТЕР.– 2016.– № 11.– С. 5–15.
17. Ильиных С.А., Табарков А.В. Городское пространство: специфика управления // Теория и практика общественного развития. 2015. № 13. С. 11–13.
18. Каракин Н.А. Жизнь в городе приводит к психическим болезням// общество с ограниченной ответственностью "Омега Сайнс" 2018, с. 129-131.
19. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура: Пер. с англ. под науч. ред. О.И. Шкаратана. — М.: ГУ ВШЭ, 2000. — 608 с.
20. Колхас Р. Мусорное пространство. GARAGE, 2015, 84 с.
21. Крашенинников А.В. Социально-пространственная структура пешеходного пространства // Architecture and Modern Information

Technologies. – 2012 Режим доступа: URL: <http://www.marhi.ru/AMIT/2012/4kvart12/krasheninnikov/krasheninnik>, дата обращения: 20.04.2021

22. Курочкин В.А., Экологическая тематика в городском арт-дизайне // Архитектон: известия вузов. - 2013. - 2013.- № 42. URL:[archvuz.ru/2013\\_2/16](http://archvuz.ru/2013_2/16).

23. Куцина, Е.Н., Корнеева, Е.Н. Дезадаптивно-психологические следствия процесса урбанизации // Вопросы психологии. – 2013. - №2. – С. 56-67.

24. Лаврикова Ю.Г. Концептуальные основы пространственного развития регионов // Журнал экономической теории. – 2008. – № 4. – С. 147-162.

25. Лефевр А. Производство пространства. — М.: Strelka Press, 2015, 432 с.

26. Лефевр А. Социальное пространство // Неприкосновенный запас. № 2 (70), 2010. URL: <http://magazines.russ.ru/nz/2010/2/le1-pr.html>

27. Лефевр А. Производство пространства. — М.: Strelka Press, 2015.

28. Линч, К. Образ города // М. : Стройиздат, 1982. – 328 с.

29. Лола Г. Н., Дизайн-код: методология семиотического дискурсивного моделирования // Береста, 2019, 264 с.

30. Маккуайр С. Медийный город: медиа, архитектура и городское пространство // — М:Strelka Press, 2014, 392 с.

31. Махрова А. Г., Голубчиков О. Ю., Российский город в условиях капитализма: социальная трансформация внутригородского пространства // Вестник Московского университета. Серия 5. География. — 2012. — №. 2. — С. 26–31.

32. Машталир Н., Визуальная целостность: дизайн-код в городах России // Режим доступа: URL: <https://xn--80akijuiemcz7e.xn--p1ai/blog/design-code-russia>. 21.05.2021
33. Медведев, И. Р., Разрешение городских конфликтов // Infotropic Media. — 2017.
34. Мельникова В.М., Масталерж Н.А. Принципы разумного урбанизма как концептуальная основа зарубежного градостроительства // 1 вестник СГАСУ. градостроительство и архитектура. Научно-технический журнал выпуск № 1. 2011 с. 31-37.
35. Нефедов В.А., Ландшафтный дизайн и устойчивость среды // Санкт-Петербург: Полиграфист, 2002. 295 с.
36. Парк Р. Избранные очерки: Сб. переводов. // РАН ИНИОН. Центр социал. науч.-информ. исслед. Отд. социологии и социал. психологии; Сост. и пер. с англ. В. Г. Николаев; Отв. ред. Ефременко Д. В. — М., 2011. — 320 с.
37. Петровская Е.И. Градостроительный регламент, средовые коды и критерии качества городского пространства // Международный электронный научно-образовательный журнал «АМІТ». Режим доступа: [http://www.marhi.ru/AMIT/2017/2kvart17/21\\_petrovskaya/index.php](http://www.marhi.ru/AMIT/2017/2kvart17/21_petrovskaya/index.php) (дата обращения: 17.06.2021)
38. Петровская Е.И., Агейкин А.Д. Методика проектирования при формировании комфортной городской среды на территориях реновации (анализ зарубежного опыта) // Круглый стол «Трансформации городского пространства» с. 407-409
39. Петровская Е.И. О методе кодирования «пешеходно-комфортной» городской среды и сочетании центральных и

линейных городских пространств // Architecture and Modern Information Technologies. – 2018. – № 3(44). – С. 392–426.

40. Практика муниципального управления. Землепользование и градостроительство. Как внедрить в городе дизайн-код // Режим доступа: URL: <https://e.munuprav.ru/533532>. 22.05.21.

41. Прохненко В.В., Фактографический анализ дизайнерского освоения среды исторических частей городов // Инженерный вестник Дона, 2015, №1 ч.2  
URL: [ivdon.ru/uploads/article/pdf/IVD\\_113\\_Prohnenko.pdf\\_48749597d2.pdf](http://ivdon.ru/uploads/article/pdf/IVD_113_Prohnenko.pdf_48749597d2.pdf).

42. Пучков М. В., Город и горожане: общественные пространства как модератор поведения людей // Архитектон: известия вузов, 2014, № 45  
URL: [archvuz.ru/2014\\_1/4](http://archvuz.ru/2014_1/4).

43. Ранинский Ю. В.. РЕКОНСТРУКЦИЯ ИСТОРИЧЕСКИХ ГОРОДОВ: ИТОГИ XX СТОЛЕТИЯ // Architecton. - 1993. С. 64.

44. Решение «Об утверждении Правил благоустройства территории городского округа «Город Белгород» Режим доступа: URL: <https://docs.cntd.ru/document/550347457> дата обращения: 23.05.2021

45. Руководство вывески Белгорода, Режим доступа: URL: <https://xn--80abcaggebzto1balah1n.xn--p1ai/DesignCodeBelgorod.pdf> дата обращения: 25.05.2021.

46. Рябова, Е.К., Янковская, Ю.С., Современные тенденции формирования зданий и комплексов архитектурных вузов: зарубежный опыт / Е.К. Рябова, Ю.С. Янковская // Промышленное и гражданское строительство. – 2012. – №4 – с.70-72.

47. Салингарос Н., Анти-архитектура и деконструкция // Триумф нигилизма. Кабинетный ученый, 201

48. Соловьёва Г. Г., Теодор Адорно и его «Эстетическая теория»: современный взгляд // Историко-философский ежегодник. М. ИФ РАН, 2010.С. 145-170.

49. Трушин Г., От Петра I до Артемия Лебедева: как появился дизайн-код городов России // Режим доступа: URL: <https://realty.rbc.ru/news/5fe9e9ce9a794773ce72fdca>. дата обращения: 14.05.21.

50. Филиппов А., Прикладная социология пространства // Социологическое обозрение. Т.8. №3. 2009, 13 с.

51. Филько А. — Изучение феномена города и городского пространства в современных социальных исследованиях (историографический обзор) // Социодинамика. – 2015. – № 7. – С. 51 - 64.

52. Фролов В. В поисках (нового) порядка // Проект балтия 03/13 с. 26-29.

53. Чертов Д., Дизайн-коды российских городов. Режим доступа: URL: <https://chelurban.ru/knowledge/design-codes-russia> дата обращения: 23.05.2021

54. Юртаев А., 10 городов за 10 лет: где в россии появился дизайн-код // Режим доступа: URL: <https://strelkamag.com/ru/article/vosem-gorodov-rossii-gde-za-poslednee-desyat-iletie-poyavilsya-dizain-kod> 23.05.2021.

55. Янчевская, М. А. Дизайн-код транспортной системы навигации // Научная палитра.– Краснодар, 2018. – С. 23-36.

56. Alexander C. Making the Garden by Christopher Alexander // Oxford University Press, 2016,552 p.

57. Attali J. Millennium: winners and losers in the coming world order // New York:Random House, 1991. 132 p.



58. Aureli, P. V. Towards the archipelago. Towards a definition of the political and formal in architecture // Project International, 2013, No. 35, p. 165-205.
59. Cresswell, Tim. Place: a Short Introduction // Wiley, 2013, 778 p.
60. David D., Hemani S. Climax City: Masterplanning and the Complexity of Urban Growth // Routledge, 2019, 228 p.
61. Design Codes – A Practice Manual. Department for Communities and Local Government: London, 2006, 121 p.
62. Elden S. Understanding Henri Lefebvre. Theory and the Possible // London, New York: Continuum, 2004. 272 p.
63. Goodsell C. (1988) The Social Meaning of Civic Space: Studying Political Authority Through Architecture (Studies in Government and Public Policy) // Lawrence: University Press of Kansas.
64. Lefebvre H. The Production of Space // Oxford: Blackwell, 1991. 454 p.
65. Lefebvre H. Critique of Everyday Life. Volume One // London: Verso, 1991, 283 p.
66. Linov V., What kind of ‘design code’ do we need? // Project baltia, 2013, 139 p.
67. Low Setha. (2005) The Politics of Public Space // New York: Routledge.
68. Marrisfield A. Henri Lefebvre: A socialist in space. In: Crang M. and Thrift N. (Ed.) Thinking space // New York, London: Routledge, 2000. P. 167–182.
69. Mumford L. The Culture of Cities. – N.Y.: Harvest Books, 1970, 640 p.

70. Muntanola, J. Dialogia placeness: architecture, semiotics and social sciences/ J. Muntanola // Union Internationale des Architectes: Barcelona'96. – eds UPC, 1997. – 200 p.

71. Pellegrino, P. La semiotique generative des espaces urbains / P. Pellegrino // The man and the city: spaces, forms, meanings. V.I. – Ekaterinburg: Architecton, 1998. – p. 45–57.

72. Rotenberg R. L., (1993) The Cultural Meaning of Urban Space // Westport: Greenwood Publishing Group, Inc.

73. Salinger N. A., Twelve lectures on architecture // Algorithmic sustainable design, Solingen, 2010, 284 p.

74. Shields R., Places on the margin: Alternative geographies of modernity // Psychology Press, 1992, 272 p.

75. Wolfgang J. Mommsen, The Political and Social Theory of Max Weber // University of Chicago Press, 1992, p.246.

76. Yovlev V., Architectural Space as a Search of the Mental Energy // Knowledge and Architecture. The architecture of in - difference. III Congress International Architectura 3000. // Barcelona: Khora II, 2004. - №6. - p. 101.

## ПРИЛОЖЕНИЯ

## Приложение 1

Гайд опроса для проведения фокус групп:

1. Какие пространства в городе Тюмени наиболее комфортны для вас?
2. Какие пространства в городе Тюмени вы считаете самыми красивыми? Почему?
3. Какие пространства в городе Тюмени вы считаете наиболее отталкивающими? Почему?

Фото кейса №1, вывески на фасаде дома по ул. Пермякова



Рисунок 2.1. Фото кейса № 1



Рисунок 2.2. Фото кейса № 1

6. Какими характеристиками обладает это пространство?
7. Какие эмоции вы испытываете, глядя на это пространство, хочется ли вам в нем находиться?
8. Хотели бы вы оказаться в этом пространстве?
9. Как вы думаете, как это пространство используется? Кто пользователи?
10. является ли это пространство безопасным?
11. какому временному отрезку соответствует это пространству, вызывает ли временной диссонанс?
12. Встречали ли вы подобное пространство в других городах/странах? Назовите его.

### Приложение 3

13. Как вы считаете, за счет каких элементов достигается эта “приятность” нахождения

14. чувствуете ли вы заботу о себе?

Фото кейса №2, реконструированное пространство по ул. Горького



Рисунок 3.1. Фото кейса № 2



Рисунок 3.2. Фото кейса № 2

6. Какими характеристиками обладает это пространство?
7. Какие эмоции вы испытываете, глядя на это пространство, хочется ли вам в нем находиться?
8. Хотели бы вы оказаться в этом пространстве?
9. Как вы думаете, как это пространство используется? Кто пользователи?
10. является ли это пространство безопасным?
11. какому временному отрезку соответствует это пространству, вызывает ли временной диссонанс?

12. Встречали ли вы подобное пространство в других городах/странах? Назовите его.

13. Как вы считаете, за счет каких элементов достигается эта “приятность” нахождения

14. чувствуете ли вы заботу о себе?

Фото кейса №3, сравнение жилых комплексов, на примере ЖК Видный и ЖК Ново-Патрушево



Рисунок 4.1. Фото кейса № 3





Рисунок 4.1. Фото кейса № 3

6. Какими характеристиками обладает это пространство?
7. Какие эмоции вы испытываете, глядя на это пространство, хочется ли вам в нем находиться?
8. Хотели бы вы оказаться в этом пространстве?

9. Как вы думаете, как это пространство используется? Кто пользователи?
10. является ли это пространство безопасным?
11. какому временному отрезку соответствует это пространству, вызывает ли временной диссонанс?
12. Встречали ли вы подобное пространство в других городах/странах? Назовите его.
13. Как вы считаете, за счет каких элементов достигается эта “приятность” нахождения
14. чувствуете ли вы заботу о себе?