

## **ЗЕЛЕНА ІНФРАСТРУКТУРА МІСЬКОГО СЕРЕДОВИЩА: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ**

*Стріляна М.О.*

*Науковий керівник – Сосницький Ю.О., канд. мистецтв.*

Зелена інфраструктура – широкий термін, що позначає мережу зелених просторів і водойм, що знаходяться в межах «сірої інфраструктури» - зони міських будівель. Вона складається із зелених ділянок і коридорів, пов'язаних з більш широким ландшафтом за межами міста. Ці ділянки і коридори знаходяться в житлових, комерційних і торговельних зонах; це можуть бути парки, сади, вуличні дерева, сади на даху, зелені стіни, річки і ставки.

Основна причина інтересу до зеленої інфраструктурі в світі - це бажання зробити місто більш сприятливим місцем для життя. Дослідження, історичні свідчення і безпосередній досвід наочно демонструють важливу роль зеленої інфраструктури в поліпшенні умов міської життя. Добре розроблена, комплексна зелена інфраструктура покращує умови життя, залучає людей, сприяє розвитку торгівлі, підвищує вартість нерухомості, знижує рівень злочинності і призводить до більшої соціальної згуртованості - чим краще місце, тим краще в ньому люди.

Мета: створення широкої дискусійного майданчика для організації обміну інформацією та досвідом з питань зеленої інфраструктури, як застави сприятливих умов життя в містах; сприяння практичній реалізації формуванню «зеленої» міської політики.

Наукова новизна: термін «зелена інфраструктура» - новий, проте її ідеї існують давно. Концепції «зеленої інфраструктури» передувала ідея «зелених коридорів». Основними завданнями «зелених коридорів» є:

- формування доступною комфортного середовища
- зв'язок з природною природою за рахунок варіативної насиченості міських зелених територій флорою і фауною, властивої даної місцевості.

Результати: оцінка сучасного стану насаджень виявила систематично знижуючись частку озеленення загального користування, високий відсоток старовікових насаджень, зниження показника відносного життєвого стану рослин під впливом стресів урбанізації. Позитивною тенденцією є розширення асортименту при реконструкції об'єктів, резервування земель для зеленого будівництва

Висновок: для збереження екологічного балансу, комфортності міського середовища потрібен постійний контроль і на його основі,

підтримання високої якості, що може бути забезпечено в результаті моніторингу адвентивного компонента флори міста.

## **ВІЗУАЛЬНИЙ ШУМ В АРХІТЕКТУРНОМУ ПРОСТОРІ МІСТА**

*Дяденчук Л.В.*

*Науковий керівник – Сосницький Ю.О., канд. мистецтв.*

В сучасному світі все частіше постає питання пристосування реклами в рамках архітектури. Знаходячись кожного дня в великому місті, людина оточує себе різноманітністю візуальних об'єктів, фокусуючи свій погляд на змінні форм, кольорі та ритму. Нагромадженість цих образів негативно впливає не тільки на свідомість людини, але і приховує ту історичну цінність, яку складає архітектура міста. Окрім цього, багатогранні варіації реклами не постають у вирашному світлі, напротив – вони затьмарюють один одного. На даний час відсутній контроль за тим, як реклама вписується в міське середовище. Це явище називають – візуальний шум.

Візуальний шум – це нагромадження, хаотичне розміщення різноманітних банерів, вивісок і т.д., що псує сприймання фасаду будівлі. Повний відказ від реклами наврядчи можливий. Але що можливо зробити в такій ситуації – це слідування дизайн-коду.

Дизайн-код – це правила та рекомендації, з допомогою яких можна сформулювати стилістично єдиний, комфортний міський простір. Тобто, це документ, який поясняє, як розмішувати вивіски, кіоски та інше, якого формату та розміру вони повинні бути. Дизайн-код повинен знизити візуальний шум, повернути місту візуальну чистоту. Місто за допомогою дизайн-коду зможе підвисити якість простору, позбутись баннерів на весь фасад будівлі. Він допоможе зберегти архітектурну цінність історичних будівель, котрі раніше були завішені різноманітними рекламними вивісками. Дизайн-код регулює матеріали, параметри та місце розташування реклами. Та для кожного місця матеріали та розміщення підбираються індивідуально. Та для кожного міста створюється свій дизайн-код, щоб підкреслити його індивідуальність.

На сьогодні майже кожне місто світу будується за правилами розміщення вивісок, і іноді у кожного району, а то бодай и дому існує своє правило. Так, наприклад, у Нью-Йорці вже майже 100 років діють регламенти, котрі регулюють параметри карнизів, вікон і т.д.

Основними принципами при розташуванні реклами повинні стати:

- Збереження архітектурно-художнього вигляду споруди;
- Створення комфортного візуального простору