

ЯК ДОСЛІДЖУВАТИ ПУБЛІЧНІ ПРОСТОРИ В УКРАЇНІ:

Н
а
п
р
я
м
и

м
е
т
о
д
и



Цей посібник створено за підтримки [Фонду ім. Гайнріха Бьолля](#), Бюро Київ — Україна.

Інформаційний партнер проекту:
Консультаційні партнери проекту:

[Часопис "Про|стір" \(журнал "Про|странство"\)](#)
[Pro.UD Універсальний дизайн](#), Олена Іванова, Софія Брем
Тарас Казанцев, засновник проекту [ULand Online](#)
Віталій Биков

Ідея проекту:
Координаторка проекту:
Автори текстів:

[Студія "Перехрестя"](#)
Оксана Кушніренко
Алла Петренко-Лисак
Олександр Шутюк
Оксана Кушніренко
Олена Зублевич
Дар'я Трапезнікова

Редакційне оформлення посібника:

Як досліджувати публічні простори в Україні: напрями і методи. Практичний посібник / Кушніренко О., Петренко-Лисак А., Шутюк О. - К.: ВАДЕКС, 2020. - 38 с.
ISBN 978-966-9725-67-7

Цей посібник буде корисний:

- 1) міським органам влади та комунальним підприємствам, відповідальним за облаштування публічних просторів міста;
- 2) громадським активістам;
- 3) організаціям громадянського суспільства, що займаються питаннями екології, освіти, громадського здоров'я, міського розвитку, спроможності громад та інші;
- 4) студентам закладів вищої освіти та слухачам освітніх проектів з урбаністики;
- 5) науковцям та дослідникам.

Посібник має на меті надати прості та зручні у використанні інструкції про методи дослідження публічних просторів. Ці методи є базисом для розуміння певних територій міста та потреб його користувачів. Багато аспектів та методів, що також можна використати, не були включені до цього тексту, оскільки метою посібника було формування початкового розуміння та стимулювання "перших кроків" у дослідженнях публічних просторів перед проектуванням. У випадку, якщо у вас виникнуть будь-які запитання стосовно цього посібника, описаних в ньому методів та з питань партнерства, ви можете написати за адресою: crossroads.ua@gmail.com.

УДК 911.375.62+001.891
Я44

ISBN 978-966-9725-67-7



Видавець ТОВ «ВАДЕКС»
04074, м. Київ, вул. Бережанська 9
тел. 067 502-22-42
сайт: <https://vadex.com.ua/>
Свідоцтво про внесення до Державного реєстру України
суб'єктів видавничої справи ДК No 4285 від 27.03.2012 р.

ВСТУП

Чому важливо проводити передпроектні дослідження Яких параметрів публічного простору не стосуються ці дослідження

Якщо намагатися провести межу між публічними та непублічними просторами, в певний момент складеться враження, що майже вся територія міста належить до перших. Звісно, це трохи перебільшене відчуття, але чимало міських територій справді так чи інакше є публічними.

У таких місцях зустрічається велика кількість різноманітних за віком, гендером, професією та вподобаннями людей, тим самим формуючи ідентичність і різноманіття кожного міста. Для таких просторів не може бути універсальних рішень на всі випадки. Вони різні, і ними користуються різні люди.

Саме розуміння цього розмаїття, вміння проаналізувати його та правильно зібрати пазл "людина-простір" допомагає створювати публічні місця, які водночас зручні для багатьох користувачів і відповідають сталим принципам розвитку міст.

Цей посібник доволі простий у використанні. Детальний опис методів дозволяє використовувати їх у зручній манері.

Книга складається із кількох розділів:

➕ вступної частини, що пояснює, як користуватися наведеними інструкціями та до яких ситуацій вони можуть бути застосовані;

➕ розділу, що окреслює межі та пояснює, що саме розуміється під поняттям "публічні простори"; двох великих блоків: "Вивчаємо людей" і "Вивчаємо простори";

➕ розділу, що описує успішні приклади проведення передпроектних досліджень в Україні.

Перший блок допомагає зрозуміти та визначити, хто є користувачем простору та хто може ним бути, розповідає як зрозуміти та досліджувати потреби користувачів (стейкхолдерів) і аналізувати їхнє сприйняття простору. Отримані дані дозволяють окреслити коло користувачів простору та формувати проект відповідно до їхніх потреб.

Другий блок стосується безпосередньо фізичної території міста. У ньому викладені інструкції з дослідження економіки публічних просторів (витрат на утримання, впливу на локальний бізнес тощо), його зручності, безпечності й комфорту (зокрема посилення та інструкції з користування спеціальним скриптом для створення теплових карт). Також запропоновані методи аналізу зв'язаності середовища та його доступності для маломобільних груп населення, методи базового аналізу наявних зелених зон і водойм.

Обмеження

Важливо розуміти, що наведені методи стосуються досліджень, які охоплюють не весь простір міста. Вони мають чітку локалізацію у публічному просторі чи його частині. У деяких випадках для кращого розуміння контексту дослідження можуть виходити за межі простору, але навіть тоді вони не охоплюють усе місто чи район. Це не повний просторовий та урбан-аналіз.

Вивчення транспортних потоків до впровадження політик паркування, глибинний аналіз дорожньо-транспортних пригод і загалом безпечності інфраструктури, інші методи — це окремі багаторівневі дослідження. Вони варті ще одного посібника та сфокусовані більше на інфраструктурі, ніж безпосередньо на людському сприйнятті. Тому вони свідомо не були включені до цього посібника. Наприкінці можна знайти перелік корисних посилань на матеріали, що допоможуть вам поглибити свої знання про дослідження публічних просторів. Бажаємо вам наснаги створювати нові, сталі та якісні публічні простори!

**Що таке
публічні простори?**



ЩО ТАКЕ ПУБЛІЧНІ ПРОСТОРИ?

Одне з перших питань, яке постає перед дослідником у будь-якій сфері пізнання, стосується предмету його дослідження: **що вивчається?** Способи дослідження, запропоновані у цьому посібнику, не є ідеалом та єдиними можливими варіантами, але є базовими. Головне, що без розуміння предмету дослідження (в нашому випадку того, що таке публічний простір) неможливо застосувати їх ефективно. Тому спочатку трохи теорії.

У 2010 році американський дослідник **Закарія Ніл**, асоційований професор Університету штату Мічиган, написав статтю «Пошук спільної точки зору: три перспективи погляду на публічний простір» ([«Seeking common ground: three perspectives on public space»](#)), в якій він описує підходи до розуміння та визначення публічних просторів.

Перший підхід розглядає публічні простори з точки зору економіки та права і шукає відповіді на конкретні питання: що таке публічні простори, кому вони належать і хто за них платить? Другий, соціально-просторовий акцентує більше уваги на дизайні та використанні: як виглядають простори та як вони використовуються? Політичний підхід оцінює роль публічних просторів у розвитку та підтримці демократії — і абстрактно, як майданчик для політичної дискусії, і конкретно, як місце для ізоляції чи посилення впливу.

Передпроектні дослідження публічних просторів, викладені у цьому посібнику, здебільшого орієнтовані на другий, соціально-просторовий аспект. Тут ми стикаємося безпосередньо із дизайном та облаштуванням наявного простору, з потребами та вимогами наявних і майбутніх користувачів.

Публічні простори — це не просто міський благоустрій, бо поняття стосується не лише дизайну. Важливою складовою є люди, які будуть використовувати цей простір. Адже вони не лише пасивні відвідувачі: своєю присутністю та поведінкою вони є співтворцями цього простору та роблять його унікальним.

Тож перед тим як братися за (пере)облаштування чи створення публічних просторів, варто подумати та визначитися, по-перше, **з яким простором ви вже взаємодієте, або який саме простір для вас є бажаним**, і по-друге, **для яких саме груп людей** ви хочете зробити чи покращити простір, що вже існує. Звучить надто теоретично, але це лише на перший погляд. Адже без гарної теорії будь-яка практика ризикує стати лише розробкою, яка згодом викликати претензії або стане досконалим непотребом без позитивного впливу.

Будь-який проект публічного простору мусить пройти крізь фільтр (по)розуміння: чи прагнемо ми зробити буденне життя людей, які пов'язані з цим простором, кращим і зручнішим, чи творимо ми справді доступне

середовище, чи просто прикрашаємо місце для нащадків і туристів?

При проектуванні простору не слід побоюватися на перший погляд "фантастичних" ідей, адже часто саме вони покладаються в основу інновацій, оригінальних рішень та успішних локальних кейсів. Головне — знайти спосіб/варіанти їхнього втілення, навіть якщо не в оригінальній пропозиції, то як мінімум у наближеній формі. Це значить, що під час пошуку оригінальних ідей можна використовувати креативні методики, які здатні породити нові пропозиції, що надалі будуть опрацьовані професійними дизайнерами та проектувальниками. Креативні ідеї, загорнуті в лаконічний дизайн, можуть сформувати унікальний та привабливий простір.

У літературі з облаштування просторів у поселеннях і між ними ви можете зустріти наступні визначення: **публічні (public); громадські (civil); відкриті (open); спільні (common) простори**. Зазначимо, що це не просто набір синонімів назви одного й того самого. З точки зору соціології це, насправді, дещо різні простори. Відмінні вони передусім тим, що відповідають різним соціальним типам користувачів. Тобто у кожного типу простору є свій тип людей, і навпаки, різні типи людей потребують різних просторів.

Публічні простори — простори, де формою соціальної присутності є публіка.

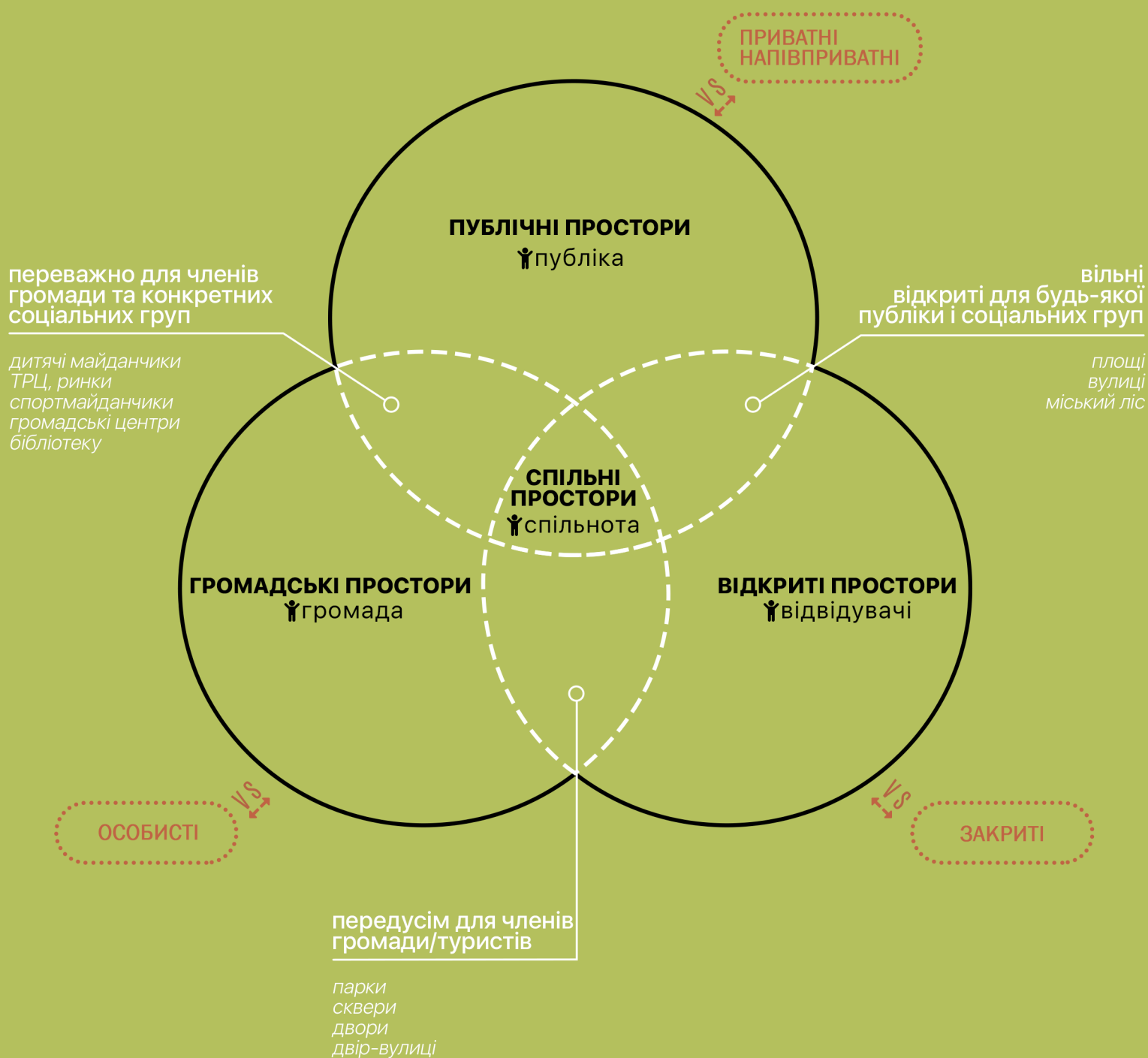
Це велика кількість людей, які виконують конкретні соціальні ролі (бізнесові, споживацькі, буденні, керівні, сімейні тощо), також це люди-незнайомці, що знаходяться «на виду» один у одного й або мимоволі спостерігають один за одним, або ж уникають цього. Протилежністю публічному простору є приватні та напівприватні простори.

Є громадські простори — це простори, сутність яких передусім визначає місцева **громада** (сусідство, локальний бізнес). Вона має на нього легітимізовані права та виконує ті чи інші обов'язки з облаштування та збереження даного простору. Протилежністю громадським є особистісні простори, радикально приватні.

Відкриті простори дозволено вільно відвідувати будь-кому та в будь-який час, без будь-яких чітких правил. Їхній дизайн не пропонує жодних конкретних практик, часто такі простори стають транзитними. Люди тут імовірно є **відвідувачами, перехожими**. Протилежними відкритим є закриті простори, доступ до яких жорстко обмежений правом власності та законом.

Усі ці типи просторів об'єднує поняття спільних просторів для груп людей, які відчують спільність, своєрідне публічне єднання, вільне право на власне самовираження та присутність у просторі, інклюзивність самого простору та свободу дій у ньому.

СХЕМА ПРОСТОРІВ



У нашому посібнику ми послуговуватимемося поняттям **«публічні простори»**, адже зосереджені саме на таких особливостях і складових соціального простору як спільні. Ідеться про моменти, коли люди є не стільки громадою, скільки публікою — змішаною та доволі нестабільною соціальною групою, що представлена виконавцями певних соціальних ролей (влада, бізнес, мешканці, просто інші люди). Відповідно до своїх ролей вони потребують сталості, доступності й універсальності.

У межах цього посібника ми покажемо, як досліджувати **публічні простори**, розділяючи методи дослідження **фізичних і соціальних просторів**. Адже завжди варто чітко покладатися на те, що саме постає об'єктом вивчення — люди чи власне простір.

З точки зору переліку фізичних просторів ми спиратимемося на типологію UN-Habitat — програми ООН, присвяченої сталому розвитку міст. У ній виділяється три групи просторів:

1) вулиці як публічні простори, серед яких власне вулиці, авеню, бульвари, алеї, площі, тротуари, пасажі, галереї та велосипедні шляхи;

2) відкриті публічні простори: парки, сади, сквери, ігрові майданчики, публічні пляжі, береги річок і набережні;

3) публічні міські об'єкти інфраструктури: бібліотеки, громадські центри, муніципальні ринки, базари, спортивні об'єкти інфраструктури чи благоустрою, зокрема дитячі майданчики.

При описі кожного з цих типів просторів UN-Habitat виділяє безоплатність як їхній ключовий критерій.

Окрім вищезазначених, до публічних просторів в Україні можна також зарахувати двори, міждворові території (так звані двір-вулиці) та стихійні парковки і «гаражі».

 **Західноавстралійський Департамент спорту та рекреації виділяє зелені зони для відпочинку та природні зони. Перші призначені для гри, спілкування, занять спортом, святкувань або інших заходів. Другі ж є захищеними природними зонами, де люди можуть знайомитися з місцевим біорізноманіттям із мінімальним втручанням у екосистему. Такий розподіл можна застосовувати і в Україні, щоби по-різному підходити до проектування простору.**

Соціальним простором у нашому посібнику ми вважатимемо матеріальну та духовну складові людського буття у фізичному просторі (з урахуванням інших людей і результатів їхньої життєдіяльності), зокрема спілкування, людську активність і систему прав та обов'язків.

Що може бути досліджене в публічних просторах?

По-перше, **населення/люди** — демографічні (вік, стать, освіта, проживання, сімейний стан, фінансове становище, трудова зайнятість), історичні (корінні чи приїхали — звідки, коли), культурні аспекти (цінності).

По-друге, **територія** — її географічні, історичні, адміністративні, економічні та інформаційні межі.

По-третє, **соціально-психологічна ідентифікація** — виражена у людей приналежність до даної території, відчуття відповідальності перед місцевою спільнотою, самовизначення, спільність цінностей, емоційний зв'язок.

По-четверте, **соціальна взаємодія** — сусідські відносини, спільні норми та правила поведінки, взаємні послуги, організовані взаємодії, способи управління та комунікацій.

Серед зазначених параметрів (люди, територія, ідентифікація, взаємодія) варто обрати лише ті, які є важливими для вирішення поставлених завдань. Це значить, що варто провести брейншторм і розкласти по полицях свої запитання.

Чи ми хочемо змінити *поведінку людей*? Тоді нам треба дізнатися, ким уже є ці люди. Чи ми хочемо змінити *простір* а з ним — і *поведінку людей*? Тоді нам треба з'ясувати, що ж ці люди у цьому просторі вже роблять. Чи хочемо ми запропонувати *людям цінності*? Тоді ми експериментуємо із простором. Чи ми просто хочемо зробити *гарний простір* і отримати купу вражень від людей? Тоді ми досліджуємо, яким він наразі є. Чи, можливо, ми прагнемо зберегти й увічнити простір? Звісно, що тоді ми занурюємось у вивчення історії та людей у цьому просторі.

Отже, перед тим як обрати метод дослідження, обов'язково зверніть увагу на дослідницькі питання. Вони підкажуть, яку саме інформацію ви отримаєте, якщо застосуєте той чи інший метод.

Вивчаємо людей



ВИВЧАЄМО ЛЮДЕЙ

Хто такі стейкхолдери та для чого їх вивчати

Стейкхолдери — це зацікавлені чи причетні до трансформації/проектування публічного простору людина, група осіб або організації, чії дії, поведінка або рішення можуть впливати постійно чи одноразово на успішність проекту (на зміст, терміни, обсяг і тип робіт, бюджет та якість).

Це конкретні особи чи організації, які хочуть, щоби при облаштуванні публічного простору враховувались їхні інтереси та задовольнялися певні потреби. Треба переконатися, що їхні очікування узгоджуються з реалізованими рішеннями.

Стейкхолдерами можуть бути:



ті, хто активно залучений до проекту та працює в ньому (натхненник(и), проектна команда, спонсор(и), керівний «комітет», місцеві активісти, митці, експерти тощо)



ті, на чий інтереси може вплинути проект і хто буде користуватися його результатами (замовники — місцева громада, власники бізнесу та їхні співробітники, бізнес-партнери, клієнти, споживачі/покупці тощо)



ті, хто до проекту не залучений, але може на нього впливати через своє положення або професійну діяльність (місцеві мешканці, туристи, інвестори/меценати, регулюючі державні/муніципальні органи тощо)

Завдання дослідження стейкхолдерів — виявити ключових для проекту трансформації/створення публічного простору осіб (груп) і керувати їхнім впливом так, щоби знизити його негативні наслідки та посилити позитивні. По суті, треба керувати стейкхолдерами так, щоби проект трансформації/створення публічного простору став успішним.



Стейкхолдери розподіляються не за їхніми ролями, а за їхнім відношенням до простору.

Одним із методів аналізу є створення **матриці стейкхолдерів**.

Процедура така:

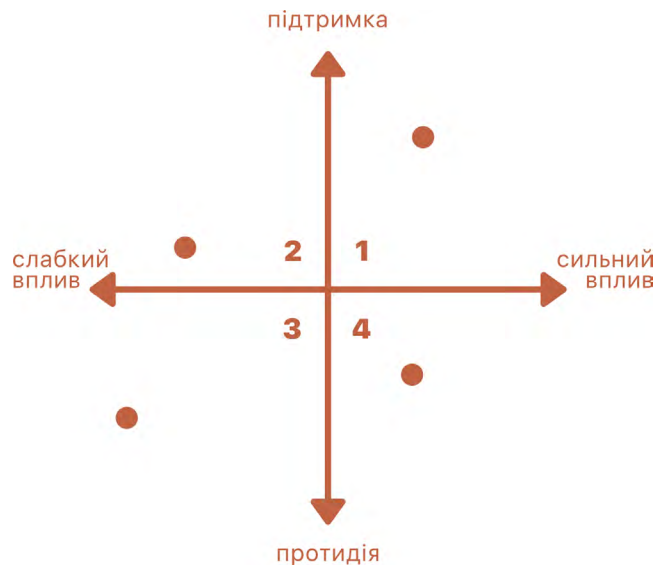
Крок 1.

Складаємо список стейкхолдерів — тих людей або груп, які нам важливі та яких нам не оминати.

Крок 2.

Класифікуємо стейкхолдерів за їхнім впливом на проект і зацікавленістю у ньому.

Робимо це у системі координат, де **горизонтальна вісь** — вплив стейкхолдерів на проект, від сильного до слабого; **вертикальна вісь** — ставлення стейкхолдерів до проекту, від підтримки до протидії.



Ці вісі утворюють чотири зони, до кожної з яких нерівномірно «потрапить» певна частина стейкхолдерів. Зрештою, мають утворитися такі «хмарки із крапочок», кожна з яких позначатиме певного стейкхолдера і його потенційну чи реальну роль. Конкретна позначка має бути максимально віддаленою чи навпаки наближеною до центру чи краю вісі залежно від значущості відношення стейкхолдера до простору. Можна розрізнити стейкхолдерів за спільними кольорами (влада, бізнес, місцеві мешканці, інші).

Хто в якій зоні має опинитися?

Зона 1: ті, хто приносить позитив, упевненість, спокій; це зосередження рухомої сили проекту; це ті, хто потребує активного управління. Не можна допустити переходу стейкхолдерів із зони 1 до інших.



Тут має бути команда проекту, замовники та зацікавлені особи, групи, організації. Тут має опинитися спонсор. Якщо він не потрапив у зону 1, то проект ризикує бути коротким і невпевненим.

Стратегічне гасло зони 1: «Активно керувати та не втрачати!».

Зона 2: ті, хто радо підтримує проект, але не має на нього сильного впливу: симпатичні, прихильники, потенційні активісти.

Основна стратегія роботи зі стейкхолдерами зони 2: «Тримати в курсі та в тонусі!».

Зона 3: слабкі противники проекту — їхня протидія сильна, але можливості впливу незначні. Їх варто тримати у полі зору; стратегічно важливо перевести їх до зони 2 (ймовірно, ці люди просто не розуміють своїх вигод від проекту, допоможіть їм їх побачити). Основне гасло зони 3: «Не нехтувати!».

Зона 4: небезпечні особи, групи, організації (вороги проекту); тут варто діяти гуртом, спільними зусиллями зон 1 і 2.

Стратегія зони 4: «Бути готовим до небезпек і випереджати!».

Мігруючий стейкхолдер — досить впливовий, утім, до проекту ставиться майже нейтрально. через свою нестійкість є носієм потенційних ризиків і потребує додаткового пропрацювання. є ризик, що він перетвориться на ворога проекту.

Крок 3.

Виробляємо план дій — визначаємо, як саме впливати- мемо на кожного стейкхолдера залежно від того, в якій він зоні, та з урахуванням внутрішніх умов проекту.

Питання, які потребують відповідей:

У чому зацікавлений стейкхолдер? Якими є його цілі у проєкті?

Як зміниться життя стейкхолдера, якщо проєкт буде успішним? А якщо неуспішним?

Чому стейкхолдер опинився у цій зоні? Чи є можливість/ризик перевести його до іншої?

Як стейкхолдер може допомогти/завадити проєкту?

Як не дати нашкодити ї, якщо це вже сталося, як нейтралізувати наслідки?

мм Як посилити позитивний вплив стейкхолдера?

План дій готовий ->

Крок 4.

Робота зі стейкхолдерами.

Крок 5.

Регулярно оновлюємо матрицю (адже можуть з'являтися нові стейкхолдери, а старі — переходити до інших зон або взагалі зникати).

Передусім визначаємо особливості користувачів простору.

✚ **Реальні користувачі** — це ті, хто вже взаємодіє з публічним простором; важливі в разі його трансформації.

✚ **Потенційні користувачі** — це ймовірні, очікувані після перетворень, тобто важливі рівною мірою при трансформації та проектуванні публічного простору.

✚ **Бажані користувачі** — затребувані стейкхолдерами, ті, кого є бажання залучити: важливі передусім при проектуванні публічного простору, втім, можуть бути і запитом при трансформації.

Небажаних користувачів бути не може! маємо враховувати, що публічними просторами мають право користуватися фактично всі соціальні групи, зокрема і стигматизовані категорії містян, як то безхатченки, молодіжні компанії, представники субкультур (художники, музиканти, трейсери (займаються паркурм), скейтери, учасники протестних рухів тощо)

Тепер відзначимо для себе й потенційних інвесторів часу та грошей, що будуть вкладені в облаштування публічного простору, — на яку саме групу користувачів ми налаштовані і, відповідно, хто нам цікавіший у дослідженнях людей. Звісно, може виникнути думка, що всі важливі. Для того і потрібна матриця, щоби побачити своєрідну ієрархію важливостей стейкхолдерів. Не варто працювати на всіх, із усіма й одразу. Це забира- тиме чимало сил, енергії та ресурсів. На кожному етапі

роботи із простором ієрархія важливості стейкхолдерів повинна змінюватися. Вона має бути гнучкою та від- повідати тим питанням, які безпосередньо вирішуються. А деякі стейкхолдери взагалі не потребують, щоби з ними працювали: достатньо якісно робити свою справу, а вони самі підтягнуться.

Досліджуємо сприйняття простору

Сприйняття простору — це образне відображення фізично-просторових характеристик навколишнього світу: форми, розмірів, кольору й інших особливостей предметів і речей, їхнього взаєморозташування, а також соціальних складових, зокрема відчуття безпеки, історії місця, пам'яті про нього, інтуїтивних вражень, естетичних оцінок.

Сприйняття фізичного простору базується на зорових, нюхових, аудіальних, рухових, тактильних і вестибуляр- них рецепторах і аналізаторах. Це сприйняття:

- відстаней;
- напрямків;
- розмірів;
- форм;
- кольорів;
- звуків;
- запахів;
- текстур;
- рухів;
- температур;
- різноманіття об'єктів.

Важливо пам'ятати, що серед об'єктів простору можуть бути місця чи речі, які є носіями місцевої історичної пам'яті. Стороннім вони можуть здаватися безглуздими, кумедними, дивними, неестетичними, тоді як для місцевої громади виступають локусом спогадів, точкою зустрічей, знаменним місцем чи символом.

Дослідницькі питання, на які ми отримаємо відповіді, застосовувавши методи меппінгу, експрес-опитування, фокус-групової дискусії, ігрові методи та прогулянку:

- які відчуття є у людей стосовно простору: його звуків, запахів, форм, відстаней, інших людей поряд?
- які почуття викликає простір у цілому чи його окремі частини, елементи?
- які у людей є історії чи ідеї, що виражаються через емо- ції, відчуття та почуття?

Обираючи метод і різновид дослідження, треба, по-перше, зважати, на якому етапі роботи із простором ви знаходитеся (розробка, тестування, моніторинг або постпроєктний період). По-друге, варто керуватися тими питаннями, які нас найбільше цікавлять, або тією інформацією, яку краще/зручніше зібрати саме в той чи інший спосіб.

Що буде підказкою? Уважне ознайомлення з описом різновиду конкретного методу й обмежень у його засто- суванні, усвідомлення власних можливостей, а також таблиця наприкінці розділу.

ІНФОГРАФІКА МЕТОДІВ ДОСЛІДЖЕННЯ



МЕТОДИ

МЕПІНГ (мапування) — метод відображення на мапі (або у вигляді мапи) процесів, що відбуваються з людьми у досліджуваному просторі.

До чого треба бути готовим? По-перше, вміти аналізувати отримані карти, уникаючи власних суб'єктивних суджень і оцінок. Головне — генералізувати отриману інформацію та побачити тренди, що зустрічатимуться найчастіше, та унікальні компоненти (їхня роль – проєктивна, їх можна використати як інсайти/інтуїтивні осяяння). По-друге, вміти переконати людей, що від них не вимагаються художні навички; сформулювати завдання таким чином, щоби вони малювали в будь-якій зручній для них манері. Можна апелювати до того, що жодна дитина не соромиться своїх малюнків, а дорослому тим паче не варто.

Різновиди технік мапування:

- мітками на готовій схематичній
- мапі існуючого простору – у вас є карти, на яку люди клеять наліпки, що позначають емоції, відчуття, почуття (наприклад, відмітити кольоровими стикерами чи олівцями місця, де страшно, гидко, приємно тощо);

☞ **Перед дослідженням треба заздалегідь скласти перелік відчуттів та їхніх позначок, щоби надати на вибір досліджуваним.**

- малюванням мапи
- а) вже існуючого простору (якщо ви хочете дізнатися, що саме є для людей ключовим, важливим, значущим у цьому просторі, попросіть їх намалювати це);
- б) уявного простору (в разі, якщо є бажання дізнатися, чого не вистачає або яка естетика затребувана).

Необхідний для дослідження інструментарій:

- ☑ схематична мапа простору (якщо позначатимуть) або чистий папір (якщо малюватимуть);
- олівці кольорові;
- ☑ наліпки точкові;
- ☑ наліпки нотаткові (якщо люди писатимуть слова чи короткі речення, що асоціюються у них із конкретними частинами публічного простору, який досліджується).

Варіанти проведення:

- ➔ за місцем:
 - вуличне;
 - у закладах (місцеві бібліотеки, просвітницькі центри, кав'ярні, офіси тощо).
- ➔ за технікою:
 - роздатково, як індивідуальні завдання кожній людині окремо;
 - єдина велика мапа, на якій перехожі (якщо це вулиця) або люди, що перебувають у закладі, позначають спільно/почергово запитовані позиції).

☞ Після мапування рекомендовано провести короткі інтерв'ю з авторами замальовок/позначок, щоб уточнити чи поглибити розуміння зображеного/позначеного і, відповідно, уникнути суб'єктивних дослідницьких інтерпретацій.

Загальна процедура застосування методу мапування:

- 1) формуємо дослідницькі питання;
- 2) komponуємо інструментарій;
- 3) формулюємо пропозицію/завдання для учасників дослідження;
- 4) збираємо людей, які малюють/позначають, проводимо короткі інтерв'ю з авторами зображень/позначень;
- 5) аналізуємо, робимо висновки.

ЕКСПРЕС-ОПИТУВАННЯ — метод короткого та швидкого з'ясування думок (ставлення, оцінок, суджень) щодо простору та людей у ньому.

До чого треба бути готовим? По-перше, вміти складати запитання та варіанти відповідей до них (якщо не впевнені, що вмієте, краще зверніться до послуг соціологів чи антропологів). По-друге, люди не надто схильні багато відповідати на запитання, їх ще треба буде переконати поговорити з вами. Саме тому експрес-опитування має бути коротким і швидким. По-третє, налаштуватись аналізувати отримані дані, а не просто скласти гарні відсотки відповідей.

Різновиди технік експрес-опитування:

- офлайн — це вуличне опитування шляхом внесення інформації на електронний чи паперовий носій у формі:
 - а) інтерв'ю, якщо людина відповідає усно на запитання, які озвучує їй інтерв'юер, і той сам вносить її відповіді до опитувальника, або б) анкетування, якщо людина самостійно заповнює бланк анкети).

☞ Є різниця у сприйнятті інформації: одна справа — чути запитання та усно відповідати (інтерв'ювання), інша справа — самостійно читати та позначати відповіді (анкетування).

- онлайн — це інтернет-опитування через запрошення до проходження анкети у вигляді роздаткових агіток, оголошень або QR-кодів із посиланням на платформу, де розміщене опитування.

☞ Роздавати запрошення треба по всій території досліджуваного простору (зокрема в різноманітних закладах, у поштові скриньки мешканців, на дошках оголошень тощо) та його прилеглих територіях, якщо це важливо.

Необхідний для дослідження інструментарій:

- ☑ анкета чи опитувальник (паперова чи електронна форми).

Інструментарій вуличного опитування не повинен містити забагато запитань — найкраще 6–8 (+2–3 запитання щодо демографічних показників: вік, стать, освіту, сімейний стан і наявність дітей, професію — обираємо тільки важливі для дослідження). Оптимальна кількість запитань у онлайн-опитуванні — 15 (разом із демографічним блоком).

Загальна процедура застосування методу експрес-опитування:

- 1) обираємо дослідницькі питання;
- 2) формуємо вибірку (скільки та кого з людей опитувати). Для досліджень простору, як правило, цільова вибірка — стейкхолдери або користувачі. За розрахунком кількості опитуваних однозначно варто звернутися до соціолога;
- 3) конструємо та тестуємо інструментарій — розробка, перевірка/тестування та тиражування анкети/опитувальника на друзях, родичах, знайомих. Якщо уникнути тестування, може статися, що питання буде незрозумілим для людей або викликати неочікувану вами непотрібну емоцію;
- 4) навчаємо/інструктуємо інтерв'юєрів/анкетерів (шукаємо волонтерів або наймаємо професійних);
- 5) проводимо опитування (тривалість часу на опитування — не більше 4-х днів поспіль, інакше втрачається важливий компонент — часова уніфікація наданих відповідей);
- 6) аналізуємо отримані дані.

ФОКУС-ГРУПОВЕ ІНТЕРВ'Ю — керована модератором групова дискусія між стейкхолдерами стосовно проблем публічного простору, що вивчаються.

Фокус-групи спрямовані на отримання якісної, а не кількісної інформації щодо думок, очікувань людей крізь призму їхнього індивідуального досвіду: збираємо самі судження, а не їхню кількість.

До чого треба бути готовим? По-перше, найняти професійного модератора та мати доступ до спецприміщення (див. детальніше в інструментарії). По-друге, вміти переконати людей долучитися у якості диспутантів. По-третє, значну кількість часу займає транскрибування дискусії та подальший аналіз, який теж варто вміти робити. Тож, імовірно, доведеться звернутися за допомогою до професіоналів, які цілком можуть бути серед стейкхолдерів або їхнього оточення. Просто поцікавтеся.

Різновиди фокус-групових інтерв'ю:

- офлайн — люди одночасно перебувають в єдиному фізичному просторі;
- онлайн — група збирається дистанційно; дискусія відбувається з використанням інтернет-платформ групового спілкування (Zoom, Google Meet, Skype, Facebook, Messenger тощо).

Онлайн — не значить простіше. Навпаки, обмежень і недоліків набагато більше, ніж користі. Наприклад, без спеціалізованого простору для обговорення втрачається така важлива та необхідна складова як динаміка спільної дискусії.

В одній фокус-групі має бути 6–12 осіб. Кількість груп — мінімум 2.

Обов'язкова вимога: гомогенний (однаковий за одним параметром) склад учасників однієї фокус-групи (за віком, за статтю, за фінансовим становищем). Це зменшує ризик виникнення конфліктів на підставі нерівностей.

Тривалість однієї фокус-групи — 1,5–2 години.

Необхідний для дослідження інструментарій:

- ✓ спеціальне приміщення з відеокамерою, круглим столом або сидіннями по колу (або онлайн-платформа з необмеженим часом доступу);
- У процесі дискусії обов'язково ведеться відеозапис, щоби згодом переглянути, транскрибувати (перевести у текст) і проаналізувати.
- ✓ модератор фокус-групи — диспутант, фасилітатор, який проведе дискусію (варто найняти фахівця);
 - ✓ гайд/сценарій дискусії.

Загальна процедура застосування методу фокус-групового інтерв'ю:

- 1) складання інструкції/сценарію дискусії — питань, які обговорюватимуться;
- 2) рекрутинг (відбір і запрошення, мотивування) стейкхолдерів до участі у фокус-групі;
- 3) проведення обговорень;
- 4) транскрибування дискусій;
- 5) аналіз отриманих даних.

ІГРОВИЙ ВОРКШОП (PLACEGAME).

Даний метод заснований на інтуїтивному розумінні того, що люди хочуть бачити у просторі. Ігри застосовуються, щоби допомогти структурувати та сформулювати ідеї трансформації простору на основі інформації, яку надаватимуть учасники.

До чого треба бути готовим? По-перше, гра тут — не забавка, тож потребує професійного ведучого (можна пошукати таких серед стейкхолдерів та їхнього оточення). По-друге, вміти аналізувати результати гри.

Необхідний для дослідження інструментарій:

- ✓ спеціальне приладдя для гри.

Загальна процедура застосування методу гри:

- 1) грають командами по 3–4 людини;
- 2) учасникам надаються карти з елементами досліджуваного простору (у вигляді карток із зображеннями чи фігурок), і вони у групах розглядають/аналізують, розміщують елементи, конструюють нові, відповідаючи на запитання:
 - де і що вже має місце?
 - чого/кого (з речей, людей) тут (не) бракує?
 - що би хотіли тут робити, і що для цього треба?
 - які місцеві ресурси здатні оживити цей простір?

- 3) команди презентують власні розробки;
- 4) усі учасники спільно створюють компромісний, уніфікований варіант.

 Часто ігри створюються на базі «Монополії». Зокрема, серед відомих урбаністичних настільних ігор можна відзначити такі як «Прозорі міста», «Вінницький пан»/«Рівненський пан», «Militer», «Світ громад».

ПРОГУЛЯНКА — метод, що дозволяє зафіксувати асоціації з місцями та людьми, повз яких рухаються перехожі. Основне завдання — отримати доступ до «автентичного» досвіду опанування та проживання певного простору.

До чого треба бути готовим? По-перше, прогулянка призначена не для відпочинку, тож потребує організації. По-друге, треба вміти аналізувати результати прогулянки.

Різновиди прогулянок:

- групова (3–5 осіб);
- індивідуальна.

 Гуляти можна пішки, на велосипеді, на візку — залежно від завдань дослідження (що саме тестується, вивчається) й особливостей публічного простору.

Необхідний для дослідження інструментарій:

- ✓ зручне взуття та одяг;
- ✓ диктофон;
- ✓ фотокамера (за потреби);
- ✓ нотатник.

Загальна процедура застосування методу прогулянки:

1) для групової прогулянки — інтерв'юєр, пересувається простором (маршрутом) разом із інформантом, ставлячи уточнювальні запитання відносно того, на що вони подивилися, куди пішли, про досвід пересування за цими маршрутами тощо;

 Рекрутинг інформанта — це звернення до людини, чий досвід пересування публічним простором вас цікавить, дозвіл приєднатися до інформанта/стейкхолдера в його запланованих, звичних переміщеннях або ініціювання такого переміщення. Тут пропозицією-стимулом буде наступне звернення: «Покажіть мені, будь-ласка, ваш район», «Давайте пройдемо вашим звичайним маршрутом», «Розкажіть мені, де ви гуляєте» тощо.

2) для індивідуальної прогулянки — дослідник самостійно рухається простором, фіксуючи під час переміщення власні відчуття, враження, думки.

 Дослідник може самостійно або групою з колегами, якщо вони не є стейкхолдерами простору, протестувати територію особистою прогулянкою, зафіксувавши власні відчуття як осіб, які вперше потрапляють у відповідне міс-

це. Основне завдання — дізнатися про первинні відчуття, думки, враження, незаангажовані попереднім впливом конкретного місця.

МЕТОДИКА "РАМКИ" — метод у формі експедиційної прогулянки, що супроводжується фото- або відеофіксацією кожним окремим учасником групи конкретної маси об'єктів "рамки".

Основне завдання — зібрати набір впливових об'єктів, які викликають певні почуття та привертають увагу. Дослідник мусить зрозуміти, чого не вистачає, що незрозуміло, та зафіксувати, чи з'явилися підстави для гіпотез або висновків стосовно простору?

До чого треба бути готовим? Під час експедиції слід саме фіксувати, а не аналізувати.

Рамки групи об'єктів для фіксації

(обираються або всі, або необхідні):

- типи будівель;
- типи просторів;
- "вуличні меблі";
- артефакти тактичного урбанізму;
- сміття, бруд;
- руїни;
- оголошення;
- навігація;
- озеленення (алея, парк, сквер, зелені зони, клумби);
- пам'ятники, міські скульптури;
- транспорт;
- аномалії (дивні речі);
- запах;
- колір;
- звук;
- вуличне мистецтво;
- люди;
- решта залежно від основної мети дослідження простору.

Загальна процедура застосування методу «рамки»:

- 1) обрати межі простору;
- 2) визначити тривалість експедиції (2,5–3 години в середньому залежно від розміру простору);
обрати час доби;
- 3) оцінити безпеку учасників експедиції-прогулянки;
розподілити між учасниками «рамки» (максимум по дві на кожного);
- 4) пройти простором, фіксуючи об'єкти;
ввести зібрану інформацію до архіву (систематизувати), проаналізувати.

З'ясовуємо поведінку користувачів

ПОВЕДІНКА В ПУБЛІЧНОМУ ПРОСТОРИ — це різновид соціальної поведінки, яка орієнтована на дії, емоції, вчинки інших людей навколо, або як реакція на прилади, що спостерігають за поведінкою присутніх у просторі осіб.

Це по суті процес «зчитування інформації», маркерів чи орієнтирів на певні зразки поведінки в конкретному місці. Поведінка в публічному просторі завжди орієнтована на інших людей, які знаходяться в тому ж просторі.

Дослідницькі питання, на які ми отримаємо відповіді, застосувавши методи спостереження, експрес-опитування та ігор:

- ▶ звідки люди прийшли/приїхали в цей простір?
- ▶ чи живуть вони поряд, чи приїхали спеціально?
- ▶ що люди тут роблять (зокрема, чому саме тут, а не в іншому місці, якщо є конкурентний варіант)?
- ▶ чи хотіли би вони щось покращити та чому?
- ▶ чи цікаво їм особисто було би долучитися до змін у даному просторі чи створення нового?

МЕТОДИ

СПОСТЕРЕЖЕННЯ — безпосереднє сприйняття соціальної дійсності з метою упорядкування досвіду та перевірки гіпотези, висунутої у дослідженні, шляхом реєстрації соціальних процесів, явищ або їхніх окремих елементів.

Буває так, що людей у просторі фактично немає й фільмувати/фотографувати чи опитувати нікого. Тоді досліджують користувачів сусідніх просторів, з'ясовуючи, зокрема, ймовірні причини знелюднення (можливо, до простору просто незручно потрапити). Тоді проблему трансформації треба ставити ширше, долучаючи прилеглі території.

До чого треба бути готовим? По-перше, погода буває різною, а спостерігати треба на вулиці. По-друге, слід бути уважним.

Що спостерігаємо у просторі?

- фізичні параметри, об'єкти, з якими взаємодіють люди;
- людей, які знаходяться у просторі і взаємодіють з ним чи між собою;
- взаємопов'язані або окремі дії, які вчиняють люди;
- події: множину взаємопов'язаних дій, які трапляються між людьми;
- час: хронологічне впорядкування, фіксацію тривалості того, що відбувається у просторі;
- мету: те, чого люди явно прагнуть досягти;
- емоції, явно виражені в діях та міміці людей.

Різновиди спостереження:

- Включене — дослідник спостерігає поведінку людей, знаходячись серед них у тому самому просторі.
- Невключене — спостерігач перебуває на відстані, не будучи залученим до того самого простору.
- Приховане — дослідник «невидимий» для спостережуваних людей.

- Відкрите — спостерігач не приховує своєї присутності і дій від решти людей, він «свій серед своїх».
- Структуроване — дослідник чітко розуміє, за чим спостерігає, всі елементи зазначені в бланку спостереження.
- Неструктуроване — дослідник має приблизне уявлення про спостережувану поведінку та просто фіксує все, що бачить.
- Напівструктуроване — спостерігач має уявлення про очікувану поведінку людей, але передбачає появу непередбачуваних дій, тож фіксує не тільки заздалегідь визначені елементи поведінки, але й не прописані попередньо у бланку спостереження.

Фінальний вид спостереження обирається згідно із завданнями, які вирішуються цим способом. Комбінація може бути різноманітною — включене+приховане/відкрите+структуроване/неструктуроване/напівструктуроване або невиключене+приховане+структуроване/неструктуроване/напівструктуроване)

Додаткова опція — мапування: у процесі спостереження дослідник може робити замальовки на схематичній мапі простору.

Необхідний для дослідження інструментарій:

- ✓ бланк спостереження;
- ✓ олівець із гумкою (не ручка! — саме олівець, щоб можна було правити);
- ✓ мапа простору (за необхідності).

Загальна процедура застосування методу спостереження:

- 1) формулюємо дослідницькі питання;
- 2) розробка, перевірка/тестування та тиражування бланку спостереження;
- 3) навчаємо/інструктуємо спостерігачів;
- 4) проводимо спостереження;
- 5) аналізуємо отримані дані.

МЕТОДИКА PEOPLE STREAM (людські потоки) — це спостереження та фіксація основних потоків людей: хто (одинаки, пари, групи людей за статтю та віком), коли (час доби, день, пора року тощо), як саме (пішки, транспортом, із речами, візками тощо), в якому напрямку, з якою швидкістю рухається простором.

Основне завдання — зафіксувати та зрозуміти реальні переміщення людей простором.

Необхідний для дослідження спосіб фіксації / інструментарій:

- ✓ вручну, фіксуючи інформацію в режимі реального часу на бланку спостереження;
- ✓ за допомогою приладів відеозапису з подальшим внесенням інформації до бланків спостереження.

ПРИКЛАД БЛАНКУ СПОСТЕРЕЖЕННЯ

Назва об'єкта:

Час спостереження:

№ місця спостереження:

початок

заведения

Спостерігач:

Дата:

Погода:

[illegible]

ЗАПОВНЕНИЙ БЛАНК СПОСТЕРЕЖЕННЯ

Назва об'єкта: платформа Велі

Час спостереження: 10.00 - 13.00

№ місця спостереження: 2

початок

завещания

Спостерігач: Олена

Дата: 12.05.2020

Погода: солнечно

[illegible]

Якщо немає волонтерів, котрі заповнюватимуть бланки спостереження чи здійснюватимуть відеофіксацію, можна домовитися з власниками найбільш придатної будівлі та встановити там timelapse-камеру, яка буде фільмувати простір через рівні проміжки часу.

Загальна процедура застосування методики people stream:

- 1) обираємо точки, де стоятиме спостерігач, — одну чи декілька залежно від кута огляду спостережуваного простору;
- 2) конструємо інструментарій — бланк спостереження;
- 3) спостерігаємо або знімаємо відео;
- 4) вносимо дані у бланк спостереження;
- 5) аналізуємо отримані дані.

Також методами дослідження поведінки користувачів публічного простору є:

- експрес-опитування (див. вище)
- ігри, воркшопи (див. вище)

Дослідницькі питання та інструментарій стосуються саме поведінки людей, а не їхніх вражень, відчуттів і почуттів.

Досліджуємо потреби користувачів простору

ПОТРЕБА — це необхідність соціальної групи чи окремої особи в певних умовах, засобах, речах, людях або практиках для існування та розвитку, відсутність яких викликає стан дискомфорту.

Дослідницькі питання, на які ми отримаємо відповіді, застосувавши методи опитування, мепінгу, ігор, дослідження слідів та експерименту:

- чого людям не вистачає для задоволення власних, конкретно їхніх потреб (питати не напряму про потреби як такі, але про дії: що саме люди хотіли би робити, отримувати)?
- що влаштовує у задоволенні потреб, а чого не вистачає?
- які поради та пропозиції можна отримати від користувачів?

МЕТОДИ

ПОВНОЦІННЕ ЧИ ЕКСПРЕС-ОПИТУВАННЯ — це передусім опитування стейкхолдерів; для кожної групи (мешканці, бізнес, влада) — окрема анкета або блок запитань у спільному інструментарії.

Повноцінне опитування з'ясовує багато аспектів щодо існуючого чи проєктованого публічного простору, тоді як експрес-опитування дозволяє дізнатися про наболіле або швидко зібрати інформацію про конкретну складову простору. Повноцінне опитування варто віддати

професійним дослідникам, які складуть інструментарій, прорахують вибірку, проведуть опитування та проаналізують зібрані дані.

МЕПІНГ (мапування)

Він уже поданий нами як метод дослідження сприйняття простору, утім може бути використаний і при дослідженні потреб. Тоді це будуть такі його варіації, як:

- проєктивний мепінг — малювання людьми бажаного простору із зазначенням уже існуючих та бажаних об'єктів задоволення потреб;
- «тривожний» мепінг — позначення на карті небезпечних, поганих, непривабливих зон простору.

Ігри, воркшопи, конкурси дитячих малюнків, студентських робіт — проєктивні/трансформаційні сценарії вивчення простору з фокусом саме на потребах.

Дослідник має поставити досліджуваному завдання таким чином, щоб у формулюванні основним акцентом були саме потреби (наприклад, «Якщо би ви святкували родинне свято / займалися спортом / ..., то як саме ви скористалися би простором? Куди би пішли? Хотіли би, щоби було якесь місце, яке саме? Намалюйте»).

Спостереження "за слідами" — через аналіз «слідів», які залишають люди, що свідчать про їхню (не)задоволеність простором, поширені послуги, оголошення погроз або взаємодопомоги, вдячності, оцінок тощо.

«Сліди» потреб людей у фізичному просторі, які варто знайти та проаналізувати:

- протоптані стежки поза прокладеними доріжками;
- наявність пропозицій послуг за відсутності інфраструктури чи навпаки всупереч їй;
- де саме і в якій формі розміщене оголошення;
- зламані речі та вандалізовані об'єкти;
- спосіб і наслідки паркування авто;
- сміття;
- імпровізовані лавки, альтанки, каплички;
- графіті;
- об'єкти естетики (аматорські фігури з підручних матеріалів для прикрашання простору);
- городи; особливі клумби.

«Сліди» потреб людей в інтернет-просторі — це аналіз доступних джерел даних із унікальними наборами дій людей в інтернеті у вигляді оціночних суджень (рейтингів або коментарів), розміщення в соціальних мережах і на тематичних сайтах фотографій місця/простору із описом та без.

Загальна процедура застосування методики «слідів»:

- 1) складаємо список «слідів»;
- 2) виходимо на прогулянку-полювання у простір за слідами;
- 3) фіксуємо на фото або знімаємо відео;
- 4) нотуємо спостереження у вигляді вражень, думок;
- 5) аналізуємо отримані дані.

ЕКСПЕРИМЕНТ — метод, заснований на контрольованій взаємодії дослідника з досліджуваними людьми в заздалегідь заданих умовах; застосовується при перевірці гіпотез відносно причинних зв'язків між соціальними явищами.

В експерименті можна отримати інформацію у штучно створених обставинах, що відрізняє цей метод від просто спостереження.

До чого треба бути готовим? По-перше, експеримент не повинен нашкодити своїми наслідками, слід дотримуватися принципів толерантності та гуманності. По-друге, бажано, щоби люди не запідозрили, що є учасниками експерименту, адже тоді їхня поведінка буде награною, а не природною.

В експерименті обов'язково має бути дві групи досліджуваних, однакових за характеристиками учасників (віком, статтю, родом зайнятості, місцем проживання чи іншими важливими показниками): експериментальна та контрольна. Дослідник експериментально впливає на першу групу, а в контрольній групі вплив відсутній. Таким чином, ефект стає видимим, і можна стверджувати про його наявність.

Або це може бути одна й та сама досліджувана група людей, але спочатку фіксується їхня поведінка без впливового фактора, у звичному режимі життя. Із часом вводиться фактор впливу і порівнюються результати: чи відбулися реакції або зміни і як(і) саме, чи ні.

Типи експериментів:

- дослідницький — проводиться тоді, коли незрозумілий причинний зв'язок (що саме є причиною чого);
- підтверджувальний — проводиться, якщо причинний зв'язок зрозумілий, але немає впевненості, що саме конкретний фактор викликає зміни.

Загальна процедура застосування методу експерименту:

Припустимо, що у нас є гіпотеза про те, що в досліджуваному просторі вплив певної групи осіб призводить до зростання соціальної довіри. Але що саме є причиною, а що наслідком? Можливо, соціальна довіра сама впливає на характер комунікацій, що «викликають» її ж. У даному випадку проводиться експеримент для з'ясування цього причинно-наслідкового зв'язку. Тож для експериментальної групи можна контролювати (зменшувати чи збільшувати) число контактів із групою впливу, змінювати моделі комунікацій окремо чи в сукупності, маніпулюючи поведінкою впливового фактору.

Особлива опція: в основу експерименту як фактор впливу можна покласти мистецькі чи тактичні інтервенції, зокрема івент-інтервенції в публічний простір. У певному місці розміщується мистецький об'єкт або вуличні (тимчасові) меблі чи споруди і спостерігається те, як саме люди з ними взаємодіють. Або організовується подія/захід (івент) і фіксується, хто відвідав, якою була динаміка поведінки й емоцій. Можна навіть провести експрес-опитування (або одразу, або з часом) про подію чи період, коли у просторі розміщувалися об'єкти.

СХЕМА ГРУП



ЗВЕДЕНА ТАБЛИЦЯ «ПЕРІОД ДОСЛІДЖЕННЯ ПУБЛІЧНОГО ПРОСТОРУ І МЕТОДИ»

Метод Етап	опитування	експрес-опитування	фокус-група	спостереження	people stream	«сліди»	мепінг
Розробка проекту							
Тестування проекту							
Моніторинг втіленого проекту							
Постпроектне дослідження							

важливо
використати

можна
використати

ВИВЧАЄМО ПРОСТІР



ВИВЧАЄМО ПРОСТІР

Економічні дослідження

Чи не перший аналіз, який варто провести перед запуском будь-якого проекту, — це його економіка: скільки це коштує та які вигоди приносить зараз, як цей баланс має змінитись у майбутньому. Раціональне й ефективне управління допомагає отримувати максимум можливих переваг за витрачені ресурси, і передує такому управлінню саме економічний аналіз поточної ситуації.

Економіка публічних просторів поєднує в собі два різнонаправлені аспекти. Перший із них стосується безпосередньо витрат на утримання простору. Важливо розуміти, що поняття утримання ширше за періодичні ремонти та прибирання. Будь-які витрати, що стосуються простору чи продукуються ним, включаються до утримання простору. Наприклад, витрати на:

- ▶ прибирання;
- ▶ обрізки дерев;
- ▶ освітлення;
- ▶ регулярне оновлення озеленення (якщо це відбувається за рахунок саджанців, що вирощуються комунальними підприємствами у власних теплицях, витрати на утримання цих теплиць також варто включати до цього розділу);
- ▶ охолодження простору (наприклад, охолоджувальні рамки, ранковий полив вулиць тощо);
- ▶ відновлення та ремонт покриттів, лав, опор освітлення, бордюрів, скульптур та інших елементів благоустрою;
- ▶ утримання та обслуговування дощової каналізації (відсоток витрат дорівнює відсотку протяжності зливової каналізації у просторі відносно загальної її протяжності у місті);
- ▶ недоотримання коштів за паркування (потрібно поєднувати із цілісною політикою паркування в місті, бо точкові рішення у цій сфері можуть призвести до зміни локалізації проблем, значного громадського невдоволення та нівелювати подальше впровадження паркувальної політики).

Цей перелік не є вичерпним. Якщо конкретний простір вимагає інших витрат, не передбачених у цьому розділі, обов'язково включайте їх в аналіз. Важливо зрозуміти сам принцип такого дослідження, яке не обмежується лише прямими витратами, а аналізує також усі опосередковані видатки, що так чи інакше необхідні для утримання та зберігання простору.

Під час аналізу категорій із вищенаведеного переліку можна керуватися наступними статтями витрат:

- ▶ заробітна плата працівників, що безпосередньо обслуговують простір;
- ▶ амортизаційні відрахування на обладнання зі строком експлуатації більше року та менше року;
- ▶ матеріали та товари, що тим чи іншим способом використовуються у просторі (наприклад, саджанці, пакети для сміття тощо);
- ▶ частина адміністративних витрат у відсотковому відношенні.

Відсоткове відношення розраховується як частка загальних витрат, що дорівнює відсотку площі досліджуваного простору із загальної площі території, що обслуговуються конкретним органом чи підприємством. Для зливової каналізації розрахунок може йти не через площу, а через її протяжність у кілометрах.

Попередній аналіз цих витрат допоможе оцінити, який розділ вимагає оптимізації, та передбачити її в новому проекті, якщо це можливо. Також порівняння витрат до та після реконструкції/створення простору дозволить визначити, які рішення фактично зменшили витрати.

 **Аналіз економіки публічного простору не обов'язково призведе до зменшення витрат на його утримання. Але він може допомогти перерозподілити їх у подальшому та використовувати кошти більш ефективно. Наприклад, однорічні квіти можуть бути замінені на багаторічні, що дасть змогу вже наступного року перенаправити ці витрати на розширення біорізноманіття простору, висадку додаткових дерев тощо.**

Друга частина економічного аналізу пов'язана не з витратами, а з перевагами публічного простору, які формують головний показник економічної ефективності — дохід. Це зовсім не означає, що простір сам по собі має бути прибутковим. Однак дослідження доводять, що якісний публічний простір приваблює більше людей, і це стимулює розвиток локального бізнесу.

Оцінити поточний стан простору та зміни локального бізнесу після облаштування можна за кількома показниками. Найбільш значущий із них — **це зміни в обсягах роздрібної торгівлі локальних підприємств навколо простору**. Відстежити їх можна за допомогою даних по обсягам операцій, проведених через реєстратор розрахункових операцій (РРО). Кожен РРО закріплений за відповідною адресою і передає дані по проведених операціях до податкової інспекції відповідного району міста. Отримати їх можна на підставі запиту на публічну інформацію, направленою до податкової інспекції. Зако-
нодавче обґрунтування можна подивитися [ТУТ](#).

 **Важливо наголосити у запиті, що потрібні знеособлені дані, без прив'язки до конкретної адреси, по певному переліку вулиць. Податкова обов'язково відмовить у передачі особистих даних власників РРО. Для переліку вулиць обирайте ту частину, яка безпосередньо межує із простором, а також вулиці, уздовж яких ідуть основні пішохідні маршрути до простору (додатково див. розділ "Зв'язаність").**

Щоб аналіз був об'єктивний, варто отримати дані також по «контрольній групі» — території з того самого району зі схожими просторовими характеристиками (кількість жителів, інтенсивність руху, ширина вулиць тощо). Третім маркером будуть дані по всьому району. Це дозволить аналізувати, наскільки зміни в обсягах роздрібної торгівлі пов'язані саме із трансформаціями конкретного місця. Наступним кроком для розуміння економіки простору

буде оцінка структури господарської діяльності, що ведеться навколо нього. Оскільки якість простору здебільшого впливає на підприємства роздрібною торгівлі, то саме вони першими будуть враховуватися в аналізі.

Пройдіться навколо простору та приблизно оцініть, які **групи господарської діяльності представлені на цій території**. Вибір може бути здебільшого довільний та відповідати конкретному запиту і простору. Наприклад, можна виділити групи «Краса та догляд» і зарахувати до них всі перукарні, салони краси, масажні кабінети (окрім лікувального масажу), студії засмаги та інші подібні підприємства. Іншою категорією може стати «Харчування», що включатиме в себе весь стрит-фуд, кав'ярні, ресторани, бари та кафе. Вибір за дослідником.

Після формування категорій потрібно підрахувати всі наявні локальні бізнеси в районі дослідження. Орієнтуватися варто перш за все на фасадні оголошення та вивіски й дані з карт Google. Далі порахуйте відсоткове співвідношення кожної групи. Варто зберігати дані і по кількості підприємств у кожній групі, і по відсотковому співвідношенню. Після створення простору можна буде оцінити, як змінилися ці показники і чи вплинув на них новий простір. Для цього аналізу також варто збирати дані по «контрольній групі».

Додатково до вищезазначених основних показників можна також зібрати дані про вільні комерційні площі навколо публічного простору та на прилеглих пішохідних маршрутах, провести опитування користувачів простору та мешканців будинків, що знаходяться в пішохідній доступності. Можна поставити такі питання: куди ви ходите за продуктами, як часто, який середній чек, як ви дістаєтеся до місця покупок, як часто ви ходите в кафе, як часто ви здійснюєте незначні покупки під час прогулянки (кава, морозиво, перекуси), чи гуляли би ви частіше якби трафік на цій вулиці був би менший і тихіший? Дані краще робити знеособленими, щоб люди більш спокійно сприймали поставлені питання.

Зв'язаність середовища

Дуже важливою умовою створення успішного публічного простору є його хороша зв'язаність із навколишнім міським середовищем. Кожен, хто хоче скористатися ним, повинен мати зручний та безперешкодний доступ. Для цього кожен публічний простір повинен бути добре інтегрований у мережу пішохідних доріжок району, систему громадського транспорту та велоінфраструктуру. Шлях із сусідніх районів до публічного простору повинен бути простим, інтуїтивно зрозумілим, цікавим та не вимагати надмірних зусиль від того, хто хоче його подолати. У разі, якщо публічний простір відділений від інших точок тяжіння (зупинки громадського транспорту, входи до житлових будинків і комерційних приміщень, дитячі майданчики тощо) проїжджою частиною, на основних напрямках потрібні зручні та безпечні пішохідні переходи.

Тому перед початком проектування потрібно дослідити ділянку та критично оцінити те, наскільки міцний зв'язок вона має зі своїм оточенням. При цьому слід звертати

увагу на всі можливі види пересування — пішохідне, велосипедом чи самокатом, на громадському транспорті й у авто. Для збирання та систематизації інформації потрібно провести візуальне обстеження ділянки та спостереження за поведінкою людей на ній і довкола.

Для цього можна використати методику мепінгу — взяти роздруковану карту місцевості, кольорові маркери, кальку та позначити на ній все, що може допомогти нам у подальшому прийнятті рішень. Як основу для нанесення наших позначок можна використати карти з ресурсу [Maps.Stamen](https://www.stamen.com/), які мають дуже графічну чорно-білу версію з контурами будівель і вулиць, або [Openstreetmap](https://www.openstreetmap.org/).

Варто самому пройти усіма можливими маршрутами та оцінити їхню зручність і безпечність. Слід перевірити та нанести на мапу такі моменти:

- ❓ Чи є фізично облаштовані пішохідні сполучення (тротуари) на шляху від головних точок притягання? Позначте на мапі наявні сполучення та місця, де, на вашу думку, їх не вистає.
- ❓ Наскільки ці шляхи є прямими та чи змушують людей проходити зайву відстань до мети? Наскільки великим є таке відхилення?
- ❓ Якою є ширина пішохідних доріжок, і чи відповідає вона кількості пішоходів?
- ❓ Чи є на шляху вузькі місця та фізичні перешкоди, які ускладнюють пересування (стовпи, люки тощо)?
- ❓ Чи є на шляху тупикові маршрути, які змушують пішоходів повертатися?
- ❓ Наскільки комфортними є пішохідні доріжки? Чи озеленені вони деревами, які дають затінок під час спеки? Якщо дерева є, то на якому відсотку довжини?
- ❓ Чи вздовж усіх пішохідних доріжок є вуличне освітлення? Який відсоток є освітленим (детальніше див. розділ "Освітленість простору")?
- ❓ Чи є активна комерція (кафе, магазини тощо) у будівлях довкола? На якій відстані від межі простору? Яка густина входів на 100 метрів довжини фасаду?
- ❓ Чи є поряд культурні й освітні заклади? На якій відстані від межі простору?
- ❓ Чи є поблизу зупинки громадського транспорту або станції метро? На якій відстані від межі простору? Які маршрути на них зупиняються?
- ❓ Чи є поблизу велосипедні доріжки та велопарковки? На якій відстані від межі простору?
- ❓ Чи є поблизу автомобільні парковки? На якій відстані від межі простору? Для більш повного розуміння ситуації варто окремо позначити легальні та стихійні парковки.

Список можна продовжувати залежно від конкретної ситуації.

Протягом дослідження сам простір може підказати нам затребувані напрямки за допомогою стежок, які протоптали люди на газонах. Нанесіть їх на мапу. Також варто поспостерігати за рухом на місці, позначити основні напрямки та записати, які шляхи обирають люди різного віку та різних фізичних можливостей. Окрім цього, варто занотовувати те, як поведуться люди у просторі, який ми

досліджуємо, — чи затримуються надовго, чи присідають на лавки, чи ховаються у затінку, чи тримають в руках каву із сусідньої кав'ярні тощо. Усі ці спостереження згодом потрібно систематизувати та узагальнити, щоби виділити головні закономірності та потреби (детальніше див. розділ "**Вивчаємо людей**").

Щоби не перевантажувати одну мапу великою кількістю позначок, можна використовувати різні кальки, розсортуювши їх за зручними для вас категоріями.

Ще одним корисним методом дослідження може стати прискорена відеозйомка місцевості за допомогою відеокамери чи смартфона, міцно закріпленого на штативі. На відеозаписі із десятикратним прискоренням дуже добре видно головні напрямки руху людей і тенденції їхньої поведінки.

Окремо слід приділити увагу спостереженням у погану погоду та занотувати те, як вона впливає на можливість пересування людей: де в дощ утворюються калюжі, де взимку збираються найбільші кучугури снігу, як вони впливають на зручність пересування. Усе побачене потрібно врахувати при розробці майбутнього планування території, зокрема її системи водовідведення.

Потрібно простежити, чи використовується ділянка для транзитного проходу людей і також відзначити це, адже такий пішохідний трафік є дуже важливим для безпеки місця. Територія, де завжди є люди, буде більш безпечною, ніж місце, де люди бувають вкрай рідко.

Фіксувати результати спостережень, окрім мапи, можна також у бортовому журналі. Правила його ведення можна знайти за цим [посиланням](#).

Доступність і безбар'єрність

Вкрай важливою складовою зв'язаності середовища є його безбар'єрність і доступність для людей із інвалідністю чи обмеженою мобільністю. На жаль, в Україні досить поширена думка, що, оскільки частка людей із інвалідністю невелика, створення сприятливих для них умов не є пріоритетом, але насправді це не так.

Перелік категорій людей із обмеженою мобільністю значно ширший і до нього належать :

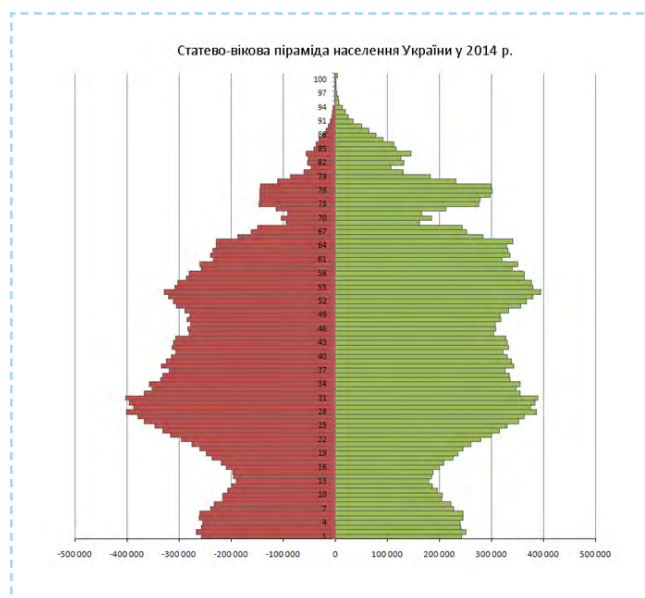
- 👶 вагітні жінки (щорічно в Україні народжується 250–400 тисяч дітей);
 - 👶 діти до 7 років та особи, які їх супроводжують;
 - 👴 люди літнього віку (відсоток людей, старших за 60 років, в Україні становить понад 20%, і їхня частка стабільно зростає);
 - 👤 люди з інвалідністю (з фізичними, сенсорними, психічними чи розумовими порушеннями);
 - 👤 люди з тимчасовими порушеннями, спричиненими травмами або захворюваннями;
 - 👤 люди з нестандартними розмірами тіла — з надмірною чи меншою за середню масою тіла, низького чи занадто високого зросту.
- Насправді кожна людина незалежно від її фізичних, сенсорних чи інших можливостей повинна мати вільний

доступ до всіх благ міста — цього, зокрема, вимагає [Конвенція ООН про права людей із інвалідністю](#), ратифікована Верховною Радою України 16 грудня 2009 року. Безбар'єрне середовище може бути актуальним для кожного, адже, наприклад, тимчасово втратити мобільність через травму можна у будь-який момент.

Інший важливий аспект — люди з інвалідністю не живуть у вакуумі, вони мають друзів і родичів, тому підвищення доступності середовища для них покращує умови життя значно більшої кількості людей. Значно розширюються можливості соціальної взаємодії, зручніше виходити на спільну прогулянку парком чи у магазин.

🗨 **Забезпечена доступність робить людину незалежною від допомоги оточення, таким чином захищаючи її гідність, а також позбавляє членів родини необхідності її супроводжувати.**

Вікова структура населення



У нашому дослідженні ми повинні приділити увагу тому, які фізичні перешкоди є на шляху до нашого простору та всередині нього. Зокрема потрібно звернути увагу на такі моменти:

- ▶ рівність покриття пішохідних доріжок і тротуарів;
- ▶ наявність або відсутність сходинок на шляху;
- ▶ якщо сходинок все ж є, важливо занотувати, чи існує альтернативний пандус і наскільки його використання видовжує шлях. В ідеалі кожні сходи повинні дублюватися пандусом поруч. Необхідність шукати пандус і долати додаткову відстань до нього суттєво погіршує доступність нашого простору;
- ▶ наявність, кут нахилу, поручні та інші параметри сходинок і пандусів на всіх напрямках руху та їхня відповідність державним будівельним нормам;
- ▶ наявність пониження бордюрів або підвищень до рівня тротуару на пішохідних переходах;
- ▶ наявність у дверей необхідної ширини, зручного способу відкривання та нормованого порогу;
- ▶ наявність тактильної навігації для людей із порушеннями зору.

Список можна продовжувати залежно від вимог державних будівельних норм.

Дослідження всіх перерахованих пунктів також можна провести методом візуального огляду з нанесенням на карту всіх важливих моментів.

 Як нормативну базу при оцінці доступності варто використовувати ДБН В.2.2-40:2018 "Інклюзивність будівель і споруд" або його аналог, чинний на момент проведення дослідження, а також інші державні будівельні норми, що містять вимоги до доступності. Варто пам'ятати, що ті аспекти, які здаються досліднику доволі зручними, можуть зовсім по-іншому сприйматися маломобільними людьми.

В певній мірі відчути це можна кількома способами. Наприклад, пройтися з валізою на коліщатах, дитячим візком, із зав'язаними очима та тростиною. Також можна запитати вагітних жінок або літніх людей про те, з якими труднощами вони стикаються, користуючись цим чи аналогічними публічними просторами.

Але варто розуміти, що отримана інформація все одно відображатиме лише суб'єктивні відчуття, що залежатимуть від фізичних можливостей людини, її адаптивності. Тож вона в будь-якому разі не розкриє всі труднощі, які створює певний простір для маломобільних груп населення. Краще делегувати аудит доступності фахівцям, які можуть правильно провести обміри та визначити розміри, кути нахилу, силу тяжіння тощо. За результатами вони підготують звіт щодо відповідності досліджуваного простору державним будівельним нормам та розроблять рекомендації щодо необхідних змін.

Оцінка зручності та безпечності простору

Окрім зв'язаності та доступності, про які йшла мова вище, показником, що вирізняє хороший публічний простір, є якісні зручності та активності й комфортність самого простору. Якщо у зв'язаності та доступності мова здебільшого йде про пересування простором, то цей розділ орієнтований на оцінку зручності перебування на певній території.

Комфортне середовище стимулює людей відвідувати його повторно, навіть змінювати звичні транзитні маршрути, щоби завітати у приємну для людини частину міста. При цьому відчуття комфорту доволі індивідуальне. Навіть у замкнутому просторі маршруток споконвіку існує два клани: ті, кому жарко, та ті, кому дме з відкритого вікна чи люка. В якісному просторі таких зіткнень ще більше.

Однак є базові речі, які багатьох відштовхують. Наприклад, багатосмугові шосе з активним трафіком продають багато шуму та шкідливих викидів. Враження від прогулянки уздовж таких зон будуть затьмарені цими чинниками, а деякі користувачі можуть взагалі відмовитись від використання простору. Щоби зменшити вплив таких негативних факторів у майбутньому просторі, варто оцінити його за параметрами, наведеними нижче:

Параметри оцінки зручності

- Вирівнювання шумового забруднення
- Температурні мапи
- Оцінка забрудненості повітря
- Безпека
- Освітленість
- Оцінка вологості повітря

Вимірювання шумового забруднення

Постійно перебуваючи в галасливому міському середовищі, ми часто не помічаємо, наскільки сильно шум впливає на наше самопочуття. Однак дослідження підтверджують, що надмірне шумове забруднення посилює рівень стресу, може спричинити патології, пов'язані з ураженням слуху, негативно вплинути на рівень працездатності та загалом на серцево-судинну й нервову системи організму людини.

Для оцінки шуму на певній території використовується так званий **рівень звуку** — характеристика, що визначає рівень звукового тиску в нормованому діапазоні частот, скоригованому з урахуванням особливостей сприйняття різних частот людиною. Такі вимірювання проводяться спеціальним приладом — **шумоміром**.

Для дослідження рівня шуму в публічних просторах можна використовувати шумоміри, що фіксують шумові впливи в діапазоні від 31.5 Гц до 8 КГц (нормований діапазон частот), обов'язково з наявним фільтром А, який дозволяє відразу знімати з табло показники еквівалентного рівня звуку. Допустима похибка вимірювання $\pm 1,5$ дБА, довжина циклу виміру — 1 секунда. Їх можна придбати або взяти в оренду.

Щоб отримати повноцінну картину шумового впливу у певному середовищі, краще вибрати кілька точок виміру, розташованих у різних частинах простору.

1. При огляді території оцініть потенційні джерела шуму та розмістіть точки виміру на невеликій відстані від них. Таким чином ви зможете визначити, наскільки ці джерела шуму впливають на акустичне забруднення місця.
2. Також виберіть кілька контрольних точок, не пов'язаних із джерелами шуму.
3. Розподіліть точки виміру таким чином, щоб охопити весь простір рівномірно.
4. Проводьте виміри окремо в будні та у вихідні. Можна обрати один день посеред тижня, наприклад, середу, коли шумове забруднення звичайне, один наприкінці робочого тижня, у п'ятницю, коли багато містян можуть від'їжджати чи приїжджати в місто або виходити на вулиці для відпочинку. Додайте до цього ще один вихідний. Оптимально буде охопити два тижні не підряд, по три дні на тиждень, щоби скласти більш повну картину, яка може змінюватися протягом часу.
5. Виміри варто проводити в різний час доби. Наприклад, шум від автомобільного руху найбільший у «години пік», а від розважальних закладів — у вечірній час. Ви можете обрати саме ці два часових відрізки. Мінімальний період

ОЦІНКА ШУМІВ РІЗНОЇ ГУЧНОСТІ

Об'єктивна оцінка	Джерело шуму	Гучність, фон
Тихо	Поріг чутності (повна тиша)	0-10
	Шелест листви, шум слабкого вітру	10-20
	Шепіт на відстані 1 м	30-40
	Тиха розмова, негучна музика	40-50
Шумно	Нормальна розмова	50-60
	Гучна розмова на відстані кількох метрів	60-70
Вельми шумно	Гучна музика з гучномовців	70-80
	Симфонічний оркестр	80-90
	Виробничі шуми	90-100
Обтяжливо, дискомфортно	Шум вантажного автомобіля на відстані 7 м	90-100
	при швидкості 50 км/год.	90-110
	Шум відбійного молотка	110-120
Хворобливо	Шумреактивного літака на відстані 3 м від сопла	130-140

вимірювання — 1 година.

6. Нанесіть джерела шуму, усі точки виміру та середні значення показників на мапу. Дані варто окремо вказувати для обох часових періодів — ранкового та вечірнього.

Виконавши ці дії, ви отримаєте мапу, на якій буде видно, як різні зони відрізняються за рівнем звуку, чи цей рівень оптимальний для відпочинку людей, та матимете змогу продумати планування, яке зменшить наявне акустичне забруднення.

Наприклад, 2018 року дослідження в Івано-Франківську показали, що листяні породи дерев поглинають 26% звукової енергії, відбивають і розсіюють 74%, а шум на вулиці без насаджень, забудованій високими будинками, у 5 разів більший, ніж на вулиці, засадженій деревами вздовж тротуарів. Ці дані актуальні для періоду вегетації, тобто наявності на деревах листя.

В Україні норма шуму визначається [Наказом Міністерства охорони здоров'я від 22.02.2019 року № 463](#) «Про затвердження Державних санітарних норм допустимих рівнів шуму в приміщеннях житлових та громадських будинків і на території житлової забудови».

Додатково до встановлених санітарних норм для оцінки можна скористатися шкалою оцінки шумів різної гучності, щоби зрозуміти, наскільки вони комфортні при довгому перебуванні у просторі.

Температурні мапи та оцінки вологості повітря

Візьміть термометр, станьте зранку в центрі вашого публічного простору і починайте вимірювати. Якщо до обіду ви не втратили свідомість від спеки чи не відморозили ноги, температура нормальна ☺

Жартуємо! Вимірювання простору можна провести і без таких страждань. Але почнемо з іншого, з поняття міських теплових островів. Якщо коротко, це явище, через яке температура у містах вища влітку та нижча взимку, ніж у сільській місцевості. Місто має у своєму арсеналі суттєву кількість поверхонь, які поглинають значно більше сонячного випромінювання: бетон, асфальт, метал, шифер. Через це місто перегрівається. Додатково забруднення повітря створює свого роду «тепліці», а зменшення поверхонь випару (водні поверхні, рослини, дерева) призводить до меншої переробки теплових потоків. [Дослідження](#) навіть підтверджують збільшення смертності в містах через зміни температури.

Таким чином, оцінка температурного режиму публічного простору може допомогти враховувати негативний вплив міських теплових островів і зменшити його при подальшому проектуванні.

Є два шляхи оцінити температуру: за допомогою або стаціонарної GPS метеостанції, або теплових мап. Перший спосіб дозволить оцінити температуру повітря у просторі за певний період та дасть більш детальні дані по простору. Теплові мапи створюються на базі космічних супутникових знімків у інфрачервоному (тепловому) діа-

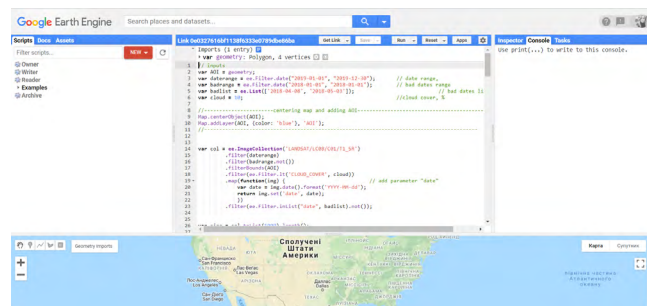
пазоні та дають змогу оцінити загальну картину по місту та простору.

Спочатку про теплові мапи. Дані для них отримують із супутника Landsat-8 космічної програми NASA. Загалом, програма Landsat діє з 1972 року та є найтривалішим проектом із отримання супутникових знімків планети Земля. Для отримання доступу й опрацювання інформації з супутника дослідники використовують безкоштовну хмарну платформу Google Earth Engine. Це зазвичай потребує певного знання мов програмування для обробки великих масивів даних, однак спеціально для цього посібника був створений простий скрипт, яким зможе скористатися кожен.

Для цього потрібно виконати наступні кроки:

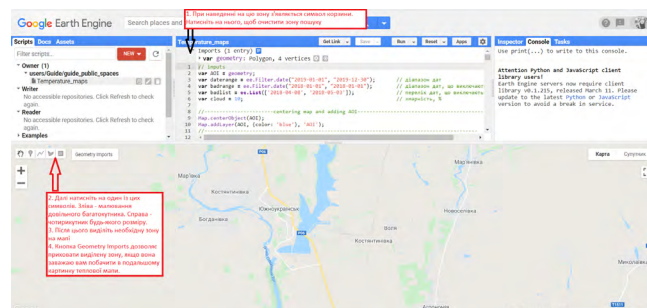
1 Перейдіть за посиланням: <https://bit.ly/3i7V3T9>. Для роботи з Google Earth Engine, як і з будь-яким додатком Google, вам потрібно мати електронну пошту Gmail. Для доступу до Google Earth Engine необхідно буде зареєструвати ваш акаунт на цій платформі додатково. Процедура дуже проста, її порядок зможете знайти [тут](#).

2 Коли зареєструєтесь і перейдете за посиланням вище, ви потрапите на сторінку скрипта. Вона матиме ось такий вигляд:



Скрипт дозволяє отримати дані за певний період, виключити з нього певний діапазон дат або конкретні дати на визначеній території.

3 Спочатку обираємо зону, по якій потрібно отримати дані. Знаходимо її на мапі. Далі є кілька опцій: виділити зону квадратом або довільним багатокутником:



4 Наступним кроком буде вибір діапазону дат. Мапи дозволяють обрати навіть кілька років. Потрібний діапазон вводиться в полі, що підписане «діапазон дат». Дата вводиться цифрами в форматі «рік — місяць — день».

5 Третій рядок, який можна редагувати, — це «перелік дат, що виключаються». Ці дані вводяться через кому у тому ж форматі, що й попередні. Цей рядок може знадобитись, якщо вам потрібно виключити певні знімки, на яких висока хмарність не дозволила знімати поверхню.

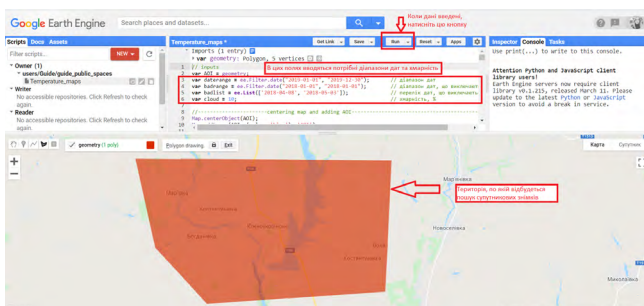
Виключити можна лише діапазон дат підряд. Якщо, наприклад, ви хочете отримати дані по літнім місяцям за три роки, ви не зможете виключити осінньо-зимово-весняний період в діапазоні за три роки, ви зможете лише обрати діапазон по кожному літньому періоду окремо. Якщо ви шукаєте дані по певному періоду, і вам не потрібне виключення діапазону дат, просто встановіть у відповідних рядках дати, що не відповідають обраному вами періоду.

6 Хмарність 'для неї є окремий рядок, що вводиться цифрами до 100, оскільки оцінюється у відсотках' є дуже важливим показником для температурних мап. Інформація по температурі на певній території формується на підставі знімків поверхні планети в інфрачервоному діапазоні. Тобто, він оцінює саме температуру поверхні. Хмари, звісно, набагато прохолодніші за, наприклад, асфальт, тому коли супутник знімає поверхню за високої хмарності, це не відображає об'єктивні дані по температурі поверхні землі чи міських об'єктів 'дахів, вулиць тощо'.

Якщо ви лише плануєте облаштування простору, і температурна мапа показує, що влітку він уже прохолодний, імовірно, там є багато дерев. Чим більше наявних дерев ви збережете в майбутньому проєкті, тим вища вірогідність, що простір залишиться приємним для відвідування влітку .

7 Показник хмарності визначає, які знімки поверхні будуть виводитися для обробки: 100% — повністю захмарені знімки будуть включені в діапазон даних, 10% — будуть включені лише ті знімки, що мають незначну хмарність. Захмарені знімки викривлять показники середньої температури за період. Наприклад, у літні місяці можуть потрапити дані з температурою менше нуля.

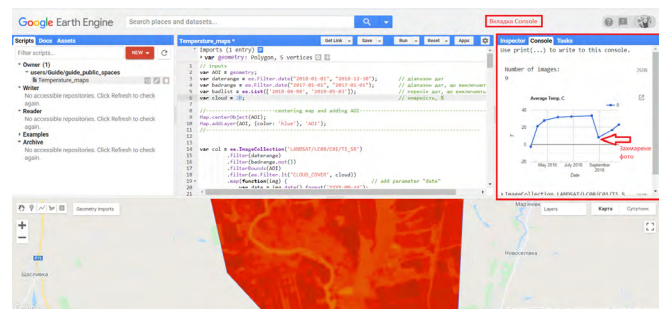
8 Оскільки супутник пролітає та знімає певну зону один раз за певний період, в обраний вами діапазон дат зі встановленим показником хмарності можуть потрапити замало знімків. Якщо так сталося, ви можете змінити показники хмарності та отримати більшу кількість знімків. Як зменшити негативний вплив захмарених знімків на дані, буде описано нижче.



Якщо за період у три місяці ви отримали чотири знімки, цього цілком достатньо для оцінки температурних даних за цей період.

9 Коли всі дані внесені, натискайте кнопку Run. Обробка інформації займає певний час. Оскільки платформа є хмарною, потужність комп'ютера не має істотного значення для роботи з цим скриптом.

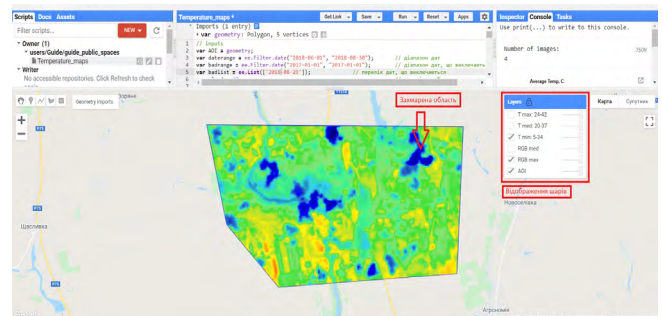
10 Коли дані опрацьовані, у вкладці Console буде відображено кількість знайдених зображень і побудований графік температур. Температурний графік за рік має форму дуги. Якщо якісь значення вибиваються із неї, імовірно, ці дати відповідають знімкам, на які потрапила хмара. Коли ви наведете курсор на відповідну точку, відобразиться дата знімків, і ви зможете виключити її з масиву інформації за допомогою введення даних у рядок «перелік дат, що виключається».



11 Якщо прогортати вкладку Console нижче, можна побачити дані по температурі у градусах Цельсія — максимальну, середню та мінімальну температуру по періоду.

12 Окремим пунктом аналізу, який дозволить побачити температурну мапу за період у діапазонах максимальної, середньої та мінімальної температури, є кнопка Layers. Проставляючи відповідні галочки, можна відобразити різні мапи. Щоби приховати шар виділеної зони, варто прибрати галочку з шару AOI.

13 Шар RGB max дозволяє побачити максимальну захмареність у групі знімків. Найбільше захмареність впливає на відображення шару мінімальної температури.



Зберегти зображення найлегше, натиснувши комбінацію клавіш Win (позначка Windows, віконце) +Shift+S. Супутникові знімки мають максимальну роздільну здатність 30 метрів, менша відстань не відображається. Щоби оцінити максимально детальну температуру у просторі,

варто використовувати GPS-метеостанції. Вони можуть записувати температури протягом тривалого періоду, передавати дані температури по GSM-зв'язку. На базі цих показників можна в подальшому побудувати графік температури за відповідний період. Метеостанція дозволить оцінити температуру не поверхні, як супутникові теплові мапи, а саме повітря. Додатково це дасть можливість виміряти вологість повітря у просторі.

Оцінка забрудненості повітря

Відвідуючи парки чи поспішаючи додому вулицею, ми навряд чи помітимо вплив забрудненого повітря на наш організм. Єдине, що може спричинити дискомфорт, — неприємні запахи диму та вихлопних газів. Однак те, що ми не відчуваємо, продовжує негативно впливати на наше здоров'я.

Наприклад, забруднення озоном запускає симптоми астми й утруднення дихання, спричиняє захворювання легенів та серця, з якими, за статистикою, пов'язано близько 21 000 передчасних смертей на рік у європейських країнах.

Для зручності комунікації загрози (чи її відсутності) між суспільством і урядовими установами використовується індекс якості повітря — розрахунок середніх значень концентрації забруднювальних речовин за вказаний період. Ці дані отримують із моніторингу довкілля чи моделювання атмосферної дисперсії.

Індекс оцінює якість повітря [за чотирма показниками](#): тверді частинки пилу (PM2.5 та PM10), наземний озон (O3), діоксид азоту (NO2) та діоксид сірки (SO2). Кожен зі вказаних показників оцінюється відповідно до стандартів, затверджених Директивами Європейського Союзу.

Наразі існує кілька веб-ресурсів, які дозволяють відстежувати показники якості повітря.

Доволі зручним сервісом є [Windy](#). Це безкоштовний ресурс, завдяки якому можна дізнатися про концентрації діоксиду азоту (NO2), концентрацію твердих частинок пилу (PM2.5), [аерозольних частинок](#) та CO. Сервіс дозволяє отримати лише загальну картину по цілому місту. Для оцінки якості повітря у більш конкретному місці можна використовувати сервіс [World's Air Pollution: AQI](#). На цій мапі видно показники за різними датчиками моніторингу якості повітря по всій країні.

Показники якості повітря мінливі та можуть змінюватися навіть протягом одного дня. Оптимально спостерігати за ними протягом певного періоду часу, наприклад, два тижні, в різний час доби. Це дасть повнішу картину зміни показників залежно від метеорологічних умов і добової активності міста чи селища. Дані можна заносити до таблиці Excel, що дозволить потім аналізувати їх, робити позначки та будувати діаграми.

Якщо у вашому місті чи селищі датчики відсутні взагалі, є можливість зробити власний. Інструкції по його виготовленню є на сервісі [luftdaten](#) ось [тут](#). Окремий датчик для

публічного простору, з яким планується робота, дозволить оцінити зміни якості повітря до та після облаштування простору та може стати ще одним аргументом для позитивної оцінки проекту громадою.

Безпека

Джейн Джейкобс у своїй книзі «Смерть і життя великих американських міст» писала, що безпека простору формується не лише діяльністю поліції. На кількість правопорушень і навіть банального вандалізму сильно впливає число людей у просторі. Якщо місце активно використовується для прогулянок, відпочинку, занять спортом, у нього є багато очей, які слідкують за безпекою.

Це дуже важлива ознака якісних публічних просторів, тому дослідження безпеки повинне бути невід'ємною частиною вивчення ділянки проєктування. Розглядаючи це питання, варто розділити безпеку простору на кілька основних взаємопов'язаних складових, а саме:

❖ **Фізична безпека** (наявність чи відсутність елементів простору, які можуть призвести до отримання травм — гострі виступи чи інші перешкоди). Цей пункт також тісно пов'язаний із питанням доступності та безбар'єрності середовища.

Метод дослідження — візуальне спостереження, меппінг.

Небезпечні елементи: сходинки, що звужують прохід, антипаркувальні стовпчики, опори дорожніх знаків і ліхтарів, рекламні конструкції, пошкодження тротуарного мощення, карнизи на рівні зросту людини тощо.

❖ **Транспортна безпека** (безпечність підходів до простору для пішоходів)

Метод дослідження — візуальне спостереження, меппінг.

Слід звернути увагу на такі моменти: чи є острівці безпеки між зустрічними смугами руху, якщо їх більше двох в одному напрямку? Яка кількість смуг руху у кожному напрямку? Чи є пішохідний світлофор? Яку максимальну відстань повинен пройти пішохід проїжджою частиною? Чи є нічна підсвітка переходу? Наскільки вона яскрава, куди спрямоване світло? Чи є елементи сповільнення автомобільного руху? Наскільки широкий кут огляду довкола пішохідного переходу для водіїв? Який швидкісний режим вулиць?

Перший і найпростіший крок для вимірювання швидкісного режиму — це дослідити встановлені на вулиці дорожні знаки. Але реальна картина може відрізнятись, тому варто також провести заміри на місці. Базове розуміння можна отримати досить просто без спеціальних пристроїв: знаючи довжину певної ділянки вулиці (наприклад, відстань між стовпами вуличного освітлення), можна заміряти час проїзду автомобілями і потім за формулою вирахувати їхню швидкість.

Звертаємо увагу, що дослідження безпечності транспортної інфраструктури — це окремий багатогранний процес, який потребує спеціальних знань і навичок. Тут наведені базові методи, які можуть дати загальне уявлення про транспортну безпеку для пішоходів у контексті розвитку публічних просторів. Однак ці методи не можуть бути застосовані у передпроектних дослідженнях для реконструкції саме транспортної інфраструктури.

❗ **Соціальна безпека** (заповненість людьми та наявність соціального контролю, відеонагляд, статистика правопорушень).

Методи дослідження — візуальне спостереження, меппінг, написання інформаційних запитів до патрульної поліції.

Для того ж, щоб об'єктивно оцінити безпечність простору, необхідно отримати статистику по кількості правопорушень, скоєних в межах досліджуваної території та на основних пішохідних маршрутах, що ведуть туди. Період, за який збираються дані, має бути менше трьох місяців.

Найбільш повна інформація про статистику правопорушень, скоєних у певному районі, наявна у районних відділах Національної поліції. Її можна отримати на підставі запиту на доступ до публічної інформації. Важливо чітко визначити, по яким категоріям правопорушень робити запит. Особлива частина Кримінального кодексу України складається з двадцяти розділів, однак не всі вони стосуються безпеки людей у публічних просторах.

Варто запитувати інформацію про ті злочини, що:

- ▶ відбуваються саме у публічних просторах;
- ▶ прямо загрожують життю, здоров'ю чи майну відвідувачів простору;
- ▶ формують криміногенну ситуацію в публічному просторі.

Перш за все, важлива інформація по злочинах у розділі II Особливої частини — «Злочини проти життя особи» (ст. 115–119, 121–130, 135–136), розділ III «Злочини проти волі, честі та гідності особи» (ст. 146–150-1), розділ IV «Злочини проти статевої свободи та статевої недоторканості особи» (ст. 152–156), розділ VI «Злочини проти власності» (ст. 185–187, 189–197), розділ XII «Злочини проти громадського порядку та моральності» (ст. 293–296).

Завдяки цим даним ви помітите наявність проблем у просторі та оціните позитивну чи негативну динаміку розвитку злочинності на облаштованій території.

Освітленість

Освітлення вулиць часто побудоване за принципом «головне — освітити дорогу». Пішохідні маршрути при цьому доволі часто оминають увагою. Та якщо у автомобіля є фари, які він може використовувати, щоб освітити собі шлях, пішоходу для цього потрібно носити додаткові прилади.

Відсутність чи брак світла у дворах, на пішохідних маршрутах,

у парках не просто створює незручності для користувачів простору — це може бути небезпечним. Ризик стати жертвою нападу у неосвітленій, безлюдній частині простору набагато вищий, аніж посеред освітленої вулиці з купою людей.

З оцінкою наявного освітлення знову допоможуть польові дослідження. Візьміть планшет для паперу, роздруковану мапу простору (можна не деталізовану), кальку та маркер. Пройдіться по простору ввечері чи у сутінках і замалюйте темні, погано освітлені зони. Нанесіть на мапу всі ліхтарі та позначте символами ті, що працюють добре/погано.

Додайте до мапи пішохідні маршрути, наявні лави та місця для сидіння. Не обов'язково кожна лавка має бути освітленою, однак світло має рівномірно розподілятися по простору, щоб уникнути надто темних пішохідних маршрутів.

Варто відмітити, що міські ліси (великі за площею зони, що є частиною «дикої» природи в місті) не варто освітлювати надто сильно. Нічне освітлення може негативно впливати на тварин, птахів і комах, що живуть у цих лісах. Краще встановити освітлення там, де зосереджено найбільше вечірніх громадських активностей. Такі зони зазвичай більше комерціалізовані та мають розвинену (навіть якщо застарілу) інфраструктуру.

Загадкові еменітіз (amenities) та потреби користувачів

В Іспанії місцеві мають цікаву звичку — вони здатні використати майже будь-яку поверхню для сидіння. Якщо їм дуже закортить, вони можуть сісти просто на розпалені сонцем плити площі та спертися спиною на стіну найближчого будинку. Або вмотитися посеред площі, не турбуючись про бруд чи сміття.

Оскільки мешканці українських міст і селищ не мають такої звички, а наші вулиці поки що не надто комфортні для сидіння прямо на землі, нам досі потрібні спеціальні «інструменти» для цього — лави.

Англійське слово *amenities* перекладається як «зручності», але значення у цього слова ширше. Оксфордський словник тлумачить його як функцію або послугу, яка робить



місце приємним, комфортним або легким для проживання. Та комфортними мають бути не лише наші квартири та будинки, а й вулиці та інші публічні простори міста, бо в них ми теж певною мірою живемо.

Тож, щоби дослідити, чи вистачає у просторі цих еменітіз та наскільки вони відповідають запиту мешканців, ми знову беремо в руки мапу.

Зручності можна умовно поділити на ті, що мають значення для усіх користувачів, та ті, що відповідають потребам та інтересам певних груп стейкхолдерів. На малюнку нижче вони розділені на два відповідні сектори.

Методологія мапування та ж, що й у попередніх розділах:

мапа, калька, маркери та нанесення символами доступних зручностей.

Для більшості окремо варто відзначати, на сонці чи у затінку вони знаходяться (сонечко на малюнку). У спекотні літні дні лави на сонці не будуть використовуватися, однак вони можуть дуже популярними на початку літа, весною, восени, коли поніжитися на сонці приємно. Тож при плануванні варто балансувати їхнє розміщення. А от спортивні майданчики на сонці майже завжди незручні. Сектор для певних груп стейкхолдерів важливо співставляти із дослідженнями потреб користувачів. Якщо чимало респондентів відзначило, що їм не вистачає майданчика



для виходу собак, і лише невеликий відсоток сказав, що готові почати чи регулярно займаються тренуваннями на відкритому повітрі, відсутність у просторі спортивного майданчика не варто вважати суттєвим недоліком.

На противагу зручностям, які необхідні певним групам користувачів, еменітіз зеленого сектору справді потрібні усім. Часто опитувані можуть навіть не думати про те, що ці речі зручні та потрібні їм у повсякденному житті. Переважно це трапляється через те, що у наявних публічних просторах вони відсутні, і люди звикли обходитися без них. Однак такі прості зручності, як лави, роблять місце більш дружнім до людей.

Активності

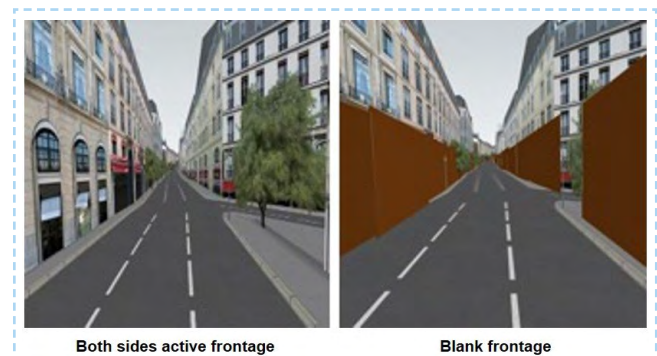
В урбаністичній спільноті є улюблена мантра, що не дарма повторюється майже кожним експертом: **фасади мають бути активними**. Дослідження підтверджують, що це може суттєво вплинути на уявлення людей про публічний простір із точки зору його безпеки, комфорту, товаришкості та жвавості.

Керівництво по дизайну міського центру міста **Бредфорда**, що у Великобританії, визначає активні фасади як «... цокольні поверхи з вікнами та дверима на вулицю, які викликають інтерес і активність. Зазвичай це означає вітрини магазинів, але можуть бути й атріуми та фойє».

Урбаністичний словник, що використовують у австралійському штаті Вікторія, розширює це поняття.

«Маються на увазі фасади, де відбувається активна візуальна взаємодія між особами на вулиці та особами на першому та верхньому поверхах будівель. (...) Активні фасади можуть забезпечувати неофіційні можливості спостереження та часто підвищувати життєздатність і безпеку району».

Детальну класифікацію та приклади фасадів можна знайти українською у київської громадської ініціативи «Агенти змін» ось [тут](#).



Джерело: www.researchgate.net/profile/Chanuki_Seresinhe/

Якщо ваш простір межує з вулицею, оцінка активності/ неактивності фасадів може стати вам у пригоді. Під час мапування можна позначити символами тип того чи іншого фасаду. Активні фасади роблять місце привабливим і заохочують до прогулянки вулицею.

Водночас варто враховувати, що такі фасади частіше пов'язані з комерціалізованим простором, і вони більш актуальні для активних міських центрів. Не всі публічні простори мають бути комерціалізованими, бо в такому випадку місто може втратити свою ідентичність. Як і у випадку з лавами, тут важливий баланс.

Різноманіття та універсальність простору

Американський Проект для публічних просторів (Project for Public Spaces) розробив концепцію The Power of 10+ (Сила 10+). Її основна ідея полягає в тому, що публічні простори процвітають, коли користувачі мають цілий ряд причин, щоби залишатися в них (10+). Ідеться про можливість посидіти, зручно вмотитися для читання, поспілкуватися великою компанією; дитячі майданчики, якими можна насолодитися, вуличне мистецтво, до якого можна доторкнутися; почути музику, скуштувати їжу, пережити історію та зустріти людей. В ідеалі деякі з цих заходів мають бути унікальними саме для цього місця, відображаючи культуру та історію навколишньої громади. Тож, плануючи майбутній простір, подумайте про різноманіття активностей, якими можна буде займатися там.

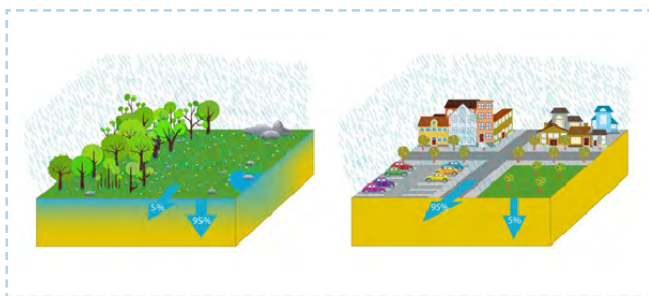
Екологічна сталість

Питання екологічної сталості міського середовища та збереження зв'язку із природою є дуже важливим із декількох причин. По-перше, це є невід'ємною умовою створення комфортних умов проживання у місті. По-друге, це спосіб пристосування міського середовища до глобальних змін клімату, які останніми роками стають складним викликом для усього світу. По-третє, збереження природи у місті дозволяє знизити навантаження на міські інженерні мережі і за рахунок цього економити бюджетні кошти.

Як саме природа у місті допоможе зробити його комфортнішим і знизити витрати? Наприклад, достатнє озеленення та загалом близькість до природи покращують міську екосистему, що позитивно впливає на здоров'я мешканців і опосередковано зменшує навантаження на систему охорони здоров'я.

Інший приклад — міське озеленення споживає значну частину опадів, чим зменшує навантаження на міську дощову каналізацію, що особливо актуально в умовах глобальних змін клімату.

Важливо розуміти, що останніми роками ймовірність погодних катаклізмів на кшталт екстремальних температур і рекордних опадів зростає, і міста повинні бути до них готовими. У цих умовах сталість міських екосистем стає ще важливішим.



Мал. Відсоток опадів, що проникають у землю у місті та на природі.

Аналіз озеленення

Для прийняття правильних рішень у подальшому проектуванні нового публічного простору варто проаналізувати озеленення на ділянці та прилеглих вулицях.

Для цього потрібно нанести на карту дерева та кущі, позначаючи такі їхні параметри:

- 🌿 вид рослини (наприклад, дуб, береза, клен тощо). Якщо вам складно визначити його самостійно, можна долучитися до групи [Рослинний світ України](#). Там можна викласти фото рослини, і спільнота допоможе розібратися;
- 📏 приблизна висота;
- 🌳 обхват стовбура на висоті один метр від рівня ґрунту;
- 🕒 орієнтовний вік (можна приблизно розрахувати за діаметром стовбура за формулою "1 рік — 1 см діаметру");
- 🔍 стан: чи є суттєві пошкодження кори або коренів, чи є паразити (гриби, омела), чи є незатягнуті злами великих гілок.

💬 Для того, щоби все зробити правильно, бажано залучити до процесу спеціалістів-дендрологів та/або працівників місцевого управління екології.

Окрім позначення рослин на паперовій карті, можна також використовувати спеціалізовані онлайн-додатки, наприклад [Inspectree.net](#). Як ним користуватися, можна дізнатися за [посиланням](#).

На основі зібраних даних слід виділити найбільш цінні рослини (дуже хороший стан, значні розміри, поважний вік, рідкісний вид або поєднання усіх цих якостей) та при подальших трансформаціях намагатися зберегти якомога більше. Також потрібно з'ясувати, чи не належать якісь рослини на ділянці проектування до переліку пам'яток природи — для цього потрібно написати відповідний інформаційний запит до органів місцевої влади.

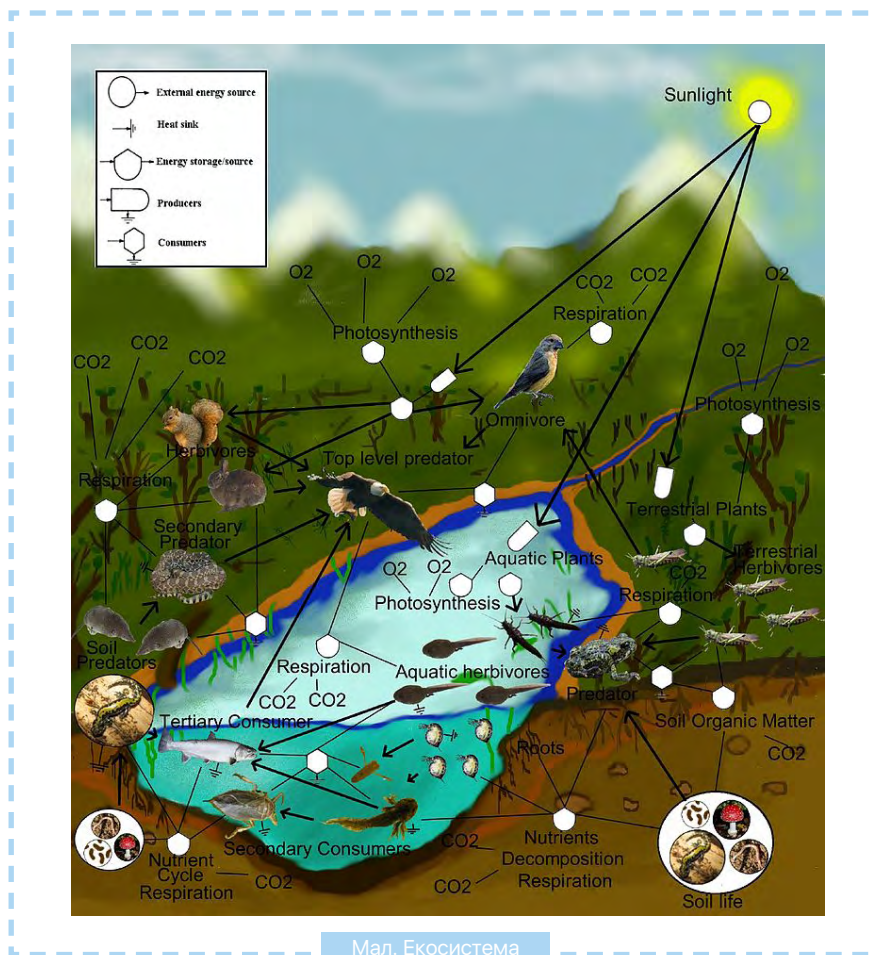
Окрему увагу слід приділити пташиним гніздам на деревах. Для цього потрібно залучити спеціаліста-орнітолога та врахувати його рекомендації під час подальшого проектування.

Біорізноманіття

Важливо розуміти, що природне середовище міста складається не лише з дерев і газонів. По суті, це ціла екосистема, у якій все взаємопов'язане, і для збереження її балансу важлива кожна з її численних складових.

Саме тому варто зберігати рослини-медоноси, а також дерева та кущі, чий плід є кормом для птахів та інших тварин. Значення має навіть стовбур поваленого дерева, під корою якого можуть жити личинки, що є поживою для багатьох видів птахів.

Якщо на ділянці є водойма, до переліку досліджень додається ще й аналіз водної флори та фауни. Для більш повного та коректного розуміння ситуації бажано залучити до процесу екологів.



Важливість біорізноманіття полягає ще й у тому, що при появі шкідників чи хвороб, які вражають лише певні види, загальна шкода при більшому різноманітті видів рослин буде меншою, ніж при монокультурності, адже проблеми будуть лише з частиною рослин, а не з усіма. Правило, яке використовують у міському менеджменті вуличних дерев у Барселоні, — максимум 15% дерев одного й того самого виду.

Поводження з водою

У час глобальних змін клімату, коли затяжні посухи й екстремальні опади чергуються, розумне поведіння з водою у міському середовищі стає надзвичайно важливим. Досвід десятків міст по всьому світу показує, що для підвищення стійкості міського середовища до кліматичних негараздів потрібно не лише розвивати каналізаційну мережу, а й залучати до процесу природні ресурси міста.

Цей підхід, який отримав неофіційну назву “Місто-губка”, складається з таких основних кроків:

- ✓ збільшення кількості озеленення на вулицях;
- ✓ максимальне відновлення наявних водойм;
- ✓ використання водопроникних покриттів;
- ✓ висадка рослин, що здатні споживати багато води;
- ✓ планування рельєфу території таким чином, щоби максимальна кількість опадів затримувалася на зелених зонах і просто йшла у ґрунт, не навантажуючи каналізацію;
- ✓ використання зелених дахів на будівлях.

Але для початку, як і у багатьох інших розділах, потрібно провести аналіз території.

Для цього вже знайомим нам методом меппінгу потрібно нанести на карту такі елементи:

- наявні на ділянці чи поряд із нею водойми (озера, ставки, річки, струмки);
- каналізаційні колектори (їхнє розміщення має бути відоме нам завдяки інформаційним запитам, які ми зробили, коли досліджували підземні комунікації);
- дощоприймальні решітки;
- ринви будинків (окремо слід позначити, які з них підключені до дренажної системи, а які виливають воду просто на тротуар);
- місця підтоплень під час сильних злив (тут варто поєднати різні методи дослідження — візуальне обстеження, опитування мешканців, пошук архівних фото у інтернеті);
- аналіз ґрунтових вод (потрібне залучення до процесу спеціаліста з гідрології).

Усю зібрану інформацію слід використати у проєкті та зорієнтувати його на збереження водних ресурсів території, їхнього максимального залучення до міського ландшафту.

СТАЛІ ТА ЯКІСНІ ПУБЛІЧНІ ПРОСТОРИ: УСПІШНІ КЕЙСИ

2013 року кияни захотіли отримати облаштовану зону відпочинку на березі Дніпра замість занедбаних хащів або приватної території за парканом. Ініціативу активістки Наталії Черногуб підтримало чимало однодумців. Спочатку люди намагалися змінити щось самотужки, а згодом звернулися до представників місцевої влади, щоби ті допомогли облаштувати зелену зону в урочищі Наталка на Оболоні. 2015 року місто таки отримало новий великий парк, яким і місцеві, і жителі та жителями прилеглих районів щиро пишуться та рекомендують кожному його відвідати.

Під час проектування у активістів, активісток і ландшафтних архітекторок була ціла низка ідей, які, на їхню думку, гармонійно доповнили й розвинули би місцевий простір.

Однак мешканці району мали дещо інше бачення. Проект викликав цілу низку обговорень, суперечок та врешті-решт домовленостей і компромісів. Проведені передпроектні дослідження допомогли автор(к)ам концепції парку краще зрозуміти потреби людей, оцінити недоліки та переваги простору та створити вдалий проект.

Дослідження громадської думки для проекту парку «Наталка» (м. Київ)

Перша хвиля досліджень відбулася 2014 року на етапі розробки проекту парку, коли на його місці були хащі та руїни, залишки старої інфраструктури та сміття. Основною метою дослідження було зрозуміти, чому люди все одно продовжують відвідувати не надто привабливе місце, які відчуття воно у них викликає та що вони би хотіли бачити тут. Проводилося вуличне анкетування з елементом мейпінгу та Інтернет-опитування (посилання на анкету поширювалося в соціальних мережах Оболоні, роздатковими картками на вулиці, оголошеннями на території парку).

Вибірка обох опитувань була випадкова, стихійна. Головним завданням було не стільки отримати репрезентативні дані, скільки зібрати інформацію від відвідувачів, яка би підтвердила чи спростувала гіпотези та бажання активістів стосовно облаштування парку. Провести вуличне опитування допомогли волонтери, які зголосилися підтримати ініціативну групу. Анкета була друкованою із двома блоками — запитання та карта.

Друга хвиля досліджень відбулася 2018 року в моніторинговій стратегії. Треба було з'ясувати, наскільки перший і другий етапи трансформації паркового простору задовольняють відвідувачів, що вони роблять у вже облаштованому просторі. Провели і моніторинг соціальної комунікації навколо реконструкції парку. Було організоване вуличне експрес-опитування (методом інтерв'ю, опитувальник був електронним), спостереження та аналіз інформації з інтернету й соціальних мереж зокрема (використано метод контент-аналізу; в даному посібнику ми його не розглядали, адже він потребує професійного виконання).

Майбутнє

ПАРКУ НАТАЛКА

залежить від тебе



VS



Прийми участь в анкетуванні
що відбудеться 21.08.2014 на
території парку з 10:00 до 17:00



НЕ БУДЬ БАЙДУЖИМ!

Приєднуйся до обговорень на:

www.facebook.com/groups/parknataka



тел. +38(095) 282 83 82



ДЕМОКРАТИЧНИЙ
АЛЬЯНС

Дякуємо за поліграфічну підтримку Типографію "Планета" planeta.lg.ua

АНКЕТА ПЕРШОЇ ХВИЛІ

Шановний респонденте!

Перед Вами мапа місцевості, яка має назву **урочище «Наталка»**, але в народі більше відома як **парк Оболонь** або просто **Оболонська Набережна**.

Нам цікаво знати Вашу думку про це місце. Ваші відповіді будуть використані лише в узагальненому вигляді і допоможуть нам спільно змінити парк на краще.

Ми всі хочемо жити в гарному місті, тому ми, небайдужі оболонці, прагнемо разом з вами перетворити цей парк на найкраще місце для нашого відпочинку.

Заздалегідь вдячні, що присвятили нам Ваш час.

Погляньте уважно на мапу, «зорієнтуйтеся на місцевості», знайдіть знайомі місця, згадайте Ваші звичайні прогулянки парком. Зорієнтувалися?

Зробіть, будь ласка, декілька позначок на мапі.

Навіть, якщо Ви буваєте в парку вкрай мало, або навіть опинились тут вперше/випадково.

1. Вкажіть:

1.1. Звідки Ви зазвичай заходите до парку – позначте це місце виразним «хрестиком» на мапі: ось так: —X

1.2. Прокладіть на мапі стрілочками Ваш найзвичніший маршрут прогулянки парком: ось так: —————> від місця початку прогулянки і до місця її завершення.

Якщо до вашого маршруту входить Оболонська набережна вздовж котеджного містечка та далі позначте це відповідними стрілочками ліворуч на мапі від Гольф-Клубу в сторону або зі сторони набережної.

1.3. Позначте на мапі трикутниками (ось так: ) Ваші улюблені місця, або які Вам найбільше подобаються.

1.4. Позначте на мапі квадратиком (ось так: ) місця, які Вам не подобаються або дратують;

1.5. Позначте на мапі територію, яка для Вас є найбільш зручною, - обведіть цю ділянку ось так: 

1.6. Позначте на мапі територію, яка на Вашу думку є найнезручнішою для відвідування, - обведіть її та закресліть, ось так: 



АНКЕТА ПЕРШОЇ ХВИЛІ

Тепер просимо Вас відповісти на декілька запитань про парк

Будь-ласка, позначте Ваші варіанти відповідей кружечками. Дякуємо

2.1. Як часто Ви відвідуєте парк?

- 1 – щодня
- 2 – раз-два на тиждень
- 3 – іноді, раз на один-два місяці
- 4 – зрідка, - раз на півроку
- 5 – час від часу, немає регулярності
- 6 – вперше, був один раз, або опинився тут випадково

2.2. В які дні тижня Ви найчастіше відвідуєте парк?

- 1 – в будні: ПЕРЕВАЖНО це (оберіть, обвеші в кружечок) - ПН ВТ СР ЧТ ПТ
- 2 – у вихідні (СБ НД)
- 3 – у свята, або канікули, коли випадає поспіль декілька вільних днів
- 4 – немає регулярності

2.3. В який час переважно Ви відвідуєте парк?

- 1 – вранці (з 5 год. до 11 год.)
- 2 – вдень (з 12 год. до 16 год.)
- 3 – ввечері (з 17 год. до 21 год.)
- 4 – вночі (з 21 год. до 4 год.)
- 5 – порівному, немає чіткого часу, але переважно варіант _____ (тут вказати один з вищезазначених в цьому ж питанні від 1 до 4)
- 6 – залежить від пори року, ПЕРЕВАЖНО це (оберіть, обвеші в кружечок) ЗИМА ВЕСНА ЛІТО ОСІНЬ і час, відповідно, _____ (тут вказати один з вищезазначених в цьому ж питанні від 1 до 4)

2.4. Як далеко від парку Ви мешкаєте?

- 1 – будинок вздовж Оболонського проспекту (від ст. м. «Петрівка» до ст. м. «Героїв Дніпра») та прилеглих вулиць
- 2 – будинок вздовж Оболонської набережної або пр. Героїв Сталінграду (парні номери)
- 3 – будинок на пр. Героїв Сталінграду (непарні номери) та прилеглих вулицях
- 4 – будинок з прилеглих вулиць в районі вул. Богатирської
- 5 – я не з Оболони (вказіть район, звідки Ви _____)

2.5. Як Ви зазвичай потрапляєте до парку?

- 1 – пішки
- 2 – громадським транспортом (автобус, тролейбус, маршрутка, трамвай, метро)
- 3 – велосипедом
- 4 – автомобілем (якщо так, поверніться до мали і позначте літерою «П» Ваше звичне місце паркування)

2.6. Що Ви зазвичай берете з собою, ідучи до парку?

- 1 – їжу
- 2 – напої
- 3 – спортивне обладнання (ролики, скейтборд тощо)
- 4 – велосипед
- 5 – обладнання для ігор на свіжому повітрі (м'яч, бадмінтон, фрісбі тощо)
- 6 – складний стілець, каремат чи ковдр для сидіння на травині
- 7 – щось почитати
- 8 – ноутбук, планшет для роботи
- 9 – дитячі іграшки
- 10 – Ваш варіант _____

2.7. Що Ви зазвичай робите в парку?

- 1 – гуляю наодинці
- 2 – гуляю з дитиною
- 3 – гуляю з друзями / близькими людьми
- 4 – їзджу на велосипеді / роликах / скейті; катаюся на санках / лижах
- 5 – влаштовую пікнік
- 6 – рибалю
- 7 – засмагаю
- 8 – читаю
- 9 – вигулюю домашніх тварин
- 10 – граю в рухливі ігри
- 11 – займаюся спортом, користуюся спортивним майданчиком
- 12 – призначаю ділові зустрічі
- 13 – слухаю музику, прогулюючись набережною
- 14 – відвідую ресторани, кав'ярні
- 15 – відвідую магазини
- 16 – відвідую салон краси
- 17 – відвідую секцію/клуб
- 18 – купую каву/напої і гуляю
- 19 – відвідую атракціони
- 20 – спостерігаю за подіями (концерти, конкурси тощо)
- 21 – милуюся краєвидами Дніпра та його берегів
- 22 – інше _____

3.1. Чи задоволені Ви станом парку?

- 1 – дуже задоволений
- 2 – задоволений
- 3 – не дуже задоволений
- 4 – дуже незадоволений
- 5 – мені байдуже

3.2. Що Вас приваблює в парку? (поставте у відповідному стовпчику галочку «V»)

	дуже приваблює	відносно приваблює	не важливо
1 природа (зелені насадження: галявини та дерева)			
2 річковий берег			
3 можливість прогулятися			
4 свіже повітря			
5 труба (кесон)			
6 парк атракціонів			
7 можливість влаштувати пікнік			
8 спортивний майданчик			
9 дитячі майданчики			
рибалка			
11 тиша, спокій			
12 можливість на людей подивитися, себе показати			
13 близькість від місця проживання			
14 можливість використовувати як місце для зустрічей			
15 можливість займатися спортом (пробіжки, тренажери)			
16 можливість кататися на велосипеді			
17 можливість вигуляти домашню тварину			
18 Ваш варіант:			

3.3. Що Вас не задовольняє в парку? (поставте у відповідному стовпчику галочку «V»)

	дуже не вистачає	деякою мірою не вистачає	байдуже
1 неприбране сміття			
2 недоглянуте озеленення (бур'яни, повалені дерева та інше)			
3 відсутність лавочок			
4 відсутність освітлення			
5 відсутність сміттивиків			
6 відсутність облаштованих пішохідних доріжок			
7 відсутність облаштованих місць та сервісу для пікніку			
8 відсутність облаштованої набережної для прогулянок			
9 відсутність фонтану			
10 відсутність туалетів			
11 замала кількість облаштованих спортивних майданчиків			
12 відсутність місць, де можна придбати недорогу готову їжу			
13 відсутність альтанок, критих павільйонів від негоди			
14 відсутність облаштованих вело доріжок			
15 відсутність зручних місць для паркування автомобіля			
16 відсутність облаштованого місця для вигулу та тренування домашніх тварин			
17 відсутність охорони			
18 відсутність wi-fi на території парку			
20 пікніки й запахи від них			
21 автомобілі на території парку			
22 велосипедисти на доріжках			
23 шум, галас			
24 багато людей			
25 Ваш варіант:			

4.1. Яка з наведених нижче альтернатив Вас приваблює найбільше?

- 1 – регулярна організація в парку масових розваг (проведення святкових заходів, концертів, конкурсних програм, рекламних кампаній, виставок, кінопереглядів на відкритому просторі, турнірів і змагань тощо)
- 2 – існування парку виключно як загального простору (традиційної зеленої зони міста), де кожен відвідувач самостійно організовує свій час

4.2. Які з культурно-масових заходів Ви б відвідували на території парку (або які Ви цікавитесь)?

- 1 – вуличні кінопокази
- 2 – дитячі, сімейні фестивалі
- 3 – фестивалі дозволяють для дорослих
- 4 – спортивні конкурси, змагання, турніри
- 5 – концерти музичних або танцювальних виконавців
- 6 – презентації, акції товаровиробників
- 7 – святкові заходи
- 8 – освітні заходи, майстер-класи
- 9 – турнір рибалок
- 10 – виставки митців (художників, скульпторів)
- 11 – благодійні заходи зі збору коштів
- 12 – ваш варіант _____

4.3. До яких з наступного переліку дій Ви готові?

- 1 – брати в оренду спортивний та ігровий інвентар
- 2 – купувати фаст-фуд на території парку
- 3 – брати в оренду стільці, лежачки, ковдри
- 4 – брати в оренду катамаран, човен
- 5 – брати в оренду велосипед, ролики
- 6 – купувати квитки на культурні та мистецькі заходи
- 7 – робити пожертви на догляд за інфраструктурою парку
- 8 – брати участь в благодійних заходах з благоустрою та прибиранню парку
- 9 – брати участь в безкоштовних масових змаганнях і конкурсах
- 10 – самостійно організовувати або допомагати організовувати заходи в парку
- 11 – брати в оренду інвентар для пікніку
- 12 – ні до чого з вище перерахованого

4.4. Яку суму грошей Ви готові витратити на своє дозвілля на одну особу під час перебування в громадських місцях відпочинку?

- 1 – до 50 грн.
- 2 – 50-150 грн.
- 3 – 150-300 грн.
- 4 – 300-500 грн.
- 5 – більше 500 грн.
- 6 – взагалі не готовий витратитися

5.1. Ваша стать

- 1 – чоловік
- 2 – жінка

5.2. Ваш вік

- 1 – до 18 років
- 2 – 18-25 років
- 3 – 26-40 років
- 4 – 41-60 років
- 5 – 61-80 і більше років

5.3. Ваша освіта

- 1 – неповна середня
- 2 – загальна середня
- 3 – середня спеціальна
- 4 – неповна вища
- 5 – вища
- 6 – науковий ступінь

5.4. Сфера Вашої діяльності

- 1 – приватний підприємець
- 2 – державний службовець
- 3 – кваліфікований працівник
- 4 – керівник підрозділу
- 5 – найманий робітник
- 6 – студент, школяр
- 7 – пенсіонер
- 8 – домогосподар(-ка)
- 9 – безробітний(-а)
- 10 – інше _____

5.5. Яка з наведених нижче оцінок найточніше характеризує Ваш матеріальний стан?

- 1 – грошей не вистачає навіть на придбання продуктів харчування;
- 2 – грошей вистачає лише на придбання продуктів харчування;
- 3 – грошей достатньо для придбання необхідних продуктів і одягу, для купівлі інших товарів необхідно заощаджувати;
- 4 – купівля більшості товарів довгострокового використання (холодильник, телевізор) не викликає труднощів, проте купити авто чи квартиру не в змозі;
- 5 – грошей достатньо, щоб ні в чому собі не відмовляти.

5.6. Чи є у Вас діти?

- 1 – так (скільки _____)
- 2 – ні – опитування завершено

5.7. Якого віку Ваші діти?

- 1 – 0-1 років
- 2 – 1-3 роки
- 3 – 4-6 років
- 4 – 7-10 років
- 5 – 11-14 років
- 6 – 15-17 років

Щиро дякуємо за Ваші відповіді!

Опитування проводиться ГО "Парк Наталка"

Надруковано за допомоги



АНКЕТА ДРУГОЇ ХВИЛІ

АНКЕТА

1. Чи проживаєте Ви на Оболоні?

- 1) Так
- 2) Ні (переходьте до питання №2)

2. Скажіть, будь ласка, де Ви проживаєте:

- 1) Інший район міста Києва. Який? _____
- 2) Інше місто.

3. Чи відомо Вам за чиєї ініціативи відбулася і відбувається зараз реконструкція цього парку?
(варіанти відповідей не промовляються, фіксуються відповідні з переліку, інше – вписується)

1. Активісти
2. ГО “Парк Наталка”
3. Наталія Черногуб (+ всі варіанти її імені ... скорочені і т.д.)
4. Місцеві жителі
5. Київська Міська Рада/депутати
6. Бізнесмени/меценати
7. Мер Києва (Кличко Володимир)
8. Оболонська районна адміністрація
9. Микола Овсепян (+ всі варіанти його імені ... скорочені і т.д.)
10. Важко відповісти / Не знаю
11. Інше _____

4. Якщо у Вас виникне бажання чи необхідність поскаржитись або пожалітись у випадку фіксації Вами якогось порушення в парку, то куди саме Ви звертатиметесь?

(варіанти відповідей не промовляються, фіксуються відповідні з переліку, інше – вписується)

1. ГО “Парк Наталка”
2. Оболонська районна адміністрація
3. Київська міська державна адміністрація
4. Контактний центр м. Києва - 1551
5. Соціальні мережі (ФБ)
6. Нікуди не звертатимусь
7. Важко відповісти
8. Інше _____

5. Чи хотіли б Ви щось змінити, додати або прибрати з парку?

(варіанти відповідей не промовляються, фіксуються відповідні з переліку, інше – вписується)

1. Заборонити вигул собак або огородити окрему територію для цього
2. Додати музику в парку
3. Додати фонтани
4. Поставити більше лавочок
5. Створити більше місць розваг для дітей
6. Створити більше місць розваг для дорослих
7. Зони барбекю/шашлику і т.ін.
8. Додати зелених насаджень
9. Інше _____

6. Ваш вік?: _____ (запитуємо і фіксуємо число)

7. Стать (не запитуємо, фіксуємо за зовнішніми ознаками)

1. Чоловіча
2. Жіноча

Дякуємо за участь в опитуванні!

БЛАНК СПОСТЕРЕЖЕННЯ ДРУГОЇ ХВИЛІ

Спостерігач:		Місце:			Дата:	Час:	Загально людей поодинокі:	Загально пар:	Загально груп:
	К-ть люд	Жіноча стать	Чоловіча стать	Вік	Види діяльності 1. Прогулянка (ходьба) 2. Прогулянка з дітьми дошкільного віку. 3. Вигул тварин; 3.1 прибрали; 3.2 не прибрали. 4. Пасивний відпочинок (сидіння на лавочці). 5. Заняття спортом; 5.1 йога; 5.2 біг; 5.3 фітнес; 5.4 гімнастика; 5.5 аматорські ігри (фрісбі, м'яч та інші). 6. Велопогулянка. 7. Паління. 8. Викидання сміття в не відведених для цього місцях. 9. Вживання алкоголю. 10. Пікнік. 11. Читання. 12. Фотографування. 13. Риболовля. 14. Інше			Місце перебування 1. Альтанка 2. Дитячий майданчик 3. Спорт майданчик 4. Громадська вбиральня 5. Набережна 6. Біля води 7. Місце для закоханих 8. Велодоріжка 9. Інше	Зона фіксації 1. Зона 1 (центральный вхід та верхня вулиця). 2. Зона 2 (набережна).
Одна людина	1								
	1								
	1								
	1								
Пара	2								
	2								
	2								
	2								
Мала група (3-6)									
Велика група (від 7)									

*На звороті-примітки

ДО



Фото: Г. Мельничук



Джерело ФБ сторінка парку Наталка



Фото: Н. Черногуб

ПІСЛЯ



Фото: А. Петренко-Лисак



Джерело ФБ сторінка парку Наталка



Фото: А. Петренко-Лисак

КОРИСНІ ПОСИЛАННЯ

ЩО ТАКЕ ПУБЛІЧНІ ПРОСТОРИ

Ігор Тіщенко. Що таке публічні простори // Mistosite. – URL: <https://mistosite.org.ua/ru/articles/shcho-take-miskyi-publichnyi-prostir>

ВИВЧАЄМО ЛЮДЕЙ

Богдан О. Що варто знати про соціологію та соціальні дослідження? Посібник-довідник для громадських активістів та всіх зацікавлених. – К.: Дух і Літера, 2015. – 380 с. – URL: http://www.sii.org.ua/wp-content/uploads/2016/07/Bogdan_SocRe-search.pdf

Паніотто В., Харченко Н. Методи опитування. – К.: Видавничий дім "Києво-Могилянська академія", 2017. – 342 с.

Санофф Г. Демократичне проектування. Тематичні дослідження співучасті у створенні середовища мегаполісів та малих міст. – Дніпро: Книжкова літера, 2018. – 172 с.

Дядікова О. Гра як інструмент: що таке гейміфікація? // Mistosite. – URL: <https://mistosite.org.ua/ru/articles/hra-iak-instrument-shcho-take-heimifikatsiia> та Грищенко М., Дядікова О. Гейміфікація партисипації. Гра як інструмент залучення. // Mistosite. – URL: <https://mistosite.org.ua/articles/heimifikatsiia-partysypatsii-hra-iak-instrument-zaluchennia>

ВИВЧАЄМО ПРОСТІР

Вимірюємо вулиці. Департамент організації транспорту м. Нью-Йорк, США
<http://www.nyc.gov/html/dot/downloads/pdf/2012-10-measuring-the-street.pdf>

Інструментарій розмаїття суспільного життя: прототип вимірювання соціального змішування та економічної інтеграції в публічному просторі, Gehl Studio SF - A Gehl Architects Company
https://gehl.institute.org/wp-content/uploads/2017/02/Gehl_PublicLifeDiversityToolkit_Pages-1.pdf

Що робить публічний простір успішним. Project for Public Spaces, USA
<https://www.pps.org/article/grplacefeat>



ДЯКУЄМО, ЩО БУЛИ З НАМИ!