

Соціокомунікаційний чинник у просторовій організації та розвитку міст

Микола Габрель¹, Йосиф Хром'як², Наталія Лисяк³

1. Центр моделювання розвитку урбанізованих систем (науково-дослідний сектор), Національний університет «Львівська політехніка» Інститут підприємництва та перспективних технологій, УКРАЇНА, м. Львів, вул. Горбачевського, 18.
2. Кафедра інформаційних систем та технологій, Національний університет «Львівська політехніка» Інститут підприємництва та перспективних технологій, УКРАЇНА, м. Львів, вул. Горбачевського, 18.
3. Кафедра економіки і маркетингу, Національний університет «Львівська політехніка» Інститут підприємництва та перспективних технологій, УКРАЇНА, м. Львів, вул. Горбачевського, 18,
E-mail: dir.ippt@gmail.com

The influence of public communications on spatial organization and urban development was examined. This theory justified the category of social communication space for urban and socio-economic problems; public communication characteristics and their localization in space of Lviv was made; links between sotsiokomunikatsiynym factor and space was founded. The ways of spatial changes based on the requirements of structuring and effective usage social and communication factor.

Keywords – social communication, social communication space, spatial organization of the city.

Урахування суспільної думки та суспільних відносин стає обов'язковим при розробці містобудівної документації та стратегій розвитку міст. Думка громади й її суспільних груп стає умовою суспільної підтримки пропонуваного рішення, об'єднує локальні спільноти, ідентифікує їх з певним простором міста. Соціокомунікаційний чинник розглядається як сукупність соціальних та комунікаційних характеристик, що впливають на умови комунікацій в містах. Авторами пропонується ввести поняття «соціокомунікаційний простір» як середовище, де реалізуються соціальні комунікації.

Метою дослідження є зв'язки між соціокомунікаційним чинником та просторовою організацією міст.

Для характеристики простору міст використано модель, яка включає виміри: «людина – функції – умови – геометрія – час» [1]. Дослідження проведено на прикладі м. Львова. Бралась до уваги: геометричні характеристики простору (площа, конфігурація, розташування, характер забудови); привабливість (інфраструктура, транспортна доступність, комфорт, зовнішній вигляд, можливості активностей та проведення часу спілкування); часові (наявність історико-архітектурних об'єктів, знакових будівель і споруд тощо). Були зібрані статистичні та дані натурних обстежень. За отриманими показниками виділено території в просторі Львова, на яких соціокомунікаційний чинник має найбільші прояви. До таких територій належать: центральна частина міста, парки, ринки (у т.ч. нові центри торгівлі і послуг), прибудинкові території, комунікаційні простори.

Зібрані емпіричні дані вказують на наявність зв'язків між суспільно-комунікаційним чинником та простором міста. Встановлені загальні впливи суспільно-комунікаційних характеристик на диференціацію простору (об'єктивні та суб'єктивні оцінки), а також на архітектурно-ландшафтну організацію окремих фрагментів простору міста. Виявлено, що чим вищий рівень суспільних комунікацій тим краща організація простору. Встановлено, що якість простору залежить від типу суспільних комунікацій різних суспільних груп (вік, освіта, фах, політичні орієнтири, духовні цінності, матеріальний статус). Найбільший ефект при суб'єктивній та об'єктивній оцінці спостерігається тоді, коли проявляються всі його складові: мережа зв'язків, довіра, норми поведінки. Відбувається це тому, що ці складові між собою пов'язані, а кожен з цих компонентів виконує свою функцію.

Оцінка, що була проведена у виділених суспільних групах підтверджує, що на просторове урізноманітнення міста впливає не тільки рівень суспільних комунікацій, але і їх тип. Найбільш позитивно простір для реалізації своїх суспільних потреб оцінює студентська молодь, яка характеризується спільністю всіх вимірів і знаходить можливості для комунікацій у просторі локального проживання (студентські містечка).

Щодо зв'язків між суспільними комунікаціями та шляхами і перспективами соціально-економічного розвитку міста, то слід підкреслити важливе значення комунікацій сформованих за ознаками матеріального стану, місця проживання та віку. Встановлено, що соціальні комунікації реалізуються активніше людьми, які мають найкращі зв'язки, довіру та спільні норми. Вплив комунікацій має мати важливе значення на шляхи та форми розвитку міста. Суспільно-комунікаційні характеристики диверсифікують досліджуваний зв'язок, оскільки спостерігається збільшення різниці в питанні шляхів розвитку міста між людьми з різним типом суспільної поведінки.

У сьогодишніх умовах у містобудуванні зростає увага до громадського, простору. Без сумніву, врахування суспільно-комунікаційних характеристик є необхідним для функціонування, організації та розвитку міст, дає економічну користь, підвищує якість міського середовища та комфортність умов проживання. Неврахування складових цього чинника створює загрози для простору та виступає гальмом соціально-економічного розвитку міст.

Література

1. Габрель М. М. *Просторова організація містобудівних систем* : моногр. / М. М. Габрель ; [Інститут регіональних досліджень НАН України]. — К. : Видавничий дім А.С.С, 2004. — 400 с; 2. *Социальная коммуникация [Электронный ресурс]*. — Режим доступу: <http://sotsiologia.ru>; 3. Fine B. *Theories of Social Capital: Researchers Behaving Badly [Електронний ресурс]* / Ben Fine. — London : Pluto Press, 2010. — Режим доступу : www.socialcapitalgateway.org; 4. Putnam R. D. *Bowling Alone: America's Declining Social Capital* / R. D. Putnam // *Journal of Democracy*. — 2003. — № 6 (1). — P. 65–78; 5. Woolcock M. *Social Capital and Economic Development: Toward a Theoretical Synthesis and Policy Framework* / M. Woolcock // *Theory and Society*. — 1998. — № 27 (2). — P. 151–208.