

РОЗВИТОК РЕГІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

УДК 711.4 + 364.122.5

М.М. ГАБРЕЛЬ,
д. техн. н., професор, Навчально–науковий Інститут підприємництва та перспективних технологій
Національного університету «Львівська політехніка»

Й.Я. ХРОМ'ЯК,
к.техн.н., Навчально–науковий Інститут підприємництва та перспективних технологій
Національного університету «Львівська політехніка»

Н.М. ЛИСЯК,
к.е.н., Навчально–науковий Інститут підприємництва та перспективних технологій
Національного університету «Львівська політехніка»

Соціокомунікаційний чинник у просторовій організації та розвитку міст

У статті досліджено вплив суспільних комунікацій на просторову організацію та розвиток міст. При цьому теоретично обґрунтовано категорію «соціокомунікаційний простір» для містобудівних та соціально–економічних задач; здійснено вибір методів дослідження; дана характеристика суспільних комунікацій та їх локалізація в просторі міста Львова з урахуванням об'єктивних та суб'єктивних його властивостей; виявлено зв'язки між соціокомунікаційним чинником та простором, а також просторову локалізацію потенціалу. Обґрунтовано шляхи просторових змін на основі вимог структуризації й ефективного використання соціокомунікаційного чинника.

Ключові слова: суспільні комунікації, соціокомунікаційний чинник, соціокомунікаційний простір, просторова організація міста.

М.М. ГАБРЕЛЬ,
д. техн. н., професор, Учебно–научный Институт предпринимательства и перспективных технологий
Национального университета «Львовская политехника»

Й.Я. ХРОМ'ЯК,
к.техн.н., Учебно–научный Институт предпринимательства и перспективных технологий
Национального университета «Львовская политехника»

Н.М. ЛИСЯК,
к.э.н., Учебно–научный Институт предпринимательства и перспективных технологий
Национального университета «Львовская политехника»

Социокommунікаційний фактор в просторовій організації та розвитку міст

В статье исследовано влияние общественных коммуникаций на пространственную организацию и развитие городов. При этом теоретически обосновано категорию «социокommунікаційное пространство» для решения градостроительных и социально–экономических задач; осуществлен выбор методов исследования; дана характеристика общественных коммуникаций и их локализация в пространстве города Львова с учетом объективных и субъективных свойств; выявлено связи между социокommунікаційным фактором и

пространством города. Обоснованы пути пространственных изменений на основе требований структуризации и использования социокоммуникационного фактора.

Ключевые слова: *общественные коммуникации, социокоммуникационный фактор, социокоммуникационное пространство, пространственная организация города.*

N. GABREL,

Prof. National University «Lviv Polytechnik

Y. KHROMYAK,

Ph.D National University «Lviv Polytechnik

N. LYSYAK,

Ph.D National University «Lviv Polytechnik»

Socio-communication factor in spatial organization and urban development

In the article researched impact social communications on spatial organization and urban development. This theory justified the category of «social and communication space» for urban and socio-economic problems of the cities. Social communications and their localization in the space in Lviv was analyzed. The links between social, communication and space factor of the city was found. The ways of spatial changes based on the requirements of structuring and effective usage social and communication factor.

Keywords: *social communication, social and communication space, urban space organization.*

Постановка проблеми. Міста, а особливо великі, відносяться до класу гіперсистем, характерними ознаками яких є наявність інтелектуальної складової, надзвичайна складність і динамізм. Їх складність зумовлює необхідність урахування соціальних, економічних, технологічних, екологічних, естетичних, історичних та інших характеристик, відносин і зв'язків при обґрунтуванні стратегій та містобудівних рішень їх розвитку. Для всебічного дослідження прогнозування, розвитку та проектування міст слід оперувати великими масивами інформації. Конкретизовано вихідні положення добору та опрацювання інформації для дослідження:

– підбір інформації підпорядковується меті роботи в цілому, а також задачам, які будуть розв'язуватися за результатами досліджень;

– застосування нових підходів до збору та опрацювання інформації, зокрема при складанні програмних документів і стратегій розвитку міст;

– дослідження й проектування міст як систем потребує певної абстракції і спрощеного представлення. Найефективнішим засобом спрощення є моделювання, коли модель відображає лише основні властивості об'єкта, абстрагуючись від другорядних. До основних характеристик містобудівної системи нами віднесено: межі системи, тип структури, характер взаємозв'язку «вхід-вихід», специфіка функціонування, рівень організованості, особливості життєвого циклу системи, економічність, екологічність та ефективність;

– при зростанні складності проблем їх все важче зводити до суто математичних задач, а нематематичні методи зменшують об'єктивність. Вихід із такої ситуації — в об'єднанні цих двох різних сфер людського мислення: строго логічного, що спирається на можливість математичних методів, і ірраціонального, в

основі якого не лише досвід та навички, але й чуттєве сприйняття навколишнього світу. Оскільки процес соціально-економічного розвитку та просторової організації міст містить творчі компоненти, врахуванню неформальних складових приділено значну увагу;

– характеристика містобудівної системи здійснюється за рівнем ієрархії, а саме: абсолютні показники використовуються для окремих елементів системи, групові — для характеристики взаємозв'язку між складовими, комплексні — для опису окремих підсистем, інтегральні — для характеристики системи в цілому. Узагальнюючі критерії формуються в межах однорідної групи властивостей. Оцінку стану системи та її розвитку доцільно здійснювати на багатокритеріальній основі, у т.ч. і за узагальненими критеріями в межах однорідних груп.

Важливою особливістю обґрунтування шляхів розвитку міст виступає недостатнє усвідомлення глобальних змін, що відбуваються, в т.ч. у зв'язку з інформатизацією суспільства. Стратегії розробляються за одноманітним методологічним підходом, а їх обґрунтування й оновлення генпланів стає інтелектуально складним завданням. Як розробники Стратегії та містобудівної документації, так і керівники міст мають бути інтелектуально готовими до осмислення глобальних процесів і їх прояву на конкретну територіальну громаду, володіти сучасним методологічним інструментарієм обґрунтування рішень

У нових політичних та соціально-економічних умовах має принципово змінитися методологія передпроектних досліджень та обґрунтування містобудівних рішень, зокрема у розрізі повнішого врахування людського виміру та дослідження соціального потенціалу. Слід відійти від трактування людини як засобу

виробництва, узагальнено розглядаючи соціально-демографічні характеристики та обґрунтовуючи трудові ресурси для розвитку містоутворювальної й містообслуговуючої групи сфер. Урахування суспільної думки та суспільних відносин стає обов'язковим при розробці містобудівної документації й стратегій розвитку міст. Думка громади і її суспільних груп перетворюється в умову суспільної підтримки пропонованих рішень, об'єднує локальні спільноти, ідентифікує їх з певним простором міста.

Аналіз досліджень та публікацій. На жаль, зацікавлення соціокомунікаційним чинником в урбаністичній науці є недостатнім. Технічні науки вивчають можливості й способи передачі, обробки та зберігання інформації, створення спеціальних кодів — систем певних символів і правил, за допомогою яких можна подати необхідну інформацію. Психологія розглядає чинники, які сприяють передачі та сприйняттю інформації, причини, які ускладнюють процес міжособистісної й суспільної комунікації, а також умотивованість мовної поведінки комунікантів. Етнографія вивчає побутові та культурологічні особливості комунікації як спілкування в різних етнічних ареалах. Соціологія досліджує проблеми зв'язків і відношень окремих особистостей, малих та великих соціальних груп. У політології виник окремий напрям, який досліджує політичні процеси з погляду інформаційного обміну між суб'єктами політики [6–8].

Розгляд явищ урбанізації, проблем просторової організації та соціально-економічного розвитку міст з урахуванням соціокомунікаційного чинника допоможе не тільки зрозуміти нові механізми розвитку міст, а й розкриє шляхи і потенціал покращення міського середовища й якості життя мешканців. Це питання в час кризи і недосконалості ринкових механізмів заслуговує на особливу увагу. Інтерес до вивчення суспільного простору міста не є суто теоретичним, він продиктований нагальними практичними потребами. Сьогодні в різних містах світу створюються міждисциплінарні робочі команди, що складаються з архітекторів, урбаністів, економістів, соціологів, «інформатиків» тощо, які займаються розробкою й втіленням у життя проектів «ефективного» суспільного простору, що мають на меті покращення комунікації та взаємодії в міському просторі, а також підвищення його безпеки. Обґрунтована проблема набуває особливої значення для великих міст. Вимагають узагальнення та осмислення певні категорії.

Категорії, використовувані в статті.

Комунікації — процес обміну інформацією між двома або більше особами; виникають між людьми, суспільними групами, органами місцевого самоврядування, рівнями управління тощо. В епоху інформаційного суспільства комунікації забезпечують: прогресуюче

задоволення людських потреб в інформаційних продуктах і послугах; створення глобального інформаційного простору, здатного забезпечити нову якість життя; радикальні зміни в усій системі суспільних відносин (політичних, правових, духовних та ін.); збільшення питомої ваги інформаційно-комунікативних технологій, продуктів та послуг у валовому внутрішньому продукті (ВВП) країни; появу якісно нових комунікацій й ефективної інформаційної взаємодії людей на засадах зростаючого доступу до національних і світових інформаційних ресурсів, подолання інформаційної нерівності (бідності); якісні суспільні трансформації, зміщення акцентів з виробничої до невиробничої сфер, зміну характеру інформаційних потоків [4].

Американський соціолог Льюїс Вірт [2] звертає увагу на характерні особливості комунікацій у містах: міські мешканці спілкуються активніше і частіше, але міжособистісні стосунки в місті є знеособленими, не такими близькими, як у селі. Втрачаються традиційні підстави суспільного життя: слабнуть родинні та сусідські зв'язки (у селі люди разом працюють, ходять до церкви, знають одне одного змалку тощо). Натомість з'являються нові види людських стосунків, які переважно нетривкі, мають тимчасовий, знеособлений характер, превалюють формальні види соціального контролю. Конкуренція переважає над співпрацею. Городянин не здатен емоційно реагувати на кожну людину, з якою він контактує. Міський стиль життя, на відміну від сільського, передбачає набагато ширші, але менш глибокі контакти між людьми, з'являється почуття самотності в групі.

Соціокомунікаційний чинник — сукупність соціальних і комунікаційних характеристик, що впливають на умови комунікацій у містах. Авторами пропонується ввести поняття «соціокомунікаційний простір» як середовище, де реалізуються соціальні комунікації.

Мета статті — дослідити зв'язки між соціокомунікаційним чинником та просторовою організацією міст. При цьому вирішувались завдання:

- теоретичного осмислення проблематики «соціокомунікаційний чинник» та «соціокомунікаційний простір» для задач соціально-економічного розвитку й просторової організації міст;
- вибору методів дослідження порушеної проблематики;
- характеристики соціальних комунікацій у просторі Львова;
- виявлення зв'язків між соціальними комунікаціями та простором Львова, а також просторової локалізації цього потенціалу;
- обґрунтування напрямів просторових змін і соціально-економічного розвитку на основі вимог структуризації й ефективного використання соціокомунікаційного чинника.

Виклад основного матеріалу.

I. Теоретичне осмислення та методи дослідження проблематики. Для характеристики простору міст використано модель яка включає виміри: «людина – функції – умови – геометрія – час» [1]. На етапі аналізу просторових структур міст сформовано множину показників із застосуванням методик відбору найвагоміших характеристик простору та їх взаємодій:

у людському вимірі (L) – чисельність населення, частка економічно активних мешканців;

у функціональному (F) – кількість суб'єктів господарювання; площа функціональних зон міста – фокусів тяжіння (промислова, рекреаційна, житлова); зовнішні функції;

у вимірі умов (X) – природні та екологічні умови, а також умови розміщення міста в надсистемі;

у геометричному вимірі (G) – територія; конфігурація; протяжність транспортних магістралей;

у часовому вимірі – історичні й прогнози характеристики.

На взаємодії вимірів творяться різноманітні характеристики простору міста. Так, зокрема, на взаємодії LX і XL творяться характеристики умов життя й діяльності, освоєності простору; на взаємодіях LF і FL – структура зайнятості населення; на LG і GL – щільність та розподіл населення (чол./м²); на взаємодіях FG і GF – розташування функцій у плані міста, функціональне освоєння території; LT і TL – зміни структури зайнятості населення, майнового стану; на взаємодіях XT і TX – динаміка екологічних та інших умов міста в часі; на GT і TG – зміни геометричних характеристик міста.

Серед зазначених вимірів Людина займає пріоритетне місце, а людський вимір виступає узагальненою змінною містобудівного простору. Населення міст може бути структуроване за різними ознаками: віком, статтю, кваліфікацією тощо. Для аналізу людського виміру використовують показники кількісні – число, щільність людей; якісні – духовність, освіченість тощо. Значну увагу має бути приділено характеристиці ментальності населення, його світоглядно-духовному обліку, оскільки за умов сьогодення такі характеристики визначають соціокомунікаційні особливості міст та зростаюче впливають на їх просторову організацію й розвиток.

Здійснене теоретичне осмислення порушеної проблеми дає можливість перейти до конкретизації методик дослідження та безпосереднього аналізу окреслених взаємозв'язків у Львові.

II. Методи дослідження проблеми. Для встановлення зв'язків суспільного капіталу з простором міста використовувались традиційні методики: картографічні – для аналізу локалізації різних суспільних груп у просторі; статистичні – для аналізу соціально-демографічної ситуації, стану простору різних суспільних груп; соціальні опитування – для уточнення емпіричних матеріалів.

При проведенні дослідження використовувалась експертна методика, тобто застосовувались опитування компетентних експертів. Принагідно слід зауважити, що з цього питання нема опрацьованих ефективних методик. Завдання експертів полягало в оцінці отриманих тверджень щодо урбаністичних та соціально-економічних проявів окремих складових соціокомунікаційного чинника. В групу експертів увійшло 15 осіб, головно архітектори-урбаністи та представники органів управління містом. З використанням отриманих результатів створено компоненти діяльності з просторової організації й розвитку міст, а також очікувані передбачення від активізації суспільного потенціалу в містах.

При дослідженні соціокомунікаційного простору Львова брались 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).

Зібрано 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.

Характеристика соціокомунікаційного простору Львова. Центральна частина міста Львова займає площу 1811,76 га (понад 10% території міста), частка забудованих земель – 97%. Характеризується високими показниками щільності забудови, майже повною відсутністю територіальних резервів, наявністю історичної забудови; має яскраво виражений багатофункціональний характер, пов'язаний з концентрацією адміністративних, ділових, культурно-просвітницькі, торгових, наукових, громадських і побутових функцій. У центрі міста Львова сконцентровано 60% кредитно-фінансових установ, 40% установ державної влади, 30% готелів, 80% закладів освіти, науки і культури, 45% закладів торгівлі й громадського харчування. Історична частина міста площею 140,0 га належить до культурної спадщини ЮНЕСКО. В цих межах налічується 1276 пам'яток архітектури, у т.ч. 216 пам'яток загальнодержавного значення [5–6].

Центральна частина м. Львова є епіцентром проведення загальноміських свят і фестивалів. У пострадянський час їх кількість різко зросла – у Львові щорічно проводиться понад 100 фестивалів, що обумовило зростання інтересу та кількості туристів, котрі відвідують місто. Для прикладу, у 2000-му Львів відвідало 122 тис. туристів, з яких 24,8 тис. іноземних, у 2005

р., відповідно, 164 тис. (51,5 тис.), а в 2008–му — 305 тис. (понад 70 тис. іноземців). У 2015 році ця цифра дещо нижча, що пояснюється воєнними діями на сході України і застереженнями закордонних туристів.

Найактивнішими осередками соціальних комунікацій у межах центральної частини міста Лева є Площа Ринок і Проспект свободи. Історично площа Ринок — перший район Львова, де було засновано місто, яким воно тривалий час обмежувалося, і звідки розвивалося; політичний, економічний і культурний центр Львова. Територія площі Ринок є пішохідно–трамвайною зоною. Тут розташована міська ратуша, ряд відомих культових споруд, кав'ярень. Сьогодні площа Ринок продовжує бути важливим, хоч тепер уже і не єдиним міським центром соціальних комунікацій. Площа стала місцем проведення Різдвяного ярмарку, фестивалів, святкування дня міста (рис. 1). Проспект Свободи — центральна вулиця Львова. Загальна довжина близько 350 метрів. Вулиця є фактично другим (після площі Ринок) центром Львова, її формування почалося в XVIII ст. На вулиці розміщені оперний театр, музеї, пам'ятники, більшість закладів торгівлі, банків, ресторани. За всіх часів вулиця використовувалась як місце парадів, демонстрацій, процесій та інших урочистих проходів (рис. 2).

Багатофункціональність, а також історична й архітектурна цінність центру м. Львова підвищує інтенсивність соціальних комунікацій та громадської активності мешканців міста. Традиція зібрання для вирішення проблем місцевих громад практично відсутня, натомість спостерігається практика зібрань у місті, коли протести скликаються переважно для засвідчення позиції щодо процесів та дій влади.

В останні десятиліття проведено ряд заходів, пов'язаних із реконструкцією центральної частини міста Львова. Відбулась заміна бруківки на площі Ринок і перетворення її на пішохідну зону, реконструкція Проспекту Свободи, спорудження пам'ятника Т.Шевченку, що вплинуло на загальну привабливість простору, покращило сприйняття, зручність для зібрань і культурно–

го проведення часу мешканцями міста. Спорудження пам'ятника Т.Шевченку на Проспекті Свободи у 1992 році стало частиною історичної політики і процесу символічного маркування міста в умовах суспільних трансформацій. Площа перетворилася на епіцентр зібрань мешканців міста на спільні молебні, читання віршів і співання народних пісень, запалювання свічок, щоденні покладання квітів. Посередині проспекту від Оперного театру до площі Міцкевича прокладена широка центральна алея завдовжки понад 300 метрів (у святкові дні заповнена львів'янами й туристами). Тут же, на алеї, збираються любителі шахів і доміно.

На підвищення атрактивності центру міста для соціальних комунікацій вплинула і розбудова великої кількості закладів торгівлі й громадського харчування — збільшилось число кав'ярень, кафе, закладів швидкої їжі, сувенірних магазинів; відкрились кав'ярні за тематичними напрямками. Кав'ярні у центральній частині стали символом міського простору, яке одночасно виступає й територією для спілкування, і зоною відпочинку, і територією туристичного інтересу.

Парки. Парк культури та відпочинку імені Богдана Хмельницького — пам'ятка садово–паркового мистецтва місцевого значення, закладений в 1951 році. Загальна площа 26 га. Парк вважається розважальним. У минулому це була одна з найбільш упорядкованих зелених зон, у якій знаходяться концертно–танцювальний зал «Романтик», стадіон «Юність», містечко атракціонів, центральна естрада, численні заклади харчування, колесо огляду, з якого видно чудову панораму міста. Він виступав основним місцем проведення більшості міських свят, місцем відпочинку і розваг сімей з дітьми (єдина у Львові зона атракціонів для дітей). Вхід до парку оформлений колонадами.

Парк надалі залишається одним із найпопулярніших у місті. Проте, за даними адміністрації парку, його відвідуваність зменшилася в два рази порівняно з 1980–ми роками. Для підвищення ефективності використання території парку пропонуються розважальні заходи



Рисунок 1. Площа Ринок у м. Львові

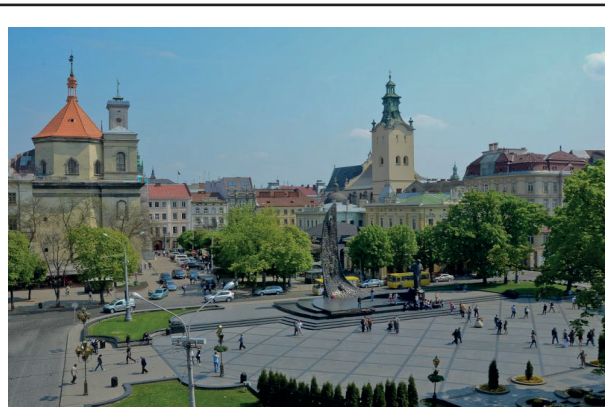


Рисунок 2. Проспект Свободи у м. Львові



Рисунок 3. Парк культури та відпочинку ім. Богдана Хмельницького у Львові



Рисунок 4. Парк ім. Б. Хмельницького, Міжнародний музичний фестиваль Alfa Jazz Fest

для дітей і дорослих (атракціони, тенісний корт, алеї для прогулянок), формується традиція проведення фестивалів, концертів, інших видів активностей (рис. 3–4).

Музей «Шевченківський гай» (скансен) розташований у північно–східній частині Львова; створений за етнографічним принципом у 1971 р. для порятунку пам'яток дерев'яної архітектури, предметів побуту і зразків народного мистецтва усіх історико–етнографічних груп Західної України, що сформувались наприкінці XIX – початку XX ст. Вдало об'єднує горбистий ландшафт, відновлену рослинність Карпат і перенесені історичні споруди з різних регіонів Західної України. Експозиція музею «Шевченківський гай» налічує 124 пам'ятки архітектури, об'єднані в 54 садиби. У музеї функціонує чотири виставкових зали, два з яких мають постійну експозицію. Територія музею площею 60 га умовно розділена на шість етнографічних зон, кожна з яких – міні–село, що складається з 15–20 пам'яток народної архітектури. У житлових та господарських приміщеннях розміщено близько 20 тис. предметів щоденного побуту й ужиткового мистецтва. Шість таких міні–сіл мають назви «Бойківщина», «Лемківщина», «Гуцульщина», «Буковина», «Поділля» і «Львівщина». Найстаріший експонат – селянська хата 1749 р.; є також кузня, школа, лісопильня, сукновальня, водяний млин та вітряк.

За останні два десятиліття скансен втратив об'єкти, які згоріли. Разом із тим активізувалось використання його території для проведення народних святкувань і масових гулянь. У будні характерне відчуття пустоти та занедбаності в цій частині комунікаційного простору міста, проте в періоди державних і релігійних свят музей є традиційним місцем проведення тематичних фестивалів («Різдво в Гаю», Свято Пампуха, фестиваль писанок), майстер–класів, читання різдвяних казок, спільних колядувань від хати до хати, що створює особливу родинну атмосферу, служить місцем зустрічі львівських родин і гостей міста.

Ринки. У Львові налічується близько 50 ринків. Умовно розділимо їх на три групи:

- продуктові («Галицький ринок», «Привокзальний ринок», «Краківський ринок», «Стрийський ринок», «Шувар») – ринки, що спеціалізуються на продажу сільськогосподарської продукції;

- спеціалізовані («Вернісаж», Книжковий ринок – виникли стихійно, спеціалізуються на продажу картин, художніх виробів, сувенірів, антикваріату, книжок тощо і стали популярними місцями відвідування як жителів міста, так і туристів;

- нові центри торгівлі, розваг та послуг у Львові, що виникають на в'їздах у місто. Їх активне будівництво розпочалось після 2000 р. У місті побудовані супер– та гіпермаркети – торгово–виробничі комплекси (супермаркети «Арсен», «ВАН», «Метро», «Епіцентр»); починають формуватися поліфункціональні центри – розважальні комплекси з новим набором функцій:

Торгово–виробничий комплекс «Південний» – найбільший торговий комплекс у Львові; розташований у південній частині міста, поблизу Скнилівського парку. Кількість працюючих сягає 17 тис. осіб. Ринок поєднує торгівлю (на його території працює близько двох тисяч магазинів), розважальну функції (функціонують ресторани і численні кафе, спортивний комплекс і фітнес–центр, тренажерні зали, басейн; є готель «Південний»), послуги (нотаріальні, банківські й поштові). Діє дитячий садочок «Дивосвіт» на 150 місць, гуртки за тематичними напрямками.

Торгово–розважальний центр King Cross Leopold розташований у периферійній частині міста. Загальна площа 105 000 м кв., 110 магазинів, розважальна зона площею 5500 м кв. Налічує 10 млн відвідувачів у рік.

Торговий центр «Форум Львів» розташований у центральній частині міста, відкритий 2015 р. Загальна площа 35 000 кв. м. Поєднує торговельну (130 магазинів), розважальну і побутову функції.

Ринки як місця торгівлі є осередками, де суспільні комунікації найбільш щільні й набувають міжособистісного характеру. Активніші соціальні комунікації на невеликих ринках, що сформовані в житловій забудові й розраховані на мешканців близького оточення: мешканці краще знають продавців і відвідувачів-сусідів, мають більше тем для спільного обговорення, проте існують і негативні прояви таких комунікацій – втрачається комфорт, зручність і безпечність для відвідувачів ринків. Нові центри торгівлі зайняли важливе місце у формуванні соціокомунікаційного простору міст, стали точками локалізації нових стилів життя і соціальних відмінностей. Такі центри, з однієї сторони, виключають негативний аспект прояву соціальних комунікацій звичайних ринків – масовість, зіткнення, бідність, некомфортність, і стають зручним, безпечним і цікавим середовищем для проведення дозвілля, з другої, – знижують рівень соціальних комунікацій (є обмеженими щодо можливості контактів із «небажаними», «чужими»).

Прибудинкові території. Формування соціокомунікаційного простору прибудинкових територій набуває

важливого значення у зв'язку з прийняттям на законодавчому рівні вимог щодо об'єднання співвласників багатоквартирних будинків з метою спільного користування, утримання й управління своїм будинком та прибудинковою територією. У Львові почали створюватись такі об'єднання. Соціальні комунікації мешканців багатоквартирних будинків набувають нових форм (для реалізації цього права необхідний консенсус, досягнення якого зумовлює часті взаємодії й щільні міжособистісні контакти), оскільки зумовлені не лише задоволенням потреб відпочити та поспілкуватись з сусідами, а необхідністю вирішення проблем спільного проживання й благоустрою прибудинкових територій. Важливим є громадський простір у районах багатоповерхової забудови післявоєнних років. Відповідно до діючих у цей час нормативів на громадські функції виділено великі території, які були комфортно організовані та естетично оформлені. В сьогодишніх умовах, як показує аналіз забудови житлового району «Сихів», у Львові ці простори «гуманізуються» та стають привабливими для соціальних комунікацій мешканців цих районів.

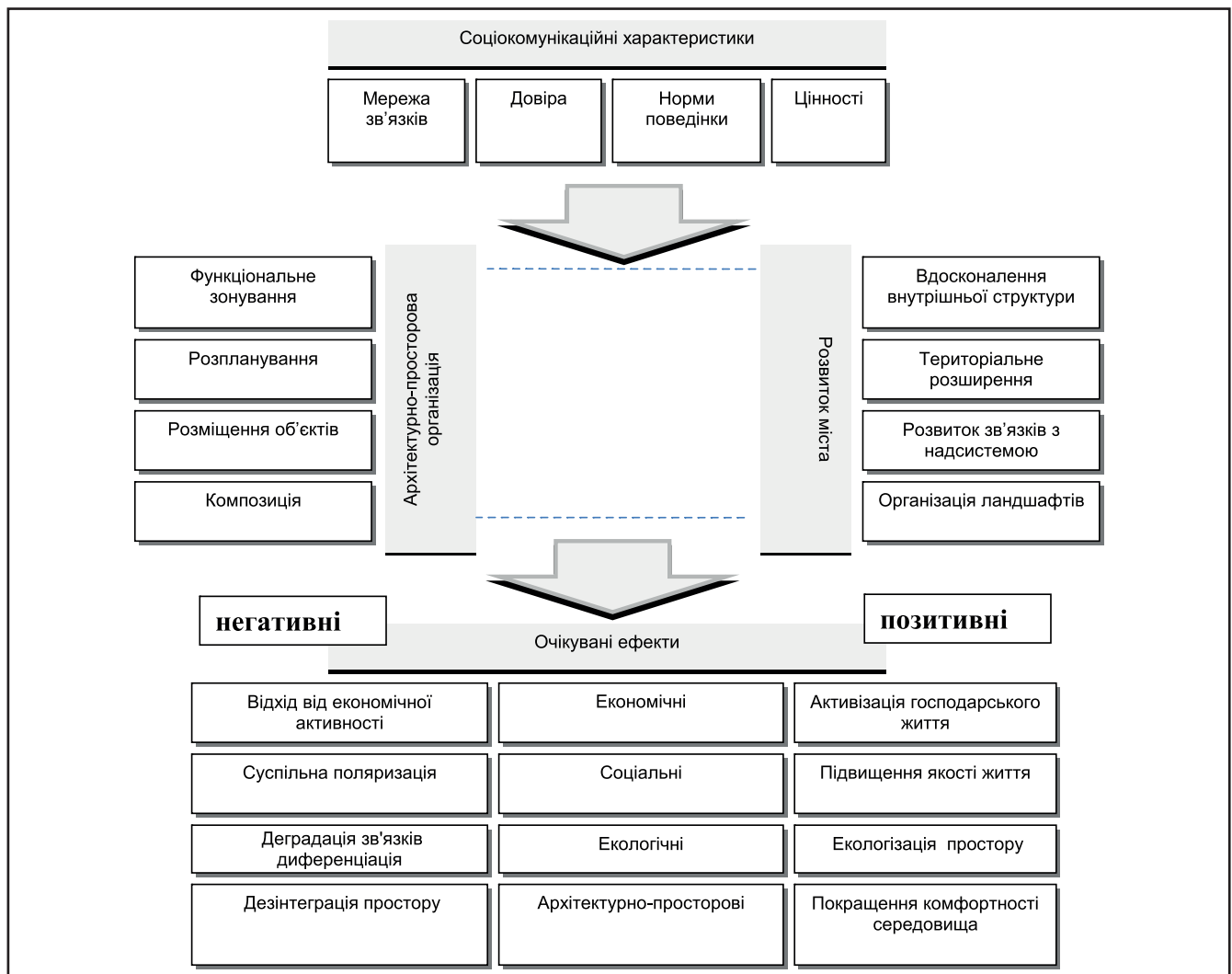


Рисунок 5. Модель впливу соціокомунікаційних характеристик на просторову організацію й розвиток міста

РОЗВИТОК РЕГІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Обґрунтування змін у просторі Львова на основі вимог соціокомунікаційного чинника. Зібрані емпіричні дані вказують на наявність зв'язків між суспільно-комунікаційним чинником та простором міста (рис. 5). Існуючі залежності між досліджуваними явищами не вдалося підтвердити кількісними показниками, а лише якісними характеристиками. 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. Відповідно, можна прийняти, що ця складова простору міста впливає на містобудівну політику та вирішення соціально-економічних завдань у містах.

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, коли проявляються всі його складові: мережа зв'язків, довіра, норми поведінки. Відбувається це тому, що ці складові між собою пов'язані, а кожен з компонентів виконує свою функцію.

Оцінка, надана у виділених суспільних групах, підтверджує, що на просторове урізноманітнення міста впливає не тільки рівень суспільних комунікацій, а й їх тип. Найбільш позитивно простір для реалізації своїх суспільних потреб оцінює студентська молодь, яка характеризується спільністю всіх вимірів (мережі зв'язків, суспільних норм і довіри) і знаходить можливості для комунікацій не лише у просторі локального проживання (студентські містечка), а й цілого міста. Позитивні оцінки відносяться як до суб'єктивної, так і об'єктивної частин, що можна пояснити також традицією Львова як міста освіти, де відповідні характеристики в простір міста закладені історично.

Щодо зв'язків між суспільними комунікаціями та шляхами і перспективами соціально-економічного розвитку міста 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 повинен мати важливе значення на шляхи й 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.

Ефективним механізмом покращення соціокомунікаційних характеристик міста є впорядкування мережі громадських просторів (історичного центру, рекреаційного, великих торгових та відпочинкових центрів, пішо-

хідно-транспортних комунікацій, нових житлових районів). Особливе місце займають вимоги виділення й відповідної архітектурної організації групового простору в місті, що формуються для різних суспільних груп (як у межах громадського простору міста, так і поза ним).

Висновки

Проведені дослідження розкривають роль і значення суспільно-комунікаційного чинника у просторовій організації та обґрунтуванні шляхів розвитку міст. Можна стверджувати, що зв'язки між суспільством і простором міста мають анклавний характер та мало виявляються в просторі цілого міста. Разом із тим між досліджуваними явищами існують зв'язки, які можна виразити і кількісними показниками.

У нових політичних та соціально-економічних умовах змінюється методологія передпроектних досліджень та обґрунтування містобудівних рішень, зокрема у розрізі повнішого врахування людського виміру, дослідження соціального потенціалу та соціально-комунікаційних характеристик. Слід відійти від трактування людини як засобу виробництва, узагальнено розглядаючи соціально-демографічні характеристики та обґрунтовуючи трудові ресурси для розвитку містоутворювальної й містообслуговуючої групи сфер. Врахування суспільної думки та суспільних відносин стає обов'язковим при розробці містобудівної документації та архітектурних проектів. Вимоги громади й її суспільних груп стають умовою суспільної підтримки пропонуваніх рішень, об'єднують локальні спільноти, ідентифікуючи їх з певним простором міста.

Міський простір детермінується суспільно-комунікаційними характеристиками, їх типом. Чим вищий рівень і більша консолідація суспільних комунікацій, тим зростаючі можливості є для відповідної їх фіксації в просторі та при визначенні шляхів і темпів розвитку міста. Кожна суспільна група має свої потреби: батьки з малими дітьми шукають для комунікацій місць безпечних, з майданчиками для ігор, що близько розташовані біля місць проживання; середнє покоління потребує інших просторів для контактів і відпочинку, що мають забезпечити не лише умови для відпочинку, а й організацію пікніків, міні-концертів; у старшого покоління це інші вимоги й потреби до простору.

У сьогоденні 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. Невраховання складових цього чинника створює загрози для простору та виступає гальмом соціально-економічного розвитку міст.

Список використаних джерел

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. Вирт Л. Избранные работы по социологии : сб. переводов / Луис Вирт ; пер. с англ. В. Г. Николаева. — М., 2005. С. 93–118. — (Серия: Теория и история социологии).
3. Корикування генерального плану м. Львова. — [II стадія]. — Генеральний план. Пояснювальна записка [Електронний ресурс]. — Львів, 2008. — Т. 1. — Режим доступу: <http://city-adm.lviv.ua/lmr/authorities-the-city/structure-lmr/management/management-architecture/generalnij-plan-m-lviv>
4. Социальная коммуникация [Електронний ресурс]. — 3 кн.: Соколов А.В. Введение в теорию социальной коммуникации / А. В. Соколов. — СПб., 1996. — С. 17–43; 201–228. — Режим доступу : http://sotsiologia.ru/sociology/2007/10/09/sociology_6116.html
5. Статистичний щорічник міста Львова за 2015 рік : [статист. довід.] / Головне управління статистики Львівської області. — Львів, 2016. — 140 с.
6. Fine B. Theories of Social Capital: Researchers Behaving Badly [Електронний ресурс] / Ben Fine. — London : Pluto Press, 2010. — Режим доступу : www.socialcapitalgateway.org
7. Putnam R. D. Bowling Alone: America's Declining Social Capital / R. D. Putnam // Journal of Democracy. — 2003. — № 6 (1). — P. 65–78.
8. 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.

УДК 338.2

О.О. ГАЛАЧЕНКО,
к.м.н., доцент ПРАТ «ВНЗ» МАУП**Регіональна політика розвитку санаторно-курортних закладів**

У статті виокремлено поняття «санаторно-курортний регіон». Зазначено особливості функціонування суб'єктів санаторно-курортного бізнесу. Окреслено методiku оцінки санаторно-курортного потенціалу в розрізі регіонів. Проведено аналіз тенденцій розвитку санаторно-курортних закладів в регіональному аспекті, систематизовано негативні фактори їх функціонування та окреслено ключові напрями необхідних змін.

Ключові слова: санаторно-курортні заклади, санаторно – курортні регіони, програми розвитку, економічна ефективність.

О.О. ГАЛАЧЕНКО,
к.м.н., доцент МАУП**Региональная политика развития санаторно-курортных учреждений**

В статье выделены понятия «санаторно-курортный регион». Указано особенности функционирования субъектов санаторно-курортного бизнеса. Определено методiku оценки санаторно-курортного потенциала в разрезе регионов. Проведен анализ тенденций развития санаторно-курортных учреждений в региональном аспекте, систематизированы негативные факторы их функционирования и обозначены ключевые направления необходимых изменений.

Ключевые слова: санаторно-курортные учреждения, санаторно – курортные регионы, программы, экономическая эффективность.

О. HALACHENKO,
k.m.n. Associate professor**Regional policy development spa facilities**

The article singled out the concept of «health resort region.» These features of the functioning of spa business. Assessment methodology outlined spa building in the regions. The analysis of trends of the spa facilities in the regional context, systematically negative factors of their operations and outlines key areas necessary changes.

Keywords: spa facilities, spa – resort regions, development programs, economic efficiency.

Постановка проблеми. Санаторно-курортні заклади є структурною складовою галузі туризму України, як в регіональному так і національному аспектах, а їх функціонування та розвиток слід розглядати, як важливу складову соціально-економічної політи-

ки держави спрямовану на підвищення рівня життя та добробуту населення. Ефективність функціонування санаторно-курортних закладів на регіональному рівні в динамічних ринкових умовах залежить від активної регіональної політики органів місцевого самовря-