

Планувальна композиція (емерджентне складання просторової, функціональної і латентної складових) установлює: механізм (конфігуратор) циклічного конгруентного відтворення ландшафтної дійсності (розселення), правила та параметри планувальної взаємодії, симбіозу природно-культурних, техно-культурних і соціо-культурних відношень компонентів середовища.

ДЖЕРЕЛА ТА ЛІТЕРАТУРА

1. Дюжев С. А. Система як механізм втілення топоформ дійсності розселення // Містобудування та територіальне планування. – К.: КНУБА, 2005. – Вип. 21. – С. 82-101.
2. Товбич В. В., Дюжев С. А. Теоретичні проблеми архітектурно-містобудівної діяльності // Містобудування та територіальне планування. – К.: КНУБА, 2009. – Вип. 33. – С. 462-473.

С.А. Дюжев ИСТОРИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ГОРОДСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ В УКРАИНЕ

На основе планировочной интерпретации топоформы города и системной модели (механизма) ее целостного воплощения разработана конфигурация факторов и мер гармонизации расселения, определены принципиальные направления планировочной трансформации характеристик и параметров города, предложена управленческая матрица стратегии устойчивого продвижения феномена города как целостного ареала ландшафтной сферы. Намечены направления трансформации методологических, профессиональных и организационно-управленческих основ градостроительства.

Ключевые слова: расселение, градостроительное планирование, градостроительная система (механизм), процессо-средовой феномен, ландшафтная сфера, стратегия управления, архитектурно-градостроительная деятельность.

S.A. Dujev HISTORICAL FEATURES OF MUNICIPAL PLANNING ARE IN UKRAINE

On basis city topo-form planning interpretation and system model (mechanism) of its entire embodiment the configuration of factor and measures settling harmonization are elaborated, principled direction city characters and parameters planning transformation are defined, management matrix of strategy city phenomenon (as integral area of landscape sphere) sustainable advancement are proposed. Trends of transformation of methodological, professional, organizational and managemental town-planning basis were marked.

Keywords: settling (resettlement), urban planning, town-planning system (mechanism), process-environment phenomenon, landscape sphere, strategy of management, architectural and town-planning activity.

УДК 336.767

М.О. Ліфінцев, С.М. Ліфінцев

**КОМУНІКАТИВНА ПОЛІТИКА В КОНЦЕПЦІЇ ФОРМУВАННЯ І РЕАЛІЗАЦІЇ
СТАЛОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНУ (ІСТОРИЧНИЙ АСПЕКТ)**

У статті розглядається роль і місце сучасних комунікацій у формуванні та реалізації програми сталого розвитку регіону, визначаються основні елементи комунікативної політики й управління процесом її реалізації.

Ключові слова: комунікації, масові комунікації, комунікативна політика, місто, регіон, програма, культура, спадщина, управління, сталий розвиток.

У сучасному суспільстві ефективні комунікації стали одним із головних чинників його сталого розвитку. Без них неможливі ні соціальні, ні економічні, ні політичні процеси, ні культурно-духовна та науково-освітня діяльність, без комунікацій не можливе виховання гармонійно розвиненої особистості, патріота своєї держави.

Факторами прискорення і розвитку комунікацій, поряд із новими електронними засобами, стали ідеологія, життєві цінності, влада, бізнес, масова культура, туризм, освіта і наука. Прагнення розвинених країн до побудови суспільства знань, викликане подальшим розвитком інтеграційних та глобалізаційних процесів, стандартизацією товарів і послуг, створенням транснаціональних об'єднань і посиленням міжкультурних зв'язків та ін., зумовило необхідність формування нової концепції комунікацій.

І це не випадково. Сучасні комунікації виконують не тільки роль пов'язуючої ланки в соціально-економічному житті суспільства – вони стали його організаційним фактором.

Термін «комунікації» (лат. *communicatio* – зв'язок) в науковій літературі з'явився на початку XX сторіччя й означав процес обміну інформацією між двома або більше учасниками, засоби сполучення і зв'язку, інформаційні контакти та ін.

Нині поняття «комунікація» має три основні інтерпретації [1, с. 260]:

- перша: комунікація – це засіб зв'язку будь-яких об'єктів матеріального і духовного світу. В цьому плані ключовою проблемою комунікації є механізм, який переведе індивідуальний процес передачі і сприймання інформації в соціально значимий процес персонального і масового впливу. Цей механізм закладено в мовній діяльності людей;
- друга: комунікація – це спілкування, в процесі якого люди обмінюються інформацією;
- третя: під комунікацією розуміють передачу і масовий обмін інформацією з метою впливу на суспільство та його складові елементи.

Таким чином, під комунікацією розуміють процес обміну повідомленнями між двома чи більше учасниками за допомогою різноманітних засобів зв'язку, обумовлених цільовою установкою, змістом і внутрішнім чи зовнішнім середовищем.

Для сучасних комунікацій характерні наступні ознаки:

- багатоаспектність виділення в кожній сфері діяльності самостійних напрямків комунікації, наприклад: соціальна, економічна, культурна, маркетингова, рекламна, управлінська та інші комунікації;
- розгляд комунікації різними галузями наук, виділення в кожному її виді специфічного предмета вивчення;
- інтеграційно-глобальний характер комунікацій;
- динамізм передачі інформації і планетарність охоплення;
- перетворення системи комунікацій у самостійну сферу економічної і бізнесової діяльності;
- взаємопроникнення і взаємовплив комунікацій і конкретних сфер діяльності;
- віднесення комунікацій до самостійної галузі науки.

Комунікативний простір настільки різноманітний, що охарактеризувати його однією моделлю не тільки складно, але й неможливо. Причин такого «різнобарвлення» декілька, але одна найбільш важлива – це особливості поведінки людини, яка по-різному поводить себе, наприклад, у натовпі і наодинці. За спостереженнями Георгія Почепцова, в натовпі людина більш чутлива до впливу, тому що тут відбувається вирівнювання її почуттів, на людину соціальні процеси впливають безпосередньо. Г.Г. Почепцов виділяє наступні види комунікації [2, с. 146]: візуальна, вербальна, перформансна, міфологічна, художня.

Ф.І. Шарков доповнює систему комунікацій такими видами, які відображають ту чи іншу сферу її діяльності [3, с. 274-278]: культурно-духовна, міжкультурна, соціальна, економічна, ділова, політична, маркетингова, наукова, освітня, соціологічна, рекламна, виставкова, туристично-рекреаційна, управлінська та ін.

У різних літературних джерелах виділяють ще одну групу комунікацій: міжособистісна, міжгрупова, масова, внутрішньоорганізаційна, міжорганізаційна, регіональна (міська), міжрегіональна (міжміська), міжнародна.

Окрім перерахованих, є інші специфічні види комунікацій, наприклад: неpubлічна (таємна, закрита, конфіденційна); протестна; публічна (коли використовується інформація, що представляє громадський інтерес); вулична (у вигляді демонстрацій, мітингів, шоу та ін.).

Ромен Гарі в книзі «Коріння неба» писав: «Ні. Я не можу стверджувати, що добре її знав, але я багато думав про неї, а це теж є видом комунікації». Це ще одне свідчення того, що ознаки класифікації комунікацій до сьогодні остаточно не вивчено й чекають своїх дослідників.

Ознайомлення з переліком видів комунікацій свідчить про те, що сьогодні важко знайти сферу діяльності, яка не «опікувалася» б комунікаційною «турботою». Комунікації, по суті, стали не тільки організуючим фактором розвитку всіх сфер життєдіяльності суспільства. Вони є інструментом соціального контролю, де за допомогою засобів масової інформації формується громадська думка.

Оцінити роль і місце комунікацій неможливо без дослідження функцій, які вони виконують у суспільстві.

Умовно їх можна поділити на загальні, основні і спеціалізовані. До загальних функцій Ф.І. Шарков відносить апелятивну, взаємодії, а також функції волевиявлення та впливу,

інформаційну, перформативну, збуджуючу, прагматичну, регулюючу, ритуальну, самопрезентаційну, контактну, експресивну [3, с. 708].

До групи основних функцій комунікації входять: організація спільної діяльності (контакти); формування свідомості; соціальний контроль шляхом використання соціальних норм; соціалізація особистості через передачу інформації, що сприяє освоєнню норм життєдіяльності та знань; виховання; формування громадської думки; взаємодія комунікантів і вплив на них для досягнення певних цілей.

У складі спеціальних функцій комунікації виділяють: культурно-духовну, маркетингову, виставкову, масову, ділову, кризову, міжкультурну, наукову, освітню, перформонсну (ритуальну), політичну, зв'язків із громадськістю, соціальну, соціологічну, рекламну, протестну, туристично-рекреаційну, виставкову, управлінську, художню та ін.

У переліку функцій комунікації особливе місце займає масова комунікація, яка за характером і формою є видом соціальної взаємодії (а саме впливом комуніканта на комуніката у вигляді маси), завжди обслуговувала й обслуговує штучні маси. Її пряме призначення – бути середовищем для лідерів, вождів, керівників, які «працюють» з народом, звісно, «заради його блага та процвітання»! Через це масова комунікація виступає особливою формою соціального регулювання [4, с. 22].

Головна мета масової комунікації – систематичне розповсюдження повідомлень та інформації серед великих груп людей за допомогою засобів масової комунікації, ствердження духовних цінностей, сприяння ідеологічному, політичному, економічному та культурному впливу на думки, почуття й поведінку людей [5, с. 242].

Г. Лассуел, відомий учений з проблем комунікації, вважає, що масова комунікація виконує функцію огляду навколишнього світу, кореляції з соціальними структурами суспільства, передачі населенню культурної спадщини. Науковець Л.Я. Землянова вважає, що масова комунікація виконує в суспільстві три функції: контроль зовнішнього середовища, попередження суспільства про небезпеку й руйнування, кореляція елементів суспільства [6, с. 708].

Таким чином, масова комунікація виконує такі основні функції: інформаційну, пропагандистську, контролюючу, регулюючу, культурологічну, спонукання.

Для виконання своїх функцій масова комунікація використовує всі існуючі засоби масової інформації: пресу, телебачення, радіо, кіно, інтернет.

Сучасна комунікація – це не тільки фактор розвитку всіх сфер життєдіяльності суспільства; комунікації стали тим універсальним ресурсом, який додає як матеріальну (фінансову), так і нематеріальну вартість (імідж).

Світовий і національний досвід свідчить, що успішне вирішення проблем розвитку підприємства, міста, регіону чи країни в цілому можливе за однієї умови – наявності стратегічної політики комунікаційного забезпечення та її реалізації.

Прикладом формування нової концепції комунікації може стати Державна програма економічного і соціального розвитку України на 2010 рік. У ній передбачено широкий спектр заходів економічного та соціального розвитку України, зокрема, гуманітарної сфери: охорона здоров'я, материнства та дитинства, освіта, культура, інформаційний простір, туристично-рекреаційна галузь, фізична культура і спорт, формування толерантного суспільства та ін.

Одночасно в програмі приділено увагу створенню умов для розвитку інформаційно-комунікаційної інфраструктури, розробці концепцій державної інформаційної політики та запровадженню комунікативної політики. Планується прийняти «Закон України про основні засади державної комунікативної політики», розробити план дій з використання новітніх інформаційно-комунікаційних технологій.

Державі потрібна потужна інформаційно-комунікаційна індустрія з сучасною матеріально-технічною базою, новітніми технологіями, компетентними професіоналами, здатними не тільки застосовувати діючі технології, а й удосконалювати і розробляти новітні, з сучасним науковим забезпеченням стратегії її розвитку, високою культурою обслуговування.

Особливе значення мають комунікації в забезпеченні розвитку гуманітарної сфери. Так, у галузі освіти комунікаційне забезпечення покликане сприяти вирішенню ряду проблем, зокрема таких, як перехід середньої школи на профільне навчання, удосконалення зовнішнього незалежного тестування, відновлення якісної професійно-технічної освіти, підвищення якості вищої освіти відповідно до рівня європейських стандартів, розвиток позашкільної освіти. Мова йде про осмислений, ранній професійний вибір і підготовку молоді до вступу у вищі навчальні

.....
заклади. Результати ЗНО-2010 показали, що досить часто абітурієнти, користуючись правом подачі документів на 15 спеціальностей, робили вибір не за своєю схильністю до тієї чи іншої спеціальності, а за можливістю стати студентом за державний кошт. Одночасний набір їх спеціальностей: економіст, право, медицина, технічна спеціальність, міжнародні відносини.

Щодо сфери культури в програмі наголошується: тут низька конкурентоспроможність національних культурних індустрій, недостатнє забезпечення потреб громадян у вітчизняному культурному продукті, занепад соціально-культурної інфраструктури на селі, недостатній доступ до надбань культури в селах і малих містах та ін. Але ж відомо й інше: культура не тільки фінансується за залишковим принципом; про неї (як і про спорт) друкується в газетах, показується на телебаченні та в інших ЗМІ за цим же принципом. У той же час, які б високі досягнення у важкій промисловості не були – вони не додають особистості патріатизму, інтелектуальності та культури. Приклад тому США, Швеція, Південна Корея, де культура і духовність виведені на перше місце. На жаль, в Україні такі гуманітарні цінності, як гімн, прапор держави, імідж країни, людська гідність і права людини, турбота про збереження і примноження культурної спадщини, бережливе ставлення до людини, не поставлені на перше місце. Згадаймо святий для кожного українця День Перемоги. Чи ж будуть з повагою ставитися до влади діти, батьки яких із вини сталінського режиму попали в полон, а потім у радянські концтабори? У той же час у США, Німеччині, Франції цим людям віддають належне за їх мужність, співчують трагічній долі, просять вибачення за те, що не захистили їх. Такого безтактного ставлення до ветеранів та учасників війни, як у країнах СНД, немає ніде в світі. А на яких ще прикладах можна виховувати гуманізм, патріотизм, толерантність, як не на найдорожчому для нації – гарному ставленні до захисників рідної землі, свого народу?

У сучасній галузі культури виділяють декілька головних проблем:

- занепад соціально-культурної інфраструктури на селі; недостатній доступ до надбань культури в селах і малих містах;
- недостатнє забезпечення потреб громадян у вітчизняному культурному продукті;
- незадовільний стан об'єктів культурної спадщини;
- слабка інтегрованість української культури у світові культурні процеси, недостатнє представлення її;
- відсутність цілісного національномовного, культурного простору України.

Досвід цивілізованих країн свідчить, що збереження і примноження культурних надбань, підвищення культурного рівня громадян одними указами не забезпечити. Потрібна потужна довгострокова, безперервна, вдумлива просвітницька програма, яка б торкнулася душі і серця кожного українця.

Тому якщо вектор комунікативної політики не буде розвернуто в бік освіти, культури, збереження здоров'я людини, фізичного виховання молоді – ніяка важка і легка промисловість не дадуть можливості підняти націю з колін. Необхідно знайти в гуманітарній сфері ті пріоритети, які дозволять зберегти націю. Сьогодні за кордоном уже знаходиться біля 5,0 млн. українців. За даними газети «Комсомольська правда в Україні», назавжди готові залишити свою країну ще 15% українців, (а це майже 7,0 млн. осіб, причому переважає молодь віком до 30-35 років). Більшість із них – це молоді люди із сіл і малих міст, де не тільки важко знайти роботу, а й неможливо задовольнити свої культурні потреби [7, с. 3].

Одним із напрямів створення додаткових робочих місць для молоді міг би стати розвиток туристично-рекреаційної галузі. На жаль, діяльність цієї сфери не відповідає туристичній привабливості України. Причина не тільки в недостатньому фінансовому забезпеченні, а й у відсутності дієвої комплексної довгострокової інформаційно-комунікаційної програми рекламування туристичних можливостей України.

Без науково обгрунтованої державної комунікативної політики неможливо реально вирішити такі животрепетні проблеми, як підвищення довіри народу до органів виконавчої і судової влади, до Верховної Ради; установлення продуктивного діалогу між органами виконавчої влади та інститутами громадського суспільства; залучення громадськості до формування та реалізації державної політики як елементу демократії; формування суспільно-політичної бази реформування адміністративно-територіального устрою та місцевого самоврядування; створення умов для сталого розвитку територіальних громад, наближення можливостей та якості їх діяльності до європейських стандартів.

Державна комунікативна політика покликана сприяти формуванню в людей розуміння нової ідеології, осмисленого підходу до її реалізації. Наприклад, програма «Малі міста в системі економічного і соціального розвитку України у 2010 році та в довгостроковому періоді» може зайняти одне з визначальних місць її реалізації [8, с. 4-6].

Сучасне суспільство живе в епоху інформації і комунікацій. Не дивлячись на інформаційне перенавантаження (перенасичення), люди витрачають додаткові фінансові ресурси і час на пошук ще більшої кількості даних, причому в мінімальний термін: «точно і зараз». Відповідь одна: потрібна інформація якісна і в максимально короткий термін. Останнє досягається завдяки новітнім комунікаційним технологіям, розвиток яких обумовлюється загостренням конкуренції на всіх рівнях, в т.ч. і міждержавному. При цьому треба пам'ятати, що нові технології прискорюють передачу інформації, але ж якість її, як і раніше, залежить від людей, що знаходяться на вході і виході інформації. Враховуючи вирішальне значення впливу інформації на прийняття остаточного рішення, в т.ч. і доленосних для розвитку регіону, держави чи міждержавних відносин, необхідно враховувати можливі бар'єри, які створюють якість комунікацій.

Річард Бландел виділяє наступні групи бар'єрів комунікацій, на якість яких впливає людський фактор [9, с. 36]:

- фізіологічні і психологічні бар'єри (настороженість та увага; сприйняття, пам'ять);
- соціальні, культурні (ортодоксальність, коли індивіди намагаються дотримуватися усталених норм, цінностей, лінії поведінки усієї групи чи її лідера); культурні відмінності, за яких індивід чи група дотримуються інших норм, цінностей чи ліній поведінки. Відомо, що культура формує образ мислення і стереотипи поведінки. Але коли люди несхожих культур знаходяться поруч, тоді можуть виникати перепони для їх спілкування. «Зіткнення культур» може іноді мати катастрофічні наслідки для їх учасників, – пише Річард Бландел. У рамках багатонаціональних країн та міжнародних комунікацій, фактори культури повинні обов'язково враховуватися. Наприклад, у бізнесовому середовищі подолання можливого зіткнення культур є одним із ключових питань;
- політичні (рівень владних повноважень і громадського впливу в регіоні, місті, організації).

Сьогодні необхідно звернути увагу ще на одну групу бар'єрів: управління комунікаціями; наявність професіоналів, здатних досліджувати, аналізувати, формувати й організовувати (проектувати) інноваційну систему управління, серцевиною якої повинні бути комунікації та системи, здатної донести до розуміння людей нову ідеологію, нове бачення стратегії і тактики розвитку. Щодо ідеології, то вона покликана розвивати в людей, у першу чергу в молоді, свідоме розуміння й осмислення цілей, завдань, форм і методів їх досягнення. Мова йде про створення управлінської структури, здатної здійснювати зміни на тому рівні, який вона представляє. При цьому вона не повинна «сліпо» керуватися розробленими стратегіями, яких уже написано багато. В умовах швидких змін краще спрацьовує стратегічне програмування, яке передбачає наявність певного горизонту цілей і механізми, за допомогою яких періодично аналізуються і корегуються набори стратегічних документів, проводяться оцінки зробленого. Потрібні механізми, які здійснюють стратегічні дії та їх корегування [10, с. 21].

Невипадково в сучасних умовах одним із напрямків формування інноваційної системи управління (на різних рівнях) стало створення комунікативних моделей управління.

Така модель, підкріплена «Законом України про основні засади державної політики», повинна орієнтуватися на формування суспільно-політичної бази реформування адміністративно-територіального устрою та місцевого самоврядування, створення необхідних умов для сталого розвитку територіальних громад, упровадження необхідних заходів щодо формування толерантного суспільства, середнього класу та розвитку малого бізнесу. На регіональному і місцевому рівні вносяться додаткові компоненти, що надають комунікативній моделі індивідуальної особливості.

Історико-культурне, архітектурне, природно-демографічне та етичне минуле міста Бар, яке було засноване в 1537 році й управлялося на основі магдебурзького права, робить місто унікальним об'єктом для дослідження ролі малих міст у культурному, соціальному та економічному розвитку України.

Для цього у формуванні комунікативної політики міста необхідно змінити акценти. На перше місце варто поставити гуманітарні напрями: культуру, освіту, охорону здоров'я та ін. Виділити ті основні розділи, які притаманні саме цьому місту чи регіону. Маючи, наприклад, таку багату культурну спадщину, до проекту «культура» можна включити наступні підрозділи:

- спадщина населення м. Бар та її вплив на сучасність (традиції, мова, обряди, символи, гімн);
- особливості релігійних культур в історії та сьогоденні;
- економічна і підприємницька культура;
- культура міжнаціональних відносин;
- інформаційна культура;
- політична культура;
- правова культура;
- соціальна культура (сім'я, громадські організації);
- управлінська культура;
- корпоративна культура;
- технологічна культура (комп'ютерні технології, Інтернет);
- культура довіри і взаємоповаги, вини і сорому;
- культура міста, вулиці, подвір'я, транспортного обслуговування, зовнішньої реклами, дизайну та ін.

У контексті культури управління містом важливим моментом є історичний досвід функціонування нормативної системи магдебурзького права (XIII ст., Німеччина) з метою захисту інтересів мешканців та права міста на самоврядування.

Із перших років існування м. Бар увібрало в себе досвід управління розвинутих міст Європи, вирішення ними не тільки питань містобудування, а й соціокультурної сфери діяльності, формування культурно-духовного середовища [11, с. 6]. Згадаємо, що все це відбувалося в XVI сторіччі, в епоху західного Ренесансу, під впливом ідей великого Леонардо да Вінчі (1452-1519). Для нас, – писав М. Вебер, – значення середньовічного західного міста не тільки як центру ремесел і торгівлі, адміністративно-судового устрою, релігійно-культового життя, але ж і як союзу вільних і рівних людей, що володіють приватною власністю, і мають громадсько-договірні відносини з вибором підпорядкованих комуні глав місцевого самоврядування.

Усі ці проблеми актуальні й для сьогодення. Упродовж дев'ятнадцяти років Україна ніяк не може оптимізувати відносини між центральною владою і місцевим самоврядуванням, чітко визначити весь комплекс питань, який належить до компетенції органів місцевого самоврядування.

Однією з найбільш актуальних була, є і залишається проблема культури міжнаціональних взаємовідносин у процесі управління різними сферами життєдіяльності общини (громади). В Україні проживають представники 130 національностей, в т.ч. і в м. Бар налічується їх не менше 15. Так було і в період заснування міста – чотириста сімдесят років тому. За допомогою яких методів управління громадою удавалося досягати тієї гармонійності, що сприяла наданню місту Бар магдебурзького права?

Про складність проблеми міжкультурних взаємовідносин свідчить епізод з гумористичною соціальною рекламою на одному з українських телеканалів, де Гімн України співають люди різних національностей, які проживають на її території: українці, поляки, росіяни, вірмени, білоруси, угорці, євреї, цигани та ін. Представники деяких народів болісно відреагували на цей ролик, у якому вони помітили іронію чи насміхання над їх одвічно національним. З цього приводу було направлено листи Президенту України [12, с. 5].

Але ж треба пам'ятати, що культурно близькі народи можуть не тільки жартувати один над одним, а й ставити смертельними ворогами, як, наприклад, серби і хорвати.

У плані організації ефективного управління сучасним малим містом як основи побудови загальноукраїнської системи державного управління, основоположним фактором була і залишається культура в найширшому розумінні. Як і чотириста сімдесят років тому, формування національної системи управління повинно здійснюватися з урахуванням культурно-історичної та соціально-природничої спадщини і сучасних особливостей життєдіяльності народів Європи. Саме такий підхід забезпечує ідентичність українців з європейцями. В цьому контексті місто Бар і Поділля, як соціокультурне утворення, були створені в результаті взаємовпливу культур європейців і народів, які населяли подільську

землю, а надання магдебурзького права тільки підтверджувало готовність і здатність міста реалізувати функцію самоуправління на європейському рівні, забезпечувати його сталий розвиток.

Магдебурзьке право (1304 р.) носило універсальний характер. Воно трактувало різні види правовідносин: діяльність міської влади, суду, земельної власності (в межах міста), порушення володіння, захоплення рухомого майна, установка покарання за різні види злочину, норми регулювання торгівлі і ремесел, діяльність цехів та купецьких гільдій, порядок оподаткування. Воно визначало право міста на самоуправління [13, с. 150].

В останні роки адміністрацією міста Бар, громадськістю і науковцями зроблено багато для відродження і подальшого збагачення культурно-історичних і духовних надбань, адаптації їх до сьогодення. В цьому контексті дієвим інструментом реалізації концепції сталого розвитку міста і його мікрорегіону може стати науково-обґрунтована комунікативна політика.

Сучасні комунікації треба розглядати як категорію економічну, морально-етичну і бізнесову. Вони не тільки безпосередньо впливають на розвиток усіх сфер життєдіяльності суспільства, а й самі формують власну індустрію, культуру, духовність, економіку та ін.

З іншого боку, практика свідчить, що недосконалість комунікаційних зв'язків або ігнорування їх впливу на людську діяльність коштує дорого. Витрати на комунікації – це не просто час і ресурси (трудові, фінансові, матеріальні, енергетичні, інтелектуальні), це ще й неприємні наслідки від прийнятих рішень на основі недостовірної інформації. «Людина не ворог людині, але може ним стати завдяки брехливій системі правління», – писав Томас Пейн [14, с. 127].

Поряд із відомими засобами комунікації особливу увагу треба звернути на рекламу, дизайн, піар, виставки, бібліотеки, круглі столи, конференції. В навчальних закладах учні і студенти повинні вивчати історико-культурну спадщину як складову історії України чи як самостійну дисципліну.

На жаль, старше покоління, в т.ч. чиновники і службовці, не завжди добре знайомі зі своїм краєм. Зараз в Україні створюються університети для третього покоління – пенсіонерів. Допомогти їм в одержанні додаткових знань про своє місто, регіон – означає одержати важливий комунікативний ресурс впливу на дітей, залучення їх до розробки Кодексу громадянина міста Бар.

Формування комунікативної політики міста повинно базуватися на серйозних маркетингових і соціологічних дослідженнях, професійному забезпеченні з залученням громадськості.

ДЖЕРЕЛА ТА ЛІТЕРАТУРА

1. Шарков Ф.И. Коммуникология. Энциклопедический словарь-справочник. – М.: Дашков и К°, 2009. – С. 260.
2. Почепцов Г.Г. Теория коммуникаций. – К., 1996. – С. 146.
3. Шарков Ф.И. Коммуникология. Энциклопедический словарь-справочник. – М.: Дашков и К°, 2009. – С. 274-278.
4. Різун В.В. Теорія масової комунікації. – К.: ВЦ «Просвіта», 2008. – С. 22.
5. Головлева Е.П. Массовые коммуникации и медиапланирование. – М.: Деловая книга, 2009. – 342 с.
6. Шарков Ф.И. Коммуникология. Энциклопедический словарь-справочник. – М.: Дашков и К°, 2009. – С. 708.
7. Комсомольская правда в Украине. – № 175. – 2010, 7.08. – С. 3.
8. Державна програма економічного і соціального розвитку України на 2010 рік // Урядовий кур'єр. – 2010. – 24-25.07.
9. Блондел Ричард. Эффективные бизнес-коммуникации. – С-Пб.: Питер, 2000. – С. 36.
10. Никитин Владимир. Проект страны: киргизский кейс // Top Club Journal, 2010. – № 3. – С. 21.
11. Матеріали Круглого столу «Культурна, історична, архітектурна та природна спадщина Барської землі Поділля в контексті сталого просторового розвитку Європи». – К.: ЮНАББ ім. Заболотного, 2009. – Липень.
12. Костенко О., Гончаренко А. Сам ты холол! // Аргументы и факты. – 2010. – № 34. – С. 5.
13. Большая советская энциклопедия. – М. – Т. 15, 1974. – С. 150.
14. Блондел Ричард. Эффективность бизнес-коммуникации. – С.-Пб.: Питер, 2000. – С. 127.

М.О. Лифинцев, С.М. Лифинцев КОММУНИКАТИВНАЯ ПОЛИТИКА В КОНЦЕПЦИИ ФОРМИРОВАНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА

В статье рассматривается роль и место современных коммуникаций в формировании и реализации программы стабильного развития региона, определяются основные элементы коммуникационной политики и управления процессом ее реализации.

Ключевые слова: коммуникации, массовые коммуникации, коммуникативная политика, город, регион, программа, культура, наследие, управление, устойчивое развитие.

Lifintsev M.O., Lifintsev S. M. COMMUNICATION POLICY IN CONCEPT OF FORMATION AND IMPLEMENTATION OF SUSTAINABLE REGIONAL DEVELOPMENT

This paper examines the role and place of modern communications in shaping and implement of the sustainable development of the region, identifies the main elements of communication policy and managing its implementation.

Keywords: communication, mass communication, communication policy, city, region, program, culture, heritage, governance, sustainable development.

УДК 332.33 (477.44)

В.О. Саламатов

ІНВЕСТИЦІЇ ЯК ФАКТОР ДЛЯ СТАЛОГО ТЕРИТОРІАЛЬНОГО РОЗВИТКУ

У статті розкривається вплив глобалізації на місцеве життя та роль якості управління в залученні інвестицій для сталого територіального розвитку.

Ключові слова: глобалізація, якість управління, інвестиції, менеджмент, сталий територіальний розвиток.

Можна довго перелічувати, як впливає глобалізація на життя великих і малих міст і селищ України. Всі бачать і купують китайські іграшки та одяг, японську і китайську електроніку, на дорогах тісно від іномарок. У будь-якому куточку країни знайдуться домівки, де приймають телепередачі з усього світу. Колишні вчителі, виробничі майстри й інженери торгують на базарах. Мільйони працездатних громадян України працюють у Португалії, Іспанії, Італії, Німеччині, Польщі, США, Росії, щоб нагодувати своїх дітей, побудувати власний дім у рідному місті або в Києві, щоб дати освіту дітям.

На вулицях великих і малих міст України теж можна все частіше побачити людей із Далекого Сходу, Кавказу, Туреччини, Лівану, Африки, США, які тут працюють, ведуть бізнес, живуть, народжують дітей. Колишні великі українські підприємства, замість розширення виробництва, здають в оренду власні приміщення, продають власні активи і територію. Деякі з них перетворилися на купу маленьких фірмочок. Тим часом на околицях українських міст зарубіжні фірми відкривають свої заводи. Збереглися й деякі українські великі підприємства і виробничі комплекси, але все частіше вони переходять в закордонну власність. На цей час написано вже багато книжок і статей про те, чому так сталося. Однак при всьому цьому різноманітні причини і наслідки зміни світу навколо нас керівниками всіх малих і великих міст і селищ залишаються українські громадяни. Життя в українських містах і селищах значною мірою залежить саме від того, як місцеві керівники будуть управляти територіями, як, навіщо і для чого будуть використовувати обмежені ресурси, як будуть враховувати динамічні умови сьогодення, коли будь-який куточок нашої країни може не тільки відчувати на собі наслідки прискорення всесвітнього руху, але й брати участь у ньому, знаходити позитивні сторони сучасної хвилі зміни цінностей, змішування народів і порушення кордонів. Потрібно тільки усвідомити, що неможливо залишатися осторонь цього процесу, неможливо його проігнорувати. Потрібно вийти за межі «розпродажу» міста, потрібно знати правила глобальної гри. Як неможливе навчитися грати на музикальному інструменті без практики і без вчителя, так і місцевим керівникам у цьому питанні потрібні конструктивні поради, навчання і хист робити звичні справи по-новому.

Перш за все потрібно усвідомити жахливо низький середній рівень продуктивності праці в Україні, яка знизилася в 4 рази: з 20 тис. амер. дол. на людину в 1990 р. до 5 тис. амер. дол. на людину в 2005 р. При цьому додана вартість, яку створює одна людина в промисловості США складає 150 тис. амер. дол., в автобудуванні – 175 тис. амер. дол., у виробництві