

DOI: 10.32347/2786-7269.2023.4.40-51

УДК 72.06

Парнета М.Б.,

maryanaparneta@ukr.net, ORCID: 0000-0001-9459-3676,

Національний університет «Львівська політехніка»

## СОЦІОЛОГІЧНЕ ОПИТУВАННЯ ДЛЯ ОЦІНКИ МЕДІЙНОСТІ АРХІТЕКТУРНИХ ОБ'ЄКТІВ ТА ПРОСТОРІВ ЛЬВОВА

*Медійність архітектурного середовища Львова впливає на частоту відвідуваності певних місць, самопочуття людей у міському просторі, семіотичне значення архітектури міста для людей. Тому для аналізу медійності архітектури та міських просторів Львова необхідним є проведення соціологічного дослідження. Результати опитування дали можливість визначити об'єкти Львова, наділені найбільшою медійністю, оцінити сприйняття людьми медійності на різних ієрархічних рівнях та визначити ставлення громадян до змін в медійності архітектурного середовища.*

*Ключові слова: медійність архітектури; інформативність архітектури; соціологія архітектури; соціологічне опитування; архітектура Львова.*

**Постановка проблеми.** Медійність архітектури та просторів міста – це їх інформативна сутність, їх наповненість певним змістом та символами для людей [6]. У сучасній архітектурній практиці не вистачає системних знань для пристосування простору до соціальних потреб [1]. Якщо розглядати архітектуру з точки зору передачі інформації, то виникає потреба у вивченні впливу її фізичних та ментальних характеристик на соціум. Тому дослідження медійності неможливе без врахування думки суспільства, що зумовлює необхідність у проведенні соціологічного опитування.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Взаємозв'язок соціології та архітектури згадуються в публікаціях, Бородіної К.Л. [2], Козлової І.В. [9], Майстренко К.С. [12], Міхеєвої О. [13], Міхно К.Н. [14], Черкеса Б.С. [17]. Методика соціологічного опитування при дослідженні архітектурного середовища висвітлюється такими науковцями, як Габідуліна С.Е. [7], Козлова Н.В. [10]. Соціологічні методи для вивчення впливу архітектури на людину використовували Вербицька У.Ю. [4], Габрель М.М. [5], Грабовська С.Л. [8], Кудрявцев К. та Фоменко К. [11].

**Мета дослідження** полягає у визначенні сприйняття людьми медійності архітектури та міських просторів Львова.

**Виклад основного матеріалу.** Поставлена мета дослідження обумовила ряд завдань, які мають бути вирішені за допомогою соціопитування, а саме:

- Визначити об'єкти у Львові, які мають найбільшу медійність. Для цього респондентам було запропоновано серед 24 найпопулярніших об'єктів у місті обрати три, які, на їх думку, мають найбільше значення.

- Оцінити сприйняття людьми медійності різночасової архітектури на різних ієрархічних рівнях. За допомогою фотографій респондентам пропонувалось оцінити медійність львівських громадських просторів, архітектурних об'єктів та об'єктів монументального мистецтва різних історичних періодів по десятибальній шкалі. Також вони вказували види інформації (історичну, політичну, релігійну, меморіальну, національну, комерційну, естетичну, функціональну, географічну), яку вони для себе сприймають, дивлячись на той чи інший об'єкт.

- Визначення ставлення громадян до змін в медійності архітектурного простору міста за допомогою порівняння різних варіантів архітектурного середовища.

- З'ясувати бачення людьми медійності архітектури Львова в майбутньому шляхом відкритих запитань.

Після складання анкети відповідно до поставлених завдань [15], її було поширено серед респондентів у інтернет-мережі. Опитування було проведено у листопаді 2022 року.

За попередньо розрахованою вибіркою [3] необхідно було опитати 60 респондентів. Тому опитування було завершено, коли було отримано 61 відповідь. Серед них 49,2% чоловіків та 50,8% жінок. Найбільшу участь в опитуванні взяли респонденти віком від 18 до 30 років (близько 69%), що не дивно, адже саме люди цієї вікової категорії є активними користувачами інтернету. Близько 25% опитуваних належать до категорії 30-60 років, близько 5% - люди понад 60 років, а 1,6% ще не виповнилось 18 років. Якщо говорити про рівень освіченості опитуваних, то 88% здобули вищу освіту. Згідно цієї статистики можемо розуміти, що маємо справу зі свідомими громадянами. Незакінчену вищу освіту мають 8% респондентів і 2% здобули середню освіту.

Щодо сфери діяльності респондентів, то статистика доволі різноманітна. Значну частку становлять архітектори та будівельники (59%), що не є погано, адже це люди, які розуміють значимість даного опитування. Також в опитуванні взяли участь представники комп'ютерних технологій (13%), сфери освіти та науки (9,8%), сфери культури та мистецтва (8,2%). Меншість респондентів становлять медики, військові, журналісти, економісти, представники готельно-ресторанного бізнесу, маркетингу та торгівлі (по 1,6%).

Більшість опитуваних (60,7%) проживає у Львові більше 10 років, що свідчить про їх знання просторів міста. Понад 26% проживає у місті від 2 до 6 років, 11,5% опитуваних не проживає у місті, але регулярно його відвідує, а

менше 2% були у Львові у ролі туристів. Запитання щодо частоти відвідування громадських місць дають змогу зрозуміти пріоритети опитуваних, що в свою чергу свідчить про важливість медійності функції просторів. Найчастіше люди відвідують торгові центри та заклади громадського харчування, рідше – культурні заклади (театри, музеї), ще рідше – храми.

На запитання, чи є архітектура засобом передачі інформації, ствердно відповіли понад 92% опитуваних, що підтверджує важливість дослідження медійності архітектури та міських просторів.

Як об'єкти, які мають найважливіше значення для медійності Львова (рис. 1), учасники опитування найчастіше обирали Оперний театр (близько 92%), площу Ринок (понад 54%), храм Ольги та Єлизавети (понад 26%), Домініканський собор (понад 24%), палац Потоцьких та Львівський вокзал (по 23%). Це свідчить про те, що найбільшу роль для людей мають саме історичні пам'ятки культурного та релігійного призначення.

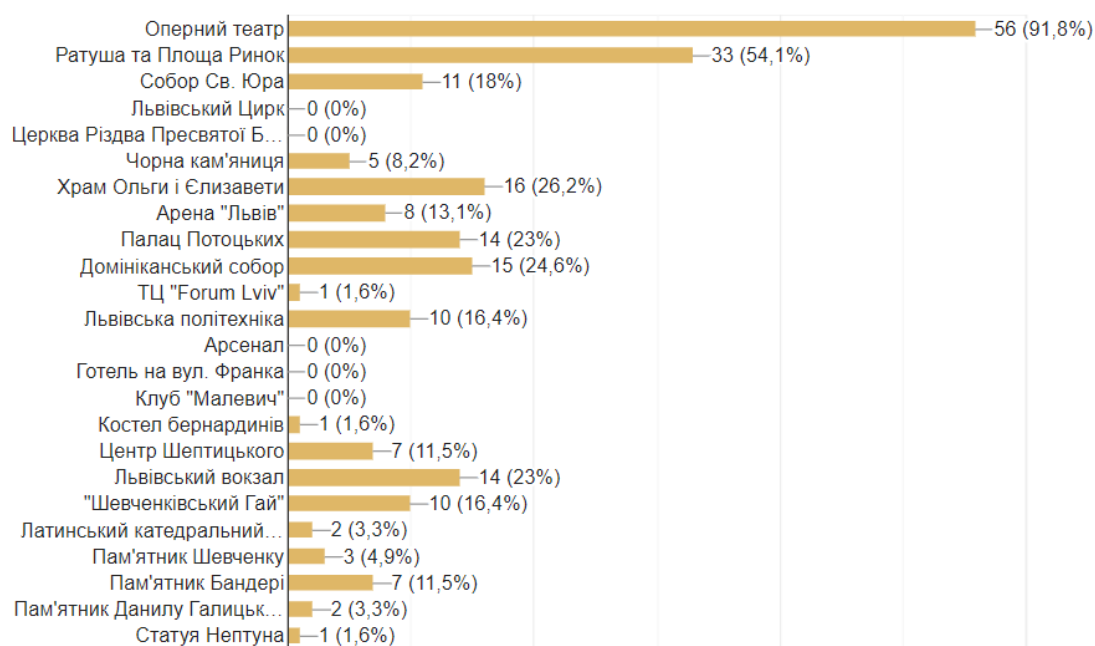


Рис. 1. Об'єкти, які мають найважливіше значення для медійності Львова.

На рівні громадського простору найвиразнішу медійність для опитуваних мають історичний (вул. Ставропігійська на рис. 2а) та сучасний (Меморіал Небесної Сотні на рис. 2б) архітектурні простори. Люди дійшли спільної думки при ідентифікації інформації, якою насичені ці простори, та оцінили рівень їх медійності на високі бали. Медійність історичного простору із сучасними елементами (площа Коліївщини на рис. 2в) викликала більше нерозуміння, однак люди змогли побачити в ньому естетичну, історичну та функціональну інформацію. Найбільший дисонанс викликала медійність радянського простору

(вхід до Парку культури ім. Б. Хмельницького на рис. 2г), який доносить своїм виглядом переважно функціональну і естетичну інформацію.



Рис. 2. Оцінка медійності громадських просторів Львова.

На рівні архітектурного об'єкта історична (Гарнізонний храм св. Петра і Павла на рис. 3а) та сучасна (Центр Шептицького на рис. 3б) будівлі отримали найвищі оцінки своєї медійності. Думки респондентів щодо видів інформації, закладених у дані об'єкти, виявились спільними. Приклад радянської архітектури (Податкова на рис. 3в) поділив респондентів на дві групи: одні



оцінили її медійність на високі бали (понад 56%), інші – на низькі (близько 44%). Інформацію даної будівлі спільно ідентифікують як функціональну, політичну та комерційну. Натомість медійність сучасного житлового будинку у історичному середовищі на вул. Єфремова (рис. 3г) викликав розбіжність у оцінках опитуваних, що свідчить про їх різне ставлення до поєднання сучасної та історичної архітектури.

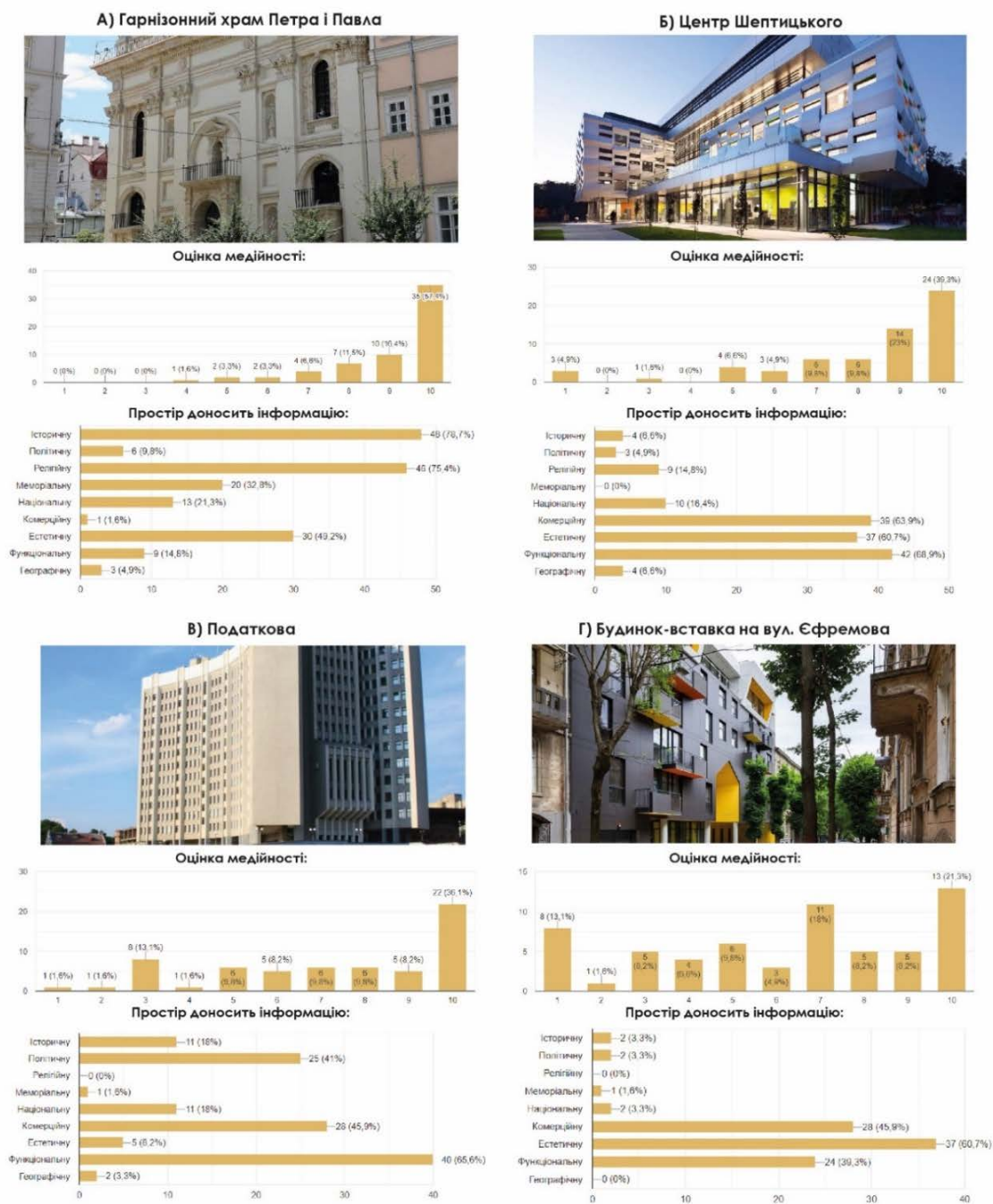


Рис. 3. Оцінка медійності архітектурних об'єктів Львова.

На ієрархічному рівні об'єктів монументального мистецтва було виявлено, що історичний (пам'ятник Міцкевичу на рис. 4а) та сучасний пам'ятник із

буквальними символами (пам'ятник Героям ЗУНР на рис. 4б) є найбільш зрозумілими для суспільства. Радянський монументальний об'єкт (пагорб Слави на рис. 4в) отримав діапазон оцінок медійності від найнижчої до найвищої, так само, як і сучасний пам'ятник із абстрактним символізмом (пам'ятник розстріляним професорам на рис. 4г). Як бачимо, абстрактний символізм вимагає обов'язкового роз'яснення для його розуміння. Інформацію об'єктів монументального мистецтва у переважній більшості було визначено як історичну та меморіальну.

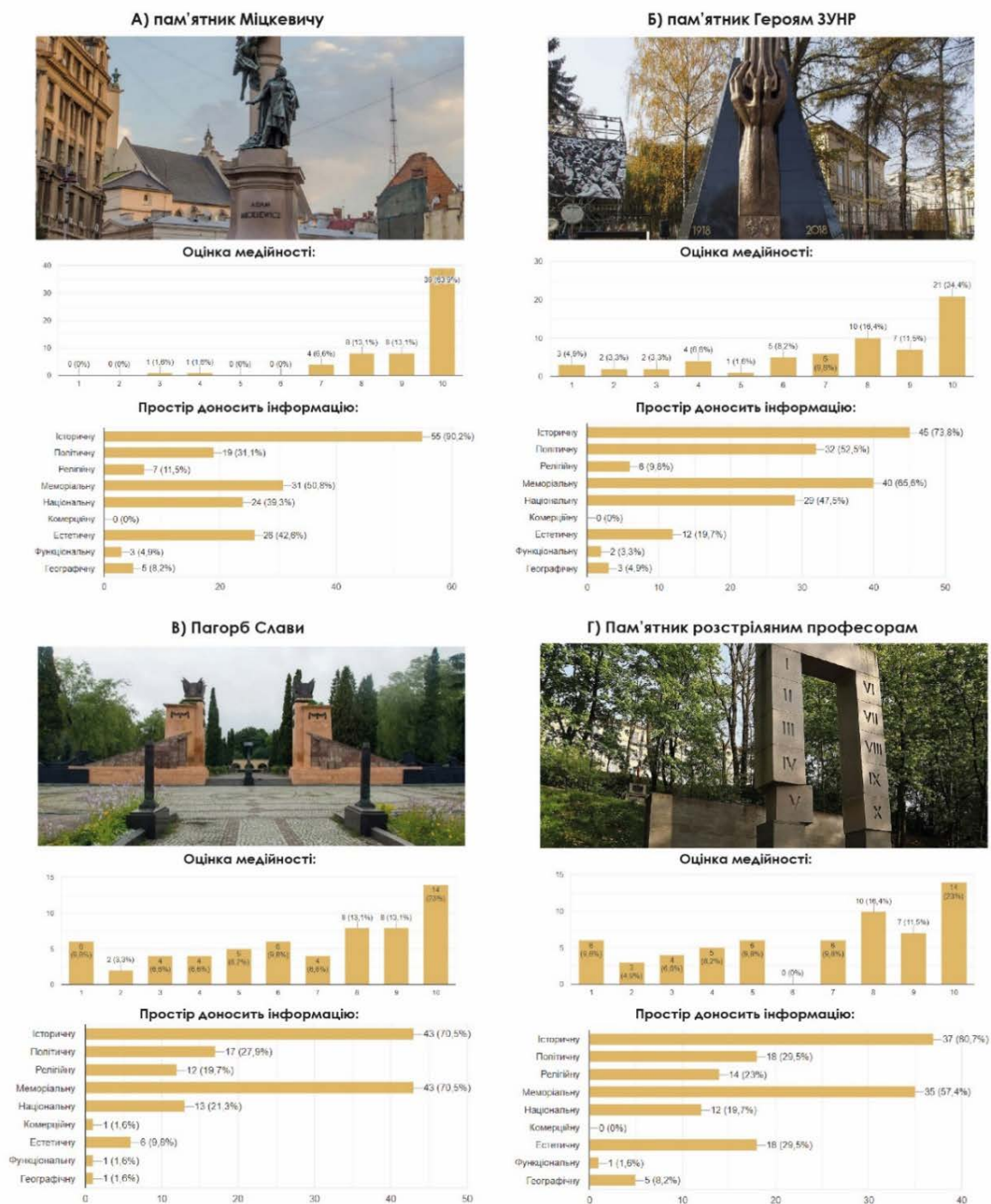


Рис. 4. Оцінка медійності об'єктів монументального мистецтва Львова.



У блоці порівняння медійності різних варіантів архітектурного середовища на кожне питання було виявлено переважаючу більшість голосів. Понад 67% респондентів найбільше подобається сучасний варіант площі перед Оперним театром (рис. 5). Варто зазначити, що близько 25% опитуваних, які обрали варіант з колишнім фонтаном, мають понад 60 років. Тож прихильниками змін є молодше покоління.



Рис. 5. Порівняння медійності варіантів площі перед Оперним театром.

Якщо говорити про варіанти реставрації (рис. 6а), то більшість голосів (93,4%) було надано реставрації з максимальним відтворенням автентичного вигляду. Це дає зрозуміти, що суспільство цінує та поважає історичну спадщину.

При дослідженні медійності велике значення на сьогодні має комерційна інформація та її інтеграція в архітектурне середовище. Більше 82% респондентів обрали варіант вивіски аптеки із меншою виразністю (рис. 6б), що свідчить про необхідність обмеження встановлення елементів комерційного характеру. Натомість при виборі варіанту вітрини в історичному будинку (рис. 6в) близько 74% опитуваних обрали сучасне оформлення.

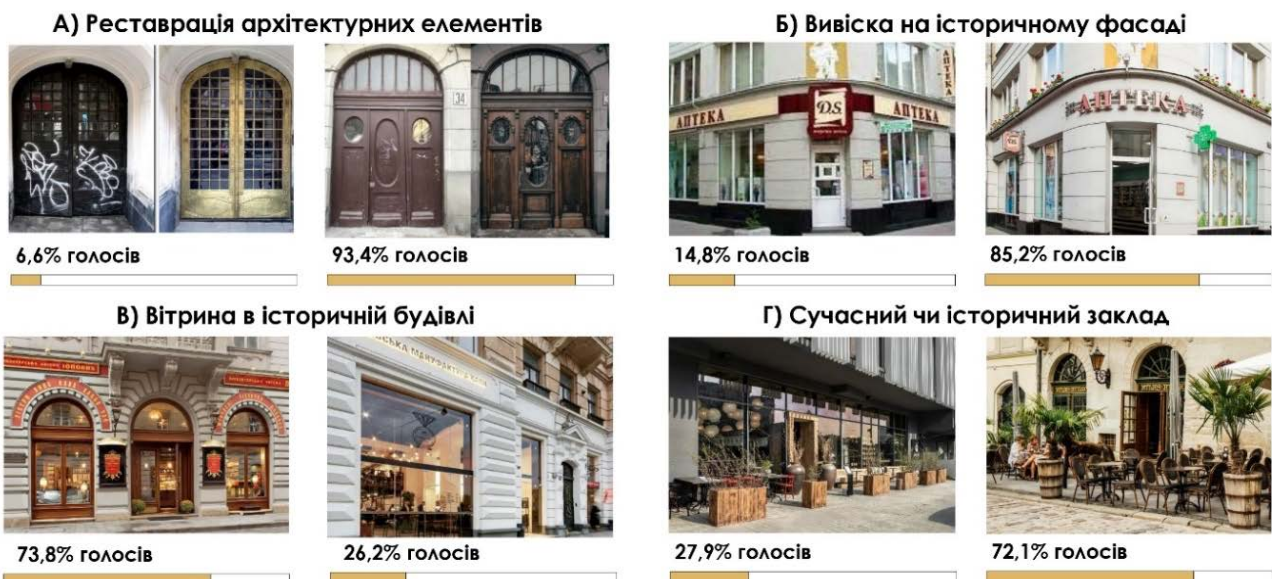


Рис.5. Порівняння медійності різних варіантів архітектурного середовища Львова.

Отже, при грамотному підході до інтеграції нового у старе, можливо досягти позитивного впливу на думку суспільства і такий варіант сприйматиметься краще, аніж імітація історичного. Це є важливим, адже людям більше подобається проводити час у історичному середовищі (понад 72%), ніж у сучасному (рис. 6г).

Останній блок відкритих питань теж характеризується спільністю у думках респондентів. Більшість опитуваних відповіли, що архітектурне середовище Львова викликає у них позитивні емоції, такі як спокій, задоволення та захоплення. Щодо впливу сучасної архітектури на історичне середовище Львова думки розділилися. Одні вважають, що в історичному середовищі не місце сучасним об'єктам, інші схвалюють такий підхід. Та переважна більшість думок сходиться на тому, що підхід до проектування нового у старому повинен враховувати та підкреслювати особливості існуючого середовища, а не дисонувати з ним. Останнє питання про те, що б люди хотіли транслювати на екрані посеред Львова, дає можливість краще зрозуміти, якою інформацією вони бажають себе оточувати, і що слід враховувати для формування медійності сучасної архітектури. Думки опитуваних зійшлися на тому, що вони б хотіли бачити сценарії на патріотичну та історичну тематики. Це можна пов'язати із розвитком національної свідомості внаслідок повномасштабного вторгнення в Україну [16].

Проведене соціологічне дослідження показує, що медійність Львова характеризується історичною різноманітністю, викликає семіотичні асоціації, впливає на самопочуття людей у міському просторі та відвідуваність певних місць.

На основі оцінки громадянами медійності архітектури та просторів Львова варто зазначити, що однорідне середовище, таке як історичне або сучасне, сприймається набагато краще. Поєднання різностильової архітектури викликає розгубленість та додає напруження. Тому важливо наголосити на необхідності грамотного підходу до проектування нової архітектури у сформованому середовищі, адже це має безпосередній вплив на її сприйняття людьми.

**Висновки.** 1) В статті обґрунтовано необхідність проведення соціологічного опитування при дослідженні формування медійності архітектури та просторів міста.

2) Визначено об'єкти у Львові, які мають найбільшу медійність. Це історичні об'єкти: Оперний театр, площа Ринок, храм Ольги та Єлизавети, Домініканський собор, палац Потоцьких та Львівський вокзал.

3) Проаналізовано оцінку людьми медійності архітектури та міських просторів та виявлення ними видів інформації на різних ієрархічних рівнях. Встановлено, що найбільш зрозумілими для суспільства є суто історичне та



суто сучасне архітектурні середовища. Поєднання нового зі старим викликає у людей розгубленість, їм важче зрозуміти закладений в такому середовищі зміст. Також важко сприймати інформацію від архітектури радянського періоду.

4) Визначено ставлення громадян до змін в медійності архітектурного простору міста в загальному як позитивне. Виявлено важливість для громадян грамотного поєднання сучасної архітектури з історичною.

### Література

1. Ankerl G. *Experimental Sociology of Architecture: A Guide to Theory, Research, and Literature*. The Hague : Mouton Publishers, 1981. P. 18-42.
2. Бородіна Д.Л. Сучасні глобалізаційні процеси в архітектурі і їхній вплив на імідж міста. *Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики*, 2013. № 58 С. 47-53.
3. Вербець В.В. Методологія та методика соціологічних досліджень: Навчально-методичний посібник. Рівне: РДГУ: Інститут соціальних досліджень, 2006. 167 с.
4. Вербицька У.Ю. Архітектура багатоквартирного житла в історично сформованій забудові міста. *Вісник Національного університету Львівська політехніка*, 2015. № 816. С. 64-71.
5. Габрель М.М., Габрель М.М. Шкідливість і толерантність як властивості архітектури. *Містобудування та територіальне планування*, 2020. № 73. С. 52-77. DOI: <https://doi.org/10.32347/2076-815x.2020.73.52-77>
6. Габрель М.М., Парнета Б.З., Парнета М.Б. Символи, семантика та медійність архітектури та простору міст. *Modern scientific research: achievements, innovations and development prospects. Proceedings of the 6th International scientific and practical conference*. Berlin: MDPC Publishing, 2021. С. 359-363.
7. Габидулина С.Э. Психология городской среды. М.: Смысл, 2012. 152 с.
8. Грабовська С.Л., Липецька А.С. Взаємодія людини з архітектурний середовищем: теоретичний ракурс. *HABITUS. Науковий журнал з соціології та психології*. Одеса, 2020. №13. С. 117-122. DOI: <https://doi.org/10.32843/2663-5208.2020.13-1.18>.
9. Козлова І.В. Основні підходи до вивчення міста та специфіка соціології у вивченні містотворчих процесів. *Вісник Львівського університету. Серія соціологічна*, 2012. № 6. С. 265-275.
10. Козлова Н.В. До питання комфортного візуального середовища міста: методи визначення. *Містобудування та територіальне планування*, 2017. № 65. С. 254-260.

11. Кудрявцев К., Фоменко К. Психологія образу міста: можливості застосування архітектурного психосемантичного диференціалу. *Вісник ХНПУ імені Г.С. Сковороди*, 2018. № 59. С. 49-63. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.2527869>
12. Майстренко К.С. Місце та значення соціологічних досліджень в архітектурі. *Сучасні проблеми архітектури та містобудування*. 2014. №36. С. 116-126.
13. Міхеєва О. Територіальний та просторовий виміри міста. Класична соціологія про міський простір. Донецьк: Видавництво «Ноулідж», 2010. 464 с.
14. Міхно Н.К. Місто як культурний текст: особливості семантики та синтагматики міського простору: монографія. Дніпро: Видавничо-поліграфічний дім «Формат А+», 2020. 423 с.
15. Оцінка медійності архітектурного простору Львова. URL: <https://forms.gle/PdvTNqFKBLoAhdCS8> (дата звернення: 06.12.2022).
16. Парнета М.Б. Зміни медійності архітектури та просторів міст під час війни. *Сучасні проблеми архітектури та містобудування*, 2022. № 63. С. 77-86. DOI: <https://doi.org/10.32347/2077-3455.2022.63.77-86>
17. Черкес Б.С., Юрик Я.М. Методологічні основи дослідження міської ідентичності та її об'єктів-символів. *Вісник Національного університету "Львівська політехніка"*, 2013. № 757. С. 3-6.

Postgraduate **Mariana Parneta**,  
Lviv Polytechnic National University

## SOCIOLOGICAL SURVEY FOR ASSESSING THE MEDIA FORMATION OF ARCHITECTURAL OBJECTS AND SPACES OF LVIV

The media formation of architecture and urban spaces is their informative essence, their content and symbolic richness for people. If we consider architecture from the perspective of information transmission, there arises a need to study the influence of its physical and mental characteristics on society. The media formation of Lviv's architectural environment affects the frequency of visits to certain places, people's well-being in urban spaces, and the semiotic significance of the city's architecture for people. Therefore, conducting a sociological study is necessary to analyze the media formation of architecture and urban spaces in Lviv. The research tasks involved identifying the most mediatic objects in Lviv, assessing people's perception of the media formation of various architectural styles at different hierarchical levels, and the type of information conveyed by these objects. It also

aimed to determine citizens' attitudes towards changes in the media formation of the city's architectural space by comparing different architectural environments. Additionally, the study sought to understand people's vision of Lviv's architectural mediacy in the future. The research results showed that Lviv's mediacy is characterized by historical diversity, evokes semiotic associations, and influences people's well-being in urban spaces and the popularity of certain locations. Based on the assessment of citizens regarding the media formation of architecture and spaces in Lviv, conclusions have been shown that homogeneous environments, such as historical or contemporary ones, are perceived much better. The combination of diverse architectural styles can lead to confusion and added tension. Therefore, it is important to emphasize the need for a thoughtful approach to designing new architecture within established environments since it has a direct impact on how it is perceived by people.

Key words: media formation of architecture; informativeness architecture; sociology of architecture; sociological survey; architecture of Lviv.

## REFERENCES

1. Ankerl, G. (1981). *Experimental Sociology of Architecture: A Guide to Theory, Research, and Literature*. The Hague : Mouton Publishers. pp. 18-42. {in English}
2. Borodina, D.L. (2013). Suchasni hlobalizatsiini protsesy v arkhitekturi i yikhnyi vplyv na imidzh mista. *Sotsialni tekhnologii: aktualni problemy teorii ta praktyky*. № 58 pp. 47-53. {in Ukrainian}
3. Verbets, V.V. (2006). *Metodolohiia ta metodyka sotsiologichnykh doslidzhen: Navchalnometodychnyi posibnyk*. Rivne: RDHU: Instytut sotsialnykh doslidzhen. 167 p. {in Ukrainian}
4. Verbytska, U.Y. (2015). Arkhitektura bahatokvartyrnoho zhytla v istorychno sformovanii zabudovi mista. *Visnyk Natsionalnoho universytetu Lvivska politekhnika*. № 816. pp. 64-71. {in Ukrainian}
5. Habrel, M.M., Habrel, M.M. (2020). Shkidlyvist i tolerantnis yak vlastyvoli arkhitektury. *Mistobuduvannia ta terytorialne planuvannia*. № 73. pp. 52-77. DOI: <https://doi.org/10.32347/2076-815x.2020.73.52-77> {in Ukrainian}
6. Habrel, M.M., Parneta, B.Z., Parneta, M.B. (2021). Symvoly, semantyka ta mediinist arkhitektury ta prostoru mist. *Modern scientific research: achievements, innovations and development prospects. Proceedings of the 6th International scientific and practical conference*. Berlin: MDPC Publishing. pp. 359-363. {in Ukrainian}
7. Habydulyna, S.E. (2012). *Psykhologhyia horodskoi sredy*. M.: Smysl. 152 p. {in Ukrainian}



8. Hrabovska, S.L., Lypetska, A.S. (2020). Vzaiemodiia liudyny z arkhitekturnyi seredovyshchem: teoretychnyi rakurs. *HABITUS. Naukovyi zhurnal z sotsiologii ta psykholohii*, 13. Odesa, 2020. pp. 117 - 122. DOI: <https://doi.org/10.32843/2663-5208.2020.13-1.18>. {in Ukrainian}
9. Kozlova, I.V. (2012). Osnovni pidkhody do vyvchennia mista ta spetsyfika sotsiologii u vyvchenni mistotvorchykh protsesiv. *Visnyk Lvivskoho universytetu. Serii sotsiologichna*. № 6. pp. 265-275. {in Ukrainian}
10. Kozlova, N.V. (2017). Do pytannia komfortnoho vizualnoho seredovyscha mista: metody vyznachennia. *Mistobuduvannia ta terytorialne planuvannia*. № 65. pp. 254-260. {in Ukrainian}
11. Kudriavtsev, K., Fomenko, K. (2018). Psykholohiia obrazu mista: mozhlyvosti zastosuvannia arkhitekturnoho psykholemantychnoho dyferentsialu. *Visnyk KhNPU imeni H.S. Skovorody*. № 59. pp. 49-63. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.2527869> {in Ukrainian}
12. Maistrenko, K.S. (2014). Mistse ta znachennia sotsiologichnykh doslidzhen v arkhitekturi. *Suchasni problemy arkhitektury ta mistobuduvannia*. №36. pp. 116-126. {in Ukrainian}
13. Mikheieva, O. (2010). Terytorialnyi ta prostorovy vymiry mista. *Klasychna sotsiologhiia pro miskyi prostir*. Donetsk: Vydavnytstvo «Noulidzh». 464 p. {in Ukrainian}
14. Mikhno, N.K. (2020). Misto yak kulturnyi tekst: osoblyvosti semantyky ta syntahmatyky miskoho prostoru: monohrafiia. Dnipro: Vydavnycho-polihrafichnyi dim «Format A+». 423 p. {in Ukrainian}
15. Otsinka mediinosti arkhitekturnoho prostoru Lvova. URL: <https://forms.gle/PdvTNqFKBLoAhdCS8> (data zvernennia: 06.12.2022). {in Ukrainian}
16. Parneta, M.B. (2022). Zminy mediinosti arkhitektury ta prostoriv mist pid chas viiny] *Suchasni problemy arkhitektury ta mistobuduvannia*, № 63, pp. 77-86. DOI: <https://doi.org/10.32347/2077-3455.2022.63.77-86> {in Ukrainian}
17. Cherkes, B.S., Yuryk, Y.M. (2013). Metodolohichni osnovy doslidzhennia miskoi identychnosti ta yii obektiv-symvoliv. *Visnyk Natsionalnoho universytetu "Lvivska politekhnika"*. № 757. pp. 3-6. {in Ukrainian}