

- [Электронный ресурс]. URL: https://www.academia.edu/13271693/_Минский_феномен_.Городское_планирование_и_урбанизация_в_Советском_Союзе_после_Второй_мировой_войны._Москва_2013 (дата обращения: 15.02.2020).
6. Культура Беларуси: 20 лет развития (1991-2011): монография / С. П. Винокурова [и др.]; под. общ. ред. О. А. Галкина, И. Г. Голубевой. Минск, 2012. 332 с.
 7. *Барбанов А. А.* Социально-культурные и семантические принципы ревитализации индустриального наследия // *Эко-потенциал*. 2013. № 3–4. С. 237–248.
 8. Триптих «Будучыня»: новые минские муралы художников из Беларуси, Сербии и Испании / Интерфакс-Запад [Электронный ресурс]. URL: <https://interfax.by/news/obshchestvo/society-different/1266319/> (дата обращения: 15.02.2020).
 9. *Асов А. И.* Свято-Русские Веды. Книга Коляды. 2-е изд., испр. и доп. Вос-создание песен, обработка, переводы с разных славянских языков и диалектов А. И. Асова [Электронный ресурс]. URL: <https://www.litmir.me/bg/?b=209423&r=1> (дата обращения: 15.02.2020).
 10. *Титаренко Л. Г.* Городское развитие на постсоветском пространстве: теоретические модели и реальность // *Постсоветские столицы: Минск, Вильнюс, Баку / Й. Терборн [и др.]; под общ. ред. Й. Терборна*. Минск, 2009. С. 25–39.

ТЕХНОЛОГИИ КОНЦЕПЦИИ «УМНОГО ГОРОДА»: СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА

С. А. Черкашина

*Санкт-Петербургский государственный университет,
Университетская набережная, 7-9, 199034,
г. Санкт-Петербург, Россия,
s.cherkashina@spbu.ru*

Современная градостроительная концепция «умный город» стимулирует интеграцию множества информационных и коммуникационных технологий с целью повышения качества жизни в городах. Социальные медиа выступают технологией создания новых моделей поведения, изменения поведенческих стереотипов, формирования он-лайн сообществ, управления обществом и каналом коммуникации.

Ключевые слова: городское пространство; умный город; социальные медиа.

SMART CITY CONCEPT TECHNOLOGIES: SOCIAL MEDIA

S. A. Cherkashina

*St. Petersburg State University,
7-9, Universitetskaya embankment, 199034, St. Petersburg, Russia
Corresponding author: S. A. Cherkashina (s.cherkashina@spbu.ru)*

The modern urban planning concept «smart city» encourages the integration of a variety of information and communication technologies in order to improve the quality of life in the cities. Social media serves as a technology for creating new behaviors, changing behavioral stereotypes, forming online communities, managing society and the communication channel.

Key words: smart city; urban space; social media.

Концепция «умный город» направленная, в первую очередь, на развитие технологий и инфраструктуры городского пространства, с 2000-х годов прошла свою эволюцию от применения эффективных технологий, преимущественно решения класса B2G («Умный город 1.0») через критику этого этапа, так как в фокусе были сами технологии, а не их потребители, к «Умному городу 2.0», где уделяется внимание тому, насколько технологии способствуют достижению целей конкретного города, вовлеченности населения, ориентации на конечный результат, внимание к потребностям горожан и гостям.

По данным Организации Объединенных Наций в 2014 г. по всему миру насчитывалось 28 мегаполисов, где проживало 453 млн человек, что составило 12 % от мирового населения городов. По оценкам экспертов, к 2030 г. в мире будет насчитываться 41 мегаполис с населением от 10 млн человек и более. Россия, по состоянию на октябрь 2016 года, занимает 51-е место с долей городского населения 74,2 % [1].

Решения концепции «умного города» широко используются во всем мире. Москва вошла в группу городов мира, где доля населения, пользующего умными решениями, составила 30–40 %, осведомленность взрослого населения об умных решениях 61 % [2, с. 13].

В Петербурге реализация проекта умный город – использование современных интеллектуальных технологий с учетом культурных и исторических особенностей города и социума началась в 2017 г. 26 февраля 2018 г. Правительством Санкт-Петербург была утверждена концепция

«Умный Санкт-Петербург» с целью повысить качество жизни и качество городского управления, обеспечить устойчивое развитие, достижения целей, определенных Стратегией 2030, программы «Цифровая экономика в Российской Федерации», связанных с разработкой, внедрением и широким использованием информационных и цифровых технологий в социальной сфере, жилищно-коммунальном хозяйстве, энергетической и транспортной инфраструктурах, сферах государственного управления и общественной безопасности [3]. Санкт-Петербург – город с историческим и культурным наследием, со сложившейся инфраструктурой входит в список всемирного наследия ЮНЕСКО. В таких городах технологические внедрения имеют особенности в зависимости от задач устойчивого развития города, потребностей горожан и гостей, культуры [4, с. 173].

Социальные медиа можно отнести к группе элементов «умных городов», обеспечивающих информационное взаимодействие всех участников процессов обеспечения развития и жизнедеятельности города. Ожидаемый от них эффект это информационное взаимодействие с горожанами в части открытия городских данных, предоставления государственных сервисов для работы с городскими данными, учета мнения горожан при планировании развития города, а также реагирование на обращения граждан.

Появление социальных медиа стало одним из факторов изменения моделей поведения, формирования новых поведенческих стереотипов; облегчают создание и обмен информацией, идеями и другими формами выражения через виртуальные сообщества и сети. Содержание сообщений формируют сами пользователи и возможно их размещение в социальных сетях, подкастах, web-сайтах, на интернет-форумах, Wiki, видеохостингах, блогах, печатных, онлайн-овых и мобильных продуктах. На вопрос «Посещали ли вы страницу вашего города в какой-либо социальной сети за последние полгода?» в Москве положительно ответили 18 % опрошенных [2, с. 21].

Посредством социальных медиа руководство города может напрямую обращаться к целевым группам населения, например к молодежи, к туристам, предпринимателям, обучающимся, получать обратную связь, в том числе в виде лайков, репостов, комментариев. Хорошим тоном для мэра стало иметь свои официальные страницы в соцсетях и делать их эффективным каналом коммуникации городских властей. Основные отличительные особенности социальных медиа как мультимедийность,

интерактивность, отслеживание популярности публикаций, неформальный стиль сообщения может способствовать укреплению взаимоотношений между всеми участниками процесса.

Выделим возможные результаты применения социальных медиа в концепции «умный город»:

- элемент коммуникационной системы, позволяющий каждому жителю города принимать участие в процессе городского развития, реализации городских проектов;
- средство учета мнения жителей и сообществ при принятии решений в области развития города;
- канал информирования населения о мероприятиях, проводимых городскими службами и органами власти;
- средство формирования он-лайн сообществ по вопросам самоорганизации жителей, проведение социологических исследований, например оценки мнения жителей города о взаимодействии с городской средой, качество инфраструктуры.

Библиографические ссылки

1. Информационный центр ООН в Москве. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.unic.ru/press/po-dannym-oon-velichivaetsya-gorodskoe-narodonaselenie-segodnya-bolee-poloviny-naseleniya-mir> (дата обращения 15.03. 2020).
2. *Вотцель Дж., Кузнецова Е.* Технологии умных городов: что влияет на выбор горожан? McKinsey, 2018. [Электронный ресурс]. URL: https://www.mckinsey.com/~/_/media/McKinsey/Industries/Public%20Sector/Our%20Insights/Smart%20city%20solutions%20What%20drives%20citizen%20adoption%20around%20the%20globe/smartcitizenbook-rus.ashx (дата обращения 15.03. 2020).
3. «Умный Санкт-Петербург» Концепция развития Санкт-Петербурга с помощью технологий «умного города». [Электронный ресурс]. URL: <https://www.petersburgsmartcity.ru/> (дата обращения 15.03.2020).
4. *Черкашина С. А.* Коммуникативный аспект межкультурного потенциала Санкт-Петербурга // Колпинские чтения по краеведению и туризму. Материалы межрегиональной с международным участием научно-практической конференции. В 2-х частях. Часть II. СПб. : РГПУ им. А. И. Герцена; ЛОИРО, 2019. С. 173–178.