

SOCIOLOGY

МІСЬКА VS РЕГІОНАЛЬНА ІДЕНТИЧНІСТЬ: ДО ПИТАННЯ ХАРАКТЕРУ ФОРМУВАННЯ/АКТУАЛІЗАЦІЇ/ПРОТИСТАВЛЕННЯ В УМОВАХ СУЧАСНОГО УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА

Міхно Надія Костянтинівна

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, Україна
доцент кафедри соціології, кандидат соціологічних наук

DOI: https://doi.org/10.31435/rsglobal_ijitss/28022020/6951

ARTICLE INFO

Received 09 December 2019
Accepted 18 February 2020
Published 28 February 2020

KEYWORDS

city, urban space,
urban identity,
region,
regional identity,
community,
territorial identities,
local identities.

ABSTRACT

The main focus of this article is on identifying the features of regional and urban identity formation and actualization. An attempt was made to determine the nature of interaction and juxtaposition of these types of territorial identity in the conditions of modern Ukrainian society. The main mechanisms of formation of regional identity are distinguished: use of the mechanism of constructing crisis or opposition regional identity, ideological work as a mechanism of formation of regional identity, images, symbolism, mythologists, ideologists and communication slogans as mechanisms of formation of regional identity. Urban identity is formed during the symbolic production of urban meanings. It is emphasized that urban identity is a socio-cultural construct, which is formed as a result of socialization and adaptation in a certain settlement and is determined by the assimilation and reproduction of cultural symbols, accepted norms, traditions, lifestyle of the city residents. It is determined that in modern Ukrainian society urban identity prevails over regional identity.

Citation: Mikhno N. K. (2020) Miska VS Rehionalna Identychnist: do Pytannia Kharakteru Formuvannia/Aktualizatsii/Protystavlennia v Umovakh Suchasnoho Ukrainskoho Suspilstva. *International Journal of Innovative Technologies in Social Science*. 2(23). doi: 10.31435/rsglobal_ijitss/28022020/6951

Copyright: © 2020 Mikhno N. K. This is an open-access article distributed under the terms of the **Creative Commons Attribution License (CC BY)**. The use, distribution or reproduction in other forums is permitted, provided the original author(s) or licensor are credited and that the original publication in this journal is cited, in accordance with accepted academic practice. No use, distribution or reproduction is permitted which does not comply with these terms.

Вступ. Актуалізація теми територіальної ідентичності обумовлена, як мінімум, двома основними причинами. З одного боку, глобалізаційні процеси, що зачіпають економічну, політичну, культурну та інші сфери суспільного життя, актуалізують і проблематизують ідентичність територій. Так, економічний аспект глобалізації викликає необхідність конкуренції між регіонами за різного роду ресурси, політичний – прагнення, як мінімум, зберегти самостійність території в управлінні процесами, що відбуваються, культурний проявляється в спробах підкреслити власну унікальність як реакція на уніфікацію культурних проявів в глобальному масштабі. У такій ситуації виявляється необхідним заявити про існування суб'єкта, який прагне до відстоювання себе – визначити для себе і сформулювати для інших, хто є «я» і / або «ми» [1].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Ґрунтовні оцінки різних видів ідентичності представлено у роботах Б. Андерсона, Е. Гідденса, М. Кастельса, Ф. Тьонніса, З. Фрейда, С. Хантінгтона, Я. Щепанського, Е. Еріксона, а також особлива увага до міського простору представлена у роботах Е. Соджі, А. Лефевра, Д. Хайден, в яких розкрито значення території та місця як носіїв соціальної й культурної пам'яті. У галузі соціології міста працює і низка

відомих українських вчених, зокрема, йдеться про О. Макеєва, С. Матяш, І. Прибиткову, В. Белоусова, О. Міхеєву, О. Мусієздова, А. Петренко-Лисак, В. Середу, Ю. Сороку, Л. Малес, Д. Судіна та ряд інших.

В Україні здійснюються масштабні моніторингові дослідження тенденцій розвитку українського суспільства, в ході яких простежуються регіональні особливості політичної культури, тенденції етномовного розвитку, електоральні настрої, регіональні виміри зовнішньополітичних орієнтацій, особливості ідентифікаційних процесів тощо. Праці Н. Паніної, Є. Головахи, М. Шульги, А. Ручки, В. Євтуха, Л. Ази, О. Вишняка, О. Стегнія, М. Чурилова, О. Резніка і багатьох інших представників вітчизняної соціологічної думки створили надійний фундамент для комплексного аналізу динаміки соціокультурних змін у регіонах і відповідних суспільних настроїв.

Метою даної статті є окреслення характеру актуалізації та прояву таких форм територіальної ідентичності як регіональна та міська.

Виклад та аналіз основного матеріалу. Не можна не погодитися, що територія починає відігравати роль ідентифікаційного символу лише тоді, коли перестає бути просто життєвим середовищем і перетворюється на екзистенційну цінність. У процесі такого перетворення формується відповідна ментальність, система звичок і поведінкових стереотипів. Цілеспрямовані зусилля здатні посилити відчуття соціальної екзистенції до такого рівня, коли населення виявляє готовність або до усвідомленої співпричетності до проklamованих ними цінностей і орієнтацій, або до усвідомлених форм протесту. Особливої ваги набуває територіальна ідентичність у тих соціумах, які, за визначенням А. Лейпхарта, є багатоскладовими. Критерієм багатоскладовості у даному разі виступає членування суспільства на окремі сегменти з виразними соціокультурними, етнічними, ідеологічними, конфесійними чи іншими ознаками. Сучасні конструктивістські тлумачення регіональної ідентичності відкидають розуміння її як застиглої самості. Будь-яка ідентичність — нестійка, постійно змінювана константа, складові якої міняються місцями під впливом обставин. Тобто регіональна ідентичність — конструкт, рівною мірою закорінений в реальній дійсності і уявленнях [2, с. 69].

Інтегруючи ряд соціологічних інтерпретацій ідентичності, можна дійти висновку про те, що її можна розглядати мінімум у двох аспектах і говорити про два типи ідентичності. По-перше, це ідентичності, наявні в суспільній свідомості (точніше, в уявленнях індивідів про соціальний простір), які можна назвати номінальними, оскільки (в ідеалі) вони усвідомлюються настільки, що можуть бути виражені (і виражаються) у назвах – номінаціях. По-друге, це ідентичності реальні – тобто ті позиції, які визначають різні практики індивідів («практичний» аспект соціального простору) безвідносно до того, наскільки чітко вони усвідомлюються в уявленнях [3, с. 99-108]. Необхідно відмітити, що регіональні ідентичності найтісніше прив'язані до території (регіону), але сам конструкт регіону є, як вже зазначалося, розмитим, неусталеним та залежить від поставлених цілей застосування. Якщо регіон має чіткі кордони, виразні історичні й соціокультурні особливості, потужну місцеву еліту, «образ регіону» складається природно, і на цій основі так само природно формується регіональна самосвідомість. В іншому разі регіональна ідентичність існує у приглушеному, латентному стані, і для її осмисленого прояву потрібні якісь специфічні поштовхи [2, с. 47].

Серед механізмів, що залучаються для цільового формування регіональної ідентичності, можна виділити наступні: використання механізму конструювання кризової або опозиційної регіональної ідентичності, ідеологічна робота як механізм формування регіональної ідентичності, образи, символіка, міфологеми, ідеологеми і комунікаційні слогани як механізми формування регіональної ідентичності та ряд інших. Тобто ідентичність багато в чому є конструйованим феноменом і тому її формування або активізація можуть об'єктами цілеспрямованих дій. Регіональна ідентичність, в цьому сенсі, може бути як зконструюваною, так і деконструйованою різними способами [4, с. 134].

Звідси випливає, що у структурі регіональної ідентичності виділяється два основні компоненти: культурно-ціннісний і стратегічний. Культурний рівень пов'язаний з характеристикою сталих рис регіональної унікальності, ціннісних особливостей співтовариства. Поява стратегічного рівня має на увазі свідоме використання цих особливостей в практичних цілях, наприклад, для підвищення уваги до регіону, мобілізації співтовариства та ін. Це свідомий винахід і використання регіональної унікальності (символічна політика, «винахід традицій», політика ідентичності), а також просування конструйованої унікальності, що виражається у формуванні регіонального образу (політика по формуванню іміджу, позиціонування території в зовнішній простір і так далі) [5, с. 23].

В якості носіїв регіональної ідентичності виступають регіональні спільноти. Регіональні спільноти сучасності розглядаються як продукт цілеспрямованого інтелектуального інжинірингу елітарних груп, основною метою якого є фундація нових типів і форм ідентичностей, що забезпечують успішну групову й індивідуальну соціально-психологічну адаптацію, а також необхідні умови для колективної солідарної дії в політиці. Процес (ре)конструкції ідентичності регіональної спільноти на сучасному етапі досить часто супроводжується навмисним створенням симулякрів, які істотно змінюють сприйняття дійсності рядовими представниками колективу [6, с. 463].

В сучасних умовах розвитку українського суспільства регіональні ідентичності є результатом не стільки впливу об'єктивних історичних, соціокультурних і геополітичних чинників, скільки політичної мобілізації населення і застосування елітами та політичними партіями технологій, які штучно відтворювали окремі відмінності, міфи й стереотипи сприйняття регіонів. Як було виявлено раніше, одним з міфів, що є присутнім в політичному дискурсі, за допомогою якого відбувається конструювання образу регіону є міф щодо наявності розколу української держави на дві складові, відмінні між собою за рядом характеристик, по вісі схід-захід. Проте регіональна диференціація в Україні набагато складніша, ніж стереотипізований поділ на Західну та Східну Україну. Адже неможливо не брати до уваги існування ще двох великих регіонів – Центру та Півдня, які характеризуються і спільними, і відмінними рисами із Заходом та Сходом, а Центр має величезний потенціал консолідації й синтезу регіонального розмаїття України. До того ж і Схід, і Захід також регіонально диференціюються, наприклад, на Заході вирізняють ще чотири субрегіони – Галичина, Волинь, Закарпаття та Буковина. Рівень ідентифікації себе з регіональною спільнотою знаходиться на досить низьких показниках, більш вираженою є локальна ідентичність з містом проживання та загальнонаціональна ідентичність. Попри наявність активного публічного обговорення щодо існування відмінних між собою регіонів, активізацією політичного дискурсу щодо регіонів та присутністю даного утворення в предметній сфері науковців різного профілю, регіональна ідентичність не виступає на перший план у порівнянні з іншими видами ідентичностей. Результати проведеного глибинного дослідження структури регіональної ідентичності демонструють високий рівень когнітивного усвідомлення сутності регіону, географічних меж власних регіонів, специфіки регіональних характеристик, але рівень емоційний та поведінковий знаходиться у латентному стані, відсутня активне позиціонування свої спільності з регіональною спільнотою, що проявляється лише в ситуативному контексті (політичні події, подорожі, економічні проблеми) [7].

Іншим рівнем територіальної ідентичності виступає міська ідентичність. Розглянемо, яким чином проходить процес формування та актуалізації даного виду локальної ідентичності. Міська ідентичність складається в ході символічного виробництва міських смислів, вона сконструйована з репертуару тих значень, з якими стикається людина. Тому ми уявляємо місто як певну сукупність образів людей, вулиць, дерев, звуків, смаків, подій через відбиток цього репертуару значень, через візуальні і вербальні сліди їх репрезентації. Згідно Б. Андерсону [8], ми уявляємо будь-яку спільноту, в якій немає прямих контактів, за допомогою уявлень про дане співтовариство. Ці уявлення складаються в процесі комунікації (участь у святковому заході, зустрічі з городянами, читання публікації про історію вулиці, перегляд фотографій міста в соціальних мережах тощо), коли формуються міські смисли. Особлива роль належить тим з них, які мають автентичність: унікальні люди, традиції, міфи, завдяки яким відбувається ототожнення з містом.

Як підкреслює Н. Федотова, «ідентичність міста завжди автентична», тому міста прагнуть знайти і підкреслити свою винятковість через актуалізацію автентичності, тобто через імідж, бренд або впізнаваний образ, що дозволяє викликати позитивні аспекти у сприйнятті свого (або відвідуваного) міста. Ми спостерігаємо «тяжіння колективної свідомості сучасних міст до більш стійких і виразних для зовнішнього і внутрішнього сприйняття урбаністичних образів», що впливає на формування сприятливих вражень від міста і тим самим привертає соціальні, економічні та інші види ресурсів.

Перш за все, як показують багато досліджень, прив'язаність до міста забезпечує сам міський простір, з яким щодня стикається мешканець міста (мости, річки, кафе, люди). Дослідження візуальної середовища міста іноді зосереджені в рамках концепції «genius loci», де геній (або дух) місця, якщо слідувати феноменології архітектурних особливостей міста, «дозволяє людині ідентифікувати себе з середовищем». У цьому випадку місто викликає в нас позитивні емоції, з'являється бажання жити в цьому місці, оскільки ми відчуваємо зв'язок з ним [9].

Проаналізувавши теорію ідентичності та наявні в соціологічній літературі підходи до визначення міської ідентичності, Н. Дягілева робить висновок про те, що для того, щоб визначити дефініцію «міська ідентичність» необхідно врахувати наступні моменти:

- міська ідентичність є соціальною (колективною) ідентичністю та пов'язана з включеністю в довготривалі стабільні соціальні групи і визначає емоційне наповнення самовизначення індивіда по відношенню до такої групи в цілому, до групового імені, до «своїх» і «чужих», а також групові цінності, соціальні норми, стереотипи, поведінкові патерни;
- міська ідентичність є соціокультурним конструктом, формується в результаті соціалізації та адаптації в певному територіальному поселенні і визначається засвоєнням і відтворенням культурних символів, прийнятих норм, традицій, стилю життя жителів даного поселення;
- міська ідентичність є результатом ідентифікації людини з міською спільнотою як великою соціальною групою, що відрізняється від ряду інших спільнот, які виділяються за ознакою муніципальної власності [10].

В свою чергу О. Мусієздов, в результаті ряду ґрунтовних досліджень феномену міської ідентичності стверджує, що і «еліти», і «маси» відшукують, створюють, формулюють, виражають певні смисли, пов'язані з місцем/містом, задля відповіді на питання про власну ідентичність. Водночас можна припустити, що ті й інші роблять це по-різному. Тобто йдеться про те, що міська ідентичність цих груп має відрізнятися за змістом. Різниця між відповідями респондентів-представників різних груп має полягати не стільки у ступені ідентифікації з містом, скільки у способах інтерпретації власного зв'язку з містом.

Так, для «справжнього» жителя міста тією чи іншою мірою характерні: емоційна прив'язаність до міста, яка включає гордість за місто та локальний патріотизм; «менталітет» – це поняття не має наукового визначення, але зазвичай означає певний спосіб або особливості мислення, ставлення до чогось, розуміння культурних кодів тощо. Формується внаслідок тривалого життя в місті, переважно в дитинстві; знання про місто, його історію, культурні особливості; «міська культура» як сукупність певних традицій, особливостей поведінки; відчуття відповідальності за місто, яке може проявлятися як наслідок відчуття себе частиною міської спільноти та/або міста як такого (певний простір, інфраструктура тощо) та спричиняти різного роду громадську активність [11].

Якщо ми звернемо увагу на рівень ідентифікації громадян України, то динаміки ідентифікаційних процесів чітко демонструє превалювання міської ідентичності над регіональною. Моніторинг широкого кола питань суспільного життя українців здійснюється Інститутом соціології НАН України (див. Табл.1) [12].

Таблиця 1. Динаміка відповідей респондентів на запитання «Ким Ви себе передусім вважаєте?» (Результати національних щорічних моніторингових опитувань 1994-2018рр. Інститут соціології НАНУ: <https://i-soc.com.ua/assets/files/monitoring/dodatki2018.pdf>)

	2000	2002	2004	2006	2008	2010	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Мешканцем, села, району, міста	31,3	31,6	30,5	27,7	24,5	27,2	29,8	28,6	16,1	22,9	22,0	24,8	22,7
Мешканцем регіону	6,9	5,9	6,7	6,6	9,3	6,6	7,6	7,8	8,0	6,4	6,9	6,3	7,1

Презентовані дані свідчать, що ядро міської ідентичності є більш стійким та міцним у порівнянні з регіональною. Пояснити дані результати можливо тим фактом, що простір міста є «ближчим» та «виразнішим» для сприйняття. З одного боку, чітка вираженість географічних кордонів міста у порівнянні з досить розмитими межами регіону як просторового утворення та з гранично широким переліком населених пунктів, які входять до меж області, але які є «чужими» для мешканців інших населених пунктів. Простір міста є простором повсякденних практик мешканців – він пов'язаний із сімейними, робочими, дружніми зв'язками, простором дозвілля, самореалізації та приватних контактів та на рівні сприйняття є більш «зрозумілим» та «ближчим». Не менш важливим фактором є більш цілеспрямована політика ідентичності міської спільноти, виразні символи міста, традиційні міські практики, культурні та історичні міські постаті та події які можуть слугувати маркерами ідентифікації з територією, практики колективних дій у святковий та буденний час. Міська ідентичність в даному випадку має проявлятися і в номінальному, і в реальному аспектах. В свою чергу регіональна ідентичність обумовлена сприйняттям регіону як конструкту в умовах українського суспільства та залежить від рівня співвідношення історико-культурної основи виокремлення регіону та практиках політичного та медійного конструювання образу регіонів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Мусієздов, А. (2013). Территориальная идентичность в современном обществе. *Лабиринт. Журнал социально-гуманитарных исследований*. 5. 51 – 59.
2. Нагорна, Л. (2008). Регіональна ідентичність: український контекст. К.: ІПіЕНД імені І.Ф. Кураса НАН України.
3. Стегній, О. (2006). Національно-групова ідентифікація українців та росіян: порівняльний аналіз. *Українське суспільство 1992 – 2006. Соціологічний моніторинг*. К.: Ін-т соціології НАН України. 99 – 116.
4. Рогатин, В. (2005). Регион государства как воображаемое сообщество: к вопросу о формировании региональной идентичности. *Грані*. 3(41). 132–136.
5. Назукина, М. (2007). «Изобретение традиций» как механизм конструирования национальной идентичности. *Информационный бюллетень Национального Института развития современной идеологии*. 1. 22 – 25.
6. Хорошилов, О. (2009). Регіональні спільноти як суб'єкти інтеграційних процесів. *Вісник Одеського нац. ун-ту. Соціологія і політичні науки*. 459 – 466.
7. Міхно, Н. (2015). Регіон як об'єкт конструювання: історико-соціологічна рефлексія. Д.: ДНУ імені Олеся Гончара.
8. Андерсон Б. Уявлені спільноти. Міркування щодо походження й поширення націоналізму /пер. з англ. В. Морозова. К.: Критика, 2001. 272 с.
9. Федотова, Н. (2017). Формирование городской идентичности: факторный и институциональный аспекты. *Журнал социологии и социальной антропологии*. 20(3). 32–49.
10. Дягилева, Н. (2013). Теоретические аспекты городской идентичности. Режим доступа: <http://elar.ufrj.br/bitstream/10995/22420/1/geobrand-2013-12.pdf>
11. Мусієздов, О. (2016). Міська ідентичність у (пост)сучасному українському місті (приклад Харкова та Львова). *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*. 3. 94–111.
12. Парашевін, М. (2018). Результати національних щорічних моніторингових опитувань 1994-2018рр. К.: Інститут соціології НАН України. Режим доступу: <https://i-soc.com.ua/assets/files/monitoring/dodatki2018.pdf>.