

Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

Природничо-географічний факультет

Кафедра загальної і регіональної географії

Гоженко Людмила Петрівна

**РЕГІОНАЛЬНА ІДЕНТИЧНІСТЬ НАСЕЛЕННЯ
СУМСЬКОЇ ОБЛАСТІ**

Спеціальність: 106 Географія

Галузь знань: 10. Природничі науки

Кваліфікаційна робота

на здобуття освітнього ступеню магістра

Науковий керівник

_____ С. І. Сюткін,

кандидат географічних наук,
доцент, доцент кафедри загальної та
регіональної географії

«___» _____ 20__ року

Виконавець

_____ Л. П. Гоженко

«___» _____ 20__ року

Суми 2020

Зміст

Вступ.....	3
Розділ I. Науково-методичні засади дослідження регіональної ідентичності населення.....	6
1.1. Поняття регіональної ідентичності та її роль у розвитку суспільства і держави.....	6
1.2. Чинники формування ідентичності регіону.....	11
1.3. Методи дослідження регіональної ідентичності.....	33
1.4. Політика формування ідентичності.....	36
Розділ II. Дослідження регіональної ідентичності Сумської області.....	42
2.1. Соціогеографічний аналіз рівня ідентичності населення Сумщини.....	42
2.2. Дослідження маркерів територіальної ідентичності регіону.....	65
2.3. Причини і прогнозовані наслідки сучасного стану ідентичності населення Сумської області.....	74
Розділ III. Шляхи формування регіональної та національної ідентичності Сумщини.....	82
3.1. Мобілізаційний ресурс політики ідентичності.....	82
3.2. Практики формування ідентичності	86
3.3. Пропозиції щодо формування ідентичності населення Сумщини.....	93
Висновки.....	102
Список використаних джерел.....	104
Додаток А.....	109
Додаток Б.....	111

ВСТУП

Становлення демократичних засад української державності та розвиток громадянського суспільства вимагають високого рівня усвідомлення громадянами України своєї національної і територіальної ідентичності.

Питання регіональної ідентичності населення як ієрархічного рівня територіальної ідентичності не перше десятиліття хвилює географів України та світу. Його важливість для України різко зросла після подій 2014 року, внаслідок яких Україна втратила контроль над частиною своєї території. Однією з причин цього є несприйняття значною частиною жителів Криму та Донбасу себе як українців, як частини України. Тривожні настрої спостерігаються і в інших регіонах України, зокрема населених спільнотами національних меншин.

Актуальність теми

Дослідження цього питання в Україні, крім теоретичного змісту, має і значне практичне значення, адже дозволяє спрогнозувати розвиток подій і вживати своєчасних та систематичних заходів для збереження територіальної цілісності та національної єдності України.

Надзвичайно важливе це питання і у виховному процесі. Усвідомлення своєї регіональної ідентичності сприяє розвитку повноцінної, національно свідомої особистості, патріотично налаштованої до свого народу і Батьківщини.

Аналіз досліджень.

Проблемою територіальної і регіональної ідентичності займаються такі науковці як Я. Олійник, О. Гнатюк, А. Мельничук, М. Растворова, Л. Нагорна. Саме в їх працях закладені провідні методологічні принципи і науково-методичні засади географічних досліджень регіональної ідентичності населення певних регіонів України: Поділля, Запоріжжя тощо. Тему прикладних досліджень з використанням окремих методик висвітлюють у своїх працях Н. Замятіна, М. Крилов, А. Гриценко, Н. Шматко тощо.

Постановка проблеми

Попри те, що вивчення регіональної ідентичності населення є важливим в умовах становлення української державності та формування громадянського суспільства, це питання на території Сумщини досі не вивчалось, і наразі немає даних про рівень регіональної ідентичності населення Сумської області. В той же час це важливо, оскільки Сумщина є прикордонною областю, а таке розташування має специфічний вплив на ментальність населення регіону.

Мета роботи – аналіз і оцінка регіональної ідентичності населення Сумської області та формулювання пропозицій щодо шляхів її формування. Досягнення мети передбачає постановку і виконання таких завдань:

- опрацювання джерел, що розкривають поняття регіональної ідентичності та містять інформацію про методи її дослідження;
- з'ясування змісту поняття «регіональна ідентичність»;
- вивчення сучасного стану регіональної ідентичності населення Сумщини шляхом проведення анкетування та обробки отриманих статистичних даних;
- розробка рекомендацій щодо формування регіональної та національної ідентичності в контексті територіальної цілісності України.

Об'єктом дослідження є регіональна ідентичність населення.

Предметом дослідження слугують територіальні особливості проявів регіональної ідентичності населення Сумської області.

У відповідності до поставлених завдань знаходиться структура роботи. Дане дослідження ґрунтується на порівняльно-географічному, описовому, статистичному, картографічному методах, а також використанні авторського анкетування.

Елементи наукової новизни одержаних результатів

Вперше було здійснено дослідження регіональної ідентичності населення Сумської області, виявлено ступінь прив'язаності жителів області

до своїх населених пунктів, регіону та країни, досліджено настрої мешканців регіону щодо єдності України, їх громадянських цінностей та самоідентифікації. За цими показниками вперше розроблено картосхеми. Результати досліджень представлено у картосхемах, графіках та діаграмах. Також вперше було розроблено пропозиції щодо формування саме регіональної ідентичності, оскільки на даний час переважають пропозиції і рекомендації щодо національної та локальної ідентичностей.

Практичне значення одержаних результатів

Матеріали кваліфікаційної роботи представляють інтерес для студентів-географів, вчителів географії, учнів школи. Результати роботи можуть бути використані при плануванні регіонального розвитку Сумщини, а також в курсі «Регіонознавство» в закладах вищої освіти. Рекомендаціями і пропозиціями, наведеними в третьому розділі роботи, можуть скористатися також громадські організації, підприємці регіону, представники органів державної влади та місцевого самоврядування.

Апробація результатів та публікації

Матеріали кваліфікаційної роботи пройшли апробацію на IV і V Всеукраїнських наукових конференціях «Сумські наукові географічні читання», які відбулися на базі природничо-географічного факультету. За матеріалами кваліфікаційної роботи опубліковано статті у збірнику наукових праць «Наукові записки Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка. Географічні науки» (Суми, 2020); а також у збірниках матеріалів Всеукраїнської наукової конференції «Четверті Сумські наукові географічні читання» (Суми, 2019) і «П'яті Сумські наукові географічні читання» (Суми, 2020).

РОЗДІЛ I. НАУКОВО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ РЕГІОНАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ НАСЕЛЕННЯ

1. 1. **Поняття регіональної ідентичності та її роль у розвитку суспільства і держави**

Науковці позиціонують ідентичність як невід'ємну характеристику людини, що виявляється у визнанні своєї унікальності з одного боку, й відчутті приналежності до певної спільноти з іншого.

Поняття «ідентифікація» (від лат. *identifico* – ототожнювати) означає процес емоційного та/або свідомого самоототожнення індивіда (групи, спільноти) з іншою людиною, групою, ідеалом, засвоєння ним (ними) цінностей, норм і стандартів поведінки, до яких належить чи намагається належати особа.

Поняття «ідентичність» походить одночасно від двох складових: *Idem* (з лат. тотожний, подібний) і *Ipse* (лат. сам). Тому ідентичність означає і унікальність індивіда чи спільноти і приналежність їх до певного об'єкта ототожнення – людини, місця, етносу тощо. Ідентичність – результат процесу ідентифікації, в основі якої лежать механізми розрізнення і ототожнення.

Ідентичність має свою структуру і включає наступні рівні:

- емоційний (афективний) – настрої, почуття індивіда або спільноти, які виникають до об'єкта ідентифікації;
- пізнавальний (когнітивний) – уявлення індивіда або спільноти про об'єкт ідентифікації та включення себе до його складу;
- поведінковий – готовність індивіда або спільноти до дії, а також сукупність мотивацій до дії, що є результатом само ототожнення [16].

Виділяють такі функції ідентичності:

- адаптивна – допомагає індивіду пристосуватися до нових соціальних обставин з метою підтримки особистісної цілісності, безперервності буття та внутрішньої тотожності;
- інтегративна – об'єднує соціокультурні параметри формування особистості;
- сенсоутворююча – є простором утворення нових знань, узагальнень, сенсів.

Людині притаманний широкий спектр ідентичностей, але в рамках своєї роботи досліджуватиметься саме регіональну ідентичність як ієрархічний рівень територіальної.

Проаналізувавши праці дослідників, які займалися вивченням цього питання, **територіальну ідентичність** можна визначити як комплекс індивідуальних і колективних уявлень, які визначають приналежність та особливий зв'язок населення з певною територією та/або відповідною територіальною спільнотою.

Ієрархічні рівні територіальної ідентичності:

I. Локальний макрорівень – активне безпосереднє первинне сприйняття і рефлексія території, формування укоріненості та місцевого патріотизму.

1. *Внутрілокальна (інтралокальна) ідентичність* – виникає всередині поселення на рівні будинку, вулиці, мікрорайону.

2. *Локальна ідентичність* – формується на рівні поселення.

II. Регіональний макрорівень – розширення поняття малої батьківщини та співставлення її з певною частиною оточуючого географічного простору.

3. *Субрегіональна ідентичність* – пов'язана з низовим територіальним утворенням навколо поселення (сільська рада, старостат, район)

4. *Регіональна ідентичність* – виникає на основі крупніших адміністративно-територіальних одиниць (Сумщина, Чернігівщина)

5. *Субетнічна ідентичність* – виникає в межах історико-географічних регіонів, де протягом тривалого часу формувалися етнографічні групи населення (Слобожанщина, Наддніпрянщина, Поділля)

III. Національний макрорівень.

6. *Національна та етнічна ідентичність*. Тут можливе співвіднесення не лише з певною територією, чи її населенням, але і з етносом як соціокультурною спільнотою.

IV. Наднаціональний макрорівень.

7. *Цивілізаційна ідентичність* – виникає як ідентифікація з певним цивілізаційним макрорегіоном світу (Захід, Схід тощо)

8. *Глобальна ідентичність* – асоціативні зв'язки між індивідом і світом в цілому[3].

Серед розмаїття ідентичностей регіональна ідентичність є найменш дослідженою, її зміст і вплив на політику важко вловити. Незмінним фактором, що формує регіональну ідентичність, є система норм і правил поведінки, цінностей і переконань певної територіальної спільноти, через яку сприймається політична, економічна і соціальна ситуація.

І. Я. Мурзіна визначає регіональну ідентичність як зв'язок, який відчуває житель певної території (регіону) з місцем його проживання і який настільки впливає на існування людини, що формується особливий тип особистості [19].

На думку Г. Коржова, регіональну ідентичність слід розуміти як сприйняття індивідом себе як представника «уявної спільноти», яка базується на єдності території проживання, соціально-культурного досвіду, ціннісних орієнтацій та способу життя [12].

О. О. Гончарик вважає, що регіональну ідентичність слід розглядати як відчуття приналежності до певного співтовариства і простору, яке конструюється, закріплюється, підтримується і відтворюється на певній території та виражається в символах, образах, наративах, міфах тощо [5].

Відповідно до мети даного дослідження, *регіональну ідентичність* можна визначити як усвідомлення індивідом своєї приналежності до певного адміністративно-територіального чи історико-географічного регіону.

Більшість дослідників сходяться в тому, що регіональна ідентичність розглядається як одна з особливостей формування регіону як політичного, економічного, культурного простору, і в ході регіоналізації стає результуючим фактором фрагментації простору країни, формування відмінностей і регіональної багатоманітності в політичних і природних межах та в зв'язку з економічною спеціалізацією, етноконфесійним і культурним розселенням.

Загальновідомо, що *регіоналізація* всіх сторін суспільного життя якраз і є наслідком природно-кліматичної, етнокультурної та політико-адміністративної багатоманітності, вона неначебто «протистоїть» такій формі самоорганізації сучасного світу як *глобалізація*.

Зазвичай глобалізацію визначають як об'єктивний процес всесвітньої економічної, політичної та культурної інтеграції та уніфікації. Наслідком цього процесу стає поступове перетворення людства на єдину структурно-функціональну систему, організовану за універсальними принципами.

Сьогодні процес глобалізації охоплює практично всі сторони життєдіяльності людей від матеріально-господарської діяльності аж до інформаційної, мистецької та релігійної сфер. Завдяки глобалізації долається просторово-часова ізольованість регіонів, народів, культур. У переважній більшості населення планети (особливо мешканців надвеликих міст) формується схожий стиль поведінки і життя.

Глобалізація, з одного боку, стирає грані між регіонами, з іншого, на противагу їй, може відбуватися підсилення регіональних відмінностей як форма протесту чи спроба зберегти свою самобутність. Ступінь регіональної ідентичності значною мірою впливає на процеси глобалізації в тому чи іншому регіоні.

Дійсно, сучасні глобалізаційні процеси характеризуються різноманітністю форм та напрямів прояву і взаємодії. Поруч із *діалоговими* (рівноправними) стосунками між культурами, певне поширення мають

толерантні (симбіозні) форми, а також *агресивні* форми нав'язування своїх цінностей іншим.

Паралельно з глобалізацією в світі поширюється й антиглобалістський рух, як протест проти знищення традиційних самобутніх основ національних культур та запровадження чужих духовних цінностей і стандартів поведінки. Цікаво, що у західному світі антиглобалізм найчастіше має гуманістичний або екологічний підтекст, а в країнах «третього світу» проявляється в агресивних і деструктивних діях, аж до крайньої форми такого міжцивілізаційного протистояння у вигляді тероризму.

Саме на рівні етнічних (національних) або регіональних спільнот (соціумів) сьогодні формуються ресурси для спротиву чужорідним цінностям. Ці спільноти стають ареною розгортання боротьби між культурною (економічною, політичною) універсальністю з одного боку та самобутністю, індивідуальністю, оригінальністю – з іншого. У цьому протистоянні кожна сторона має свої переваги і свої недоліки.

Так, універсальна культура, яка приходить в національний або регіональний простір разом з модернізацією, новими виробничими технологіями, красивими товарами і зручними послугами, зовсім не претендує на проникнення у глибокі пласти буття різних етнічних або територіальних груп населення.

Універсальна глобальна культура створює навколо людини лише атмосферу технічної зручності для задоволення матеріальних потреб, але вона не здатна вирішувати гострі екзистенціальні та сакральні проблеми існування людини (сенси життя, ієрархія моральних цінностей та інше).

У свою чергу, національна або регіональна культура не можуть запропонувати людині бажаного обсягу інформації та життєвих зручностей для задоволення статусних забаганок. Вони частіше орієнтують особистість на важку працю, альтруїзм та аскетизм. Натомість вони пропонують кожному представнику нового покоління відшліфовані століттями зразки поведінки. Перевага останніх полягає в тому, що вони придатні для використання саме

цією конкретною спільнотою на даній території. Разом з тим, національна та регіональна ідентичність не можуть змінюватися так швидко й радикально, як того вимагає динамічний сучасний світ. Більше того, саме в подібній стрімкій динаміці традиціоналісти-антиглобалісти вбачають загрози й ризики для самого існування таких регіональних спільнот [33].

1. 2. Чинники формування ідентичності регіону

На формування регіональної ідентичності впливає ряд чинників:

1. Географічне положення
2. Геодемографічні чинники
3. Історико-культурний чинник.

Кожен з цих чинників має свою структуру, елементи якої мають свій вплив на формування ідентичності регіону. [22]

Географічне положення

Фізико-географічне положення та природні умови

Перебування в умовах певного природного ландшафту сприяє самоідентифікації територіальних спільнот з окремими його особливостями та елементами, які найбільш помітні на цій місцевості, визначають її унікальність або є важливими для заняття господарською діяльністю чи взагалі виживання спільноти. На основі елементів і ознак природного середовища може відбуватися розрізнення своєї території від інших. Нерозвиненість соціокультурної диференціації географічного простору, слабкий рівень зміни ландшафту втручанням людини послужили в минулому факторами первинної ідентифікації з природними географічними об'єктами. Назви більшості історико-географічних регіонів України походять від особливостей місцевих природних умов або вказують на положення території відносно інших географічних об'єктів. Прикладом таких назв є Полісся, Поділля, Наддніпрянина, Прикарпаття, Закарпаття, Причорномор'я тощо. Недригайлівський і Роменський район, об'єднані близькістю до р. Сула, називаються Посулля.

Щоправда, назва Слобожанщина не має прив'язки до географічного об'єкту, Натомість назви регіонів як областей прив'язані до назви обласного центру: Сумщина, Харківщина, Черкащина.

Політико-географічне положення

Політико-географічне положення Сумської області як сукупність просторових відношень до політико-географічних об'єктів впливає на всі рівні ідентичності населення. Тривале перебування у складі певної держави з її цивілізаційними векторами надовго формує свідомість, а отже й ідентичність населення. Політика, яку провадить держава, в складі якої перебуває регіон, а також політика держав-сусідів, зв'язки з сусідніми державами безпосередньо впливають на світогляд населення певного регіону. Загостреність стосунків з сусідньою державою нерідко позитивно впливає саме на регіональну ідентичність населення того чи іншого регіону, посилення відчуття приналежності до великої Батьківщини. Натомість позитивний досвід контактів прикордонних регіонів може мати різні наслідки: від зміцнення зв'язків, формування приналежності до світового регіону (європейська, азіатська ідентичність), до сепаратистських настроїв, направлених на відділення регіону від держави, злиття з іншою державою тощо.

Віддаленість від країн Західної Європи не сприяла розвитку європейської ідентичності жителів Сумщини.

Важливим чинником формування сучасної регіональної ідентичності є тривалість приналежності території до тих одиниць територіального устрою держави, в назві присутня назва відповідного регіону або її похідні. Шляхом такого політико-географічного відособлення з'являлися загальноприйнята назва, офіційно визнані кордони, органи управління. І хоч межі держав та їх територіальних одиниць не завжди збігалися з ареалами розселення етнічних груп, офіційна приналежність до адміністративно-територіальних одиниць є вагомим фактором, здатним формувати регіональну ідентичність населення, зокрема його самоназву. Розташування адміністративних центрів таких

територіальних одиниць, адже вони можуть претендувати на роль ядер ідентичності регіону.

Вплив політико-географічного положення на регіональну ідентичність реалізується через входження території до відповідної адміністративно-територіальної одиниці (в минулому чи теперішньому), ступінь наближеності території до ядра регіональної ідентичності та ядер ідентичності інших рівнів, історичну пам'ять населення про просторові межі та центри адміністративно-територіальних одиниць в минулому.

Економіко-географічне положення

Економіко-географічне положення як один з видів географічного положення, що характеризує положення певного географічного об'єкта щодо інших об'єктів, що мають для нього господарське значення, також суттєво впливає на регіональну ідентичність населення.

І. Маєргойз відзначав, що економіко-географічне положення – це складна, генетично взаємопов'язана сукупність територіальних відносин, які важливі сьогодні і можуть бути важливими для економічного розвитку об'єкта і формування таких об'єктів, як країни, регіони, для їхніх територіальних структур. Він вважав, що в сучасному ЕГП закладено багато рис майбутнього, як у «вчорашньому» положенні виявляються причини того, чому об'єкт став таким сьогодні. Вміле використання економіко-географічного положення при цілеспрямованому формуванні регіональної ідентичності населення може дати позитивний результат і «зцементувати» національну єдність [17].

При оцінці впливу ЕГП регіону слід зважати на природні умови, джерела сировини та енергії, близькість транспортних шляхів, державних кордонів, населених пунктів. Особливо важливе значення цих елементів в прикордонних регіонах, адже нерідко економіка суміжних регіонів країн-сусідів тісно пов'язана. Перебування України разом з сусідніми державами у складі СРСР, закритість його економіки для ринкових відносин, віддаленість регіону від країн Євросоюзу спричинили формування економіки регіону,

зорієнтованої на планові зв'язки з визначеними підприємствами-партнерами. Таке становище значною мірою вплинуло на формування ідентичності старшого покоління як радянських людей, переконаних у величчї і унікальності неіснуючої вже держави.

Усталений тип господарства

Область є індустріально-аграрним регіоном України. Виробнича спеціалізація області пов'язана з видобутком енергетичних ресурсів, розвитком машинобудування, хімічної і нафтохімічної промисловості, переробних галузей сільського господарства. Сільське господарство представлене рослинництвом (вирощування зернових культур, картоплі, цукрових буряків, інших технічних культур) та тваринництвом.

Для Сумщини основою економіки є – **промисловість**, яка являється важливою сферою зайнятості населення та бюджетоутворюючою галуззю.

З другої чверті ХІХ ст. широкого розвитку набуло цукроваріння. Сумський повіт по кількості розташованих на його території заводів займав друге місце на Україні, а Суми називали цукровою столицею. У створеному в 1897 р. цукровому синдикаті провідна роль належала цукрозаводчикам Сумщини – Харитоненку і Терещенку.

Сьогодні промисловість Сумської області – це багатогалузевий комплекс, який об'єднує близько 270 великих та середніх підприємств та забезпечує роботою 77,5 тис. осіб або 29% зайнятих у економіці області.

Сумська область є одним із головних нафтогазовидобувних регіонів України. **Паливно-енергетичний комплекс** області представлено підприємствами з видобування паливно-енергетичних корисних копалин; виробництва продуктів нафтопереробки; постачання та збереження нафти, газу та нафтопродуктів; виробництва та розподілення електроенергії та газу.

Регіон має значний **машинобудівний комплекс**, який представлений рядом потужних підприємств.

Підприємства машинобудівного комплексу є найбільшими роботодавцями області (38,3% від загальної зайнятості в промисловості) та

значними платниками податків (8,2% від загальних платежів по області). На сьогодні 6 регіональних науково-дослідних інститутів займаються інноваційними розробками у галузі машинобудування.

Підприємства **хімічної і нафтохімічної промисловості** територіально сконцентровані в містах Суми та Шостка. Вони випускають широкий асортимент продукції, у тому числі мінеральні добрива, кислоти, мінеральні пігменти, хімічні реактиви, лакофарбову продукцію, феєрверкові вироби, засоби ініціювання вибуху, мисливські набой, гумотехнічні вироби, вакцини для ветеринарії і багато інших, а з 2010 року – лікарські засоби і вироби медичного призначення на введеному у м. Суми ТОВ «Кусум Фарм».

Понад 60% хімічної та нафтохімічної продукції поставляється на зовнішні ринки.

Аграрний сектор області має значний потенціал для розвитку і є однією з провідних галузей економіки регіону. Сільське господарство Сумщини спеціалізується в рослинництві на вирощуванні зернових і технічних культур, у тваринництві – на виробництві молока та м'яса великої рогатої худоби і свиней. Загальна площа сільськогосподарських угідь області складає понад 1,7 млн. га, з якої понад 1,2 млн. га – рілля.

В агропромисловому комплексі області функціонує 378 сільськогосподарських підприємств різних форм власності та господарювання, 739 фермерських господарств, понад 150 тис. особистих селянських господарств. У галузі працює 21,6 тис. чоловік. [13]

Геодемографічні чинники.

Система розселення

О. Топчієв одним з ключових понять геодемографії вважає розселення. У своїй праці «Основи суспільної географії» він зазначає, що термін розселення використовується у двох значеннях: як процес поширення населення по території і як картина сучасного розподілу населення по певній території [35]. Для даного дослідження більш актуальним є визначення розселення саме як картини сучасного розподілу населення по території

регіону, оскільки процеси поширення населення по території області в плані освоєння нових земель припинилися і навіть згортаються. Така картина характеризується мережею поселень, їх статусом, функціональними типами, людності, а також показниками густоти, етнонаціональним складом, статевовіковою структурою і зайнятістю.

Одним з базових понять розселення населення є система розселення. О. Топчієв визначає **систему розселення** як сукупність поселень різних типів і рангів, що активно взаємодіють між собою, мають інтенсивні зв'язки у вигляді поїздок, переміщень товарів і послуг.

При виділенні систем розселення орієнтуються на зв'язки за правилом: взаємодія поселень в межах даної системи повинна бути інтенсивніша, ніж з поселеннями поза даною системою.

Розрізняють системи розселення різних рівнів – від глобального і макрорегіонального до регіональних і локальних. Регіональний рівень передбачає регіональні і субрегіональні системи розселення. Для аналізу регіональних систем розселення використовують поняття «опорного каркасу» (за Г. М. Лаппо [16]). Йдеться про взаємне розміщення найбільших міст, які визначають характер розселення, густоту, конфігурацію, дисперсність чи концентрованість.

Чим міцніші зв'язки між поселеннями, між периферією і центром системи, тим сильніше відчуття регіональної єдності, ідентичності. Якщо ж зв'язки між центром і периферією слабкі, але сильніші з поселеннями іншої системи, то і відчуття регіональної ідентичності деформується. Люди більше тяжіють до населеного пункту, з яким краще налагоджений транспорт та інші побутові і виробничі зв'язки.

Особливості опорного каркасу системи розселення населення Сумської області в період незалежності (рис. 1.1.) України характеризуються такими показниками. Найбільша частка населення концентрується в містах та селищах міського типу. Це пов'язано з внутріобласними та міжрегіональними міграціями, збільшенням частки невиробничої сфери,

підвищенням продуктивності аграрного сектору при зменшенні кількості зайнятих осіб у зв'язку з збільшення продуктивності праці і застосуванням сучасних технологій тощо.



Рис. 1.1. Граф опорного каркасу мережі розселення Сумської області [35]

Основу між поселенських зв'язків, що сформувалися в сучасний період між містами і селищами міського типу Сумської області складають чисельність населення, адміністративні особливості, транспортно-географічне розташування населених пунктів.

За показниками індексу Бічема можна виділити ряд населених пунктів з різними рівнями центральності:

- найвищий рівень (понад 0,35) - міста Білопілля, Ворожба, Суми, Глухів, Путивль;
- середній рівень (0,25-0,35) – населені пункти Буринь, Конотоп, Ромни, Терни, Жовтневе, Степанівка, Недригайлів, Кролевець, Липова Долина, Лебедин, Тростянець, Краснопілля, Свеса, Шостка, Ямпіль, Червоне, Вороніж, Хотінь, Охтирка;

- низький рівень (до 0,25) – Дружба, Велика Писарівка, Середина-Буда, Зноб-Новгородське та Кириківка, які мона вважати периферійними центрами.

На основі показників центральності можна виділити п'ять міст Сумської області, які найбільше відповідають статусу поселень з найбільш вигідним розташуванням в регіоні. Це Глухів, Путивль, Білопілля, Ворожба та Суми.

Функціональні зв'язки, які пов'язували б населені пункти Сумської області в єдине ціле, слабкі, у зв'язку з слабо розвинутою сферою послуг в найбільших містах. Кількість населення в центрах, які претендують на ядра системи, невелика, транспортна система між північними районами і обласним центром розвинена недостатньо [35].

Розмір і статус поселення

За загальним правилом найбільша територіальна і, відповідно, регіональна ідентичність населення спостерігається в малих і середніх містах.

Ряд дослідників (М. Крилов, Р. Туровський) виділяють такі поняття як «ефект села» і «ефект мегаполіса».

Проявами «*ефекту села*» є зниження рівня місцевого патріотизму і прив'язаності, висока потенційна мобільність, але й висока духовна укоріненість та любов до місцевих топонімів. Причинами ефекту села є підпорядкованість малих населених пунктів більшим населеним пунктам, низький рівень життя більшості жителів села і прагнення виїхати до міста, де є більші можливості для самореалізації, менші можливості доступу до інформації про рідний край (переважно з об'єктивних причин). Ефект села не впливає на маркетингові вподобання споживачів, зацікавленість місцевими культурними і спортивними подіями.

«*Ефект мегаполіса*» проявляється у великих і дуже великих містах, полягає у зниженні показників укоріненості, місцевого патріотизму, прагненні виїхати з даного населеного пункту. Причинами ефекту мегаполіса є зменшення частки корінного населення і збільшення мігрантів, фізично

ускладнене спілкування людей між собою, навантаження на міську інфраструктуру у зв'язку з збільшенням кількості населення, високий рівень матеріального забезпечення міських жителів і широкий асортимент товарів, невелике значення втрати елементів місцевої специфіки для жителів міста через значний її масштаб [22].

Місцева ідентичність жителів великих міст розмивається, оскільки зростає частка осіб з ослабленою регіональною ідентичністю і не сформованою місцевою, подвійною ослабленою ідентичністю, посиленою національною ідентичністю, вторинно активованою локальною та/або регіональною ідентичністю та негативною місцевою ідентичністю, а також формується прошарок «космополітів», у яких будь-яка ідентичність практично відсутня.

Статеві-вікова структура населення

Дослідження науковців не показали прямого взаємозв'язку між віковою структурою населення та силою регіональної ідентичності. Проте можна відмітити, що серед молоді спостерігається зменшення прив'язаності до свого населеного пункту, особливо до села. Серед людей старшого віку ступінь прив'язаності до свого населеного пункту набагато більший. Це пов'язано з більшою мобільністю молодих людей, слабкими перспективами самореалізації в сільській місцевості. Взаємозв'язок між регіональною ідентичністю і статевою структурою населення взагалі складно прослідкувати.

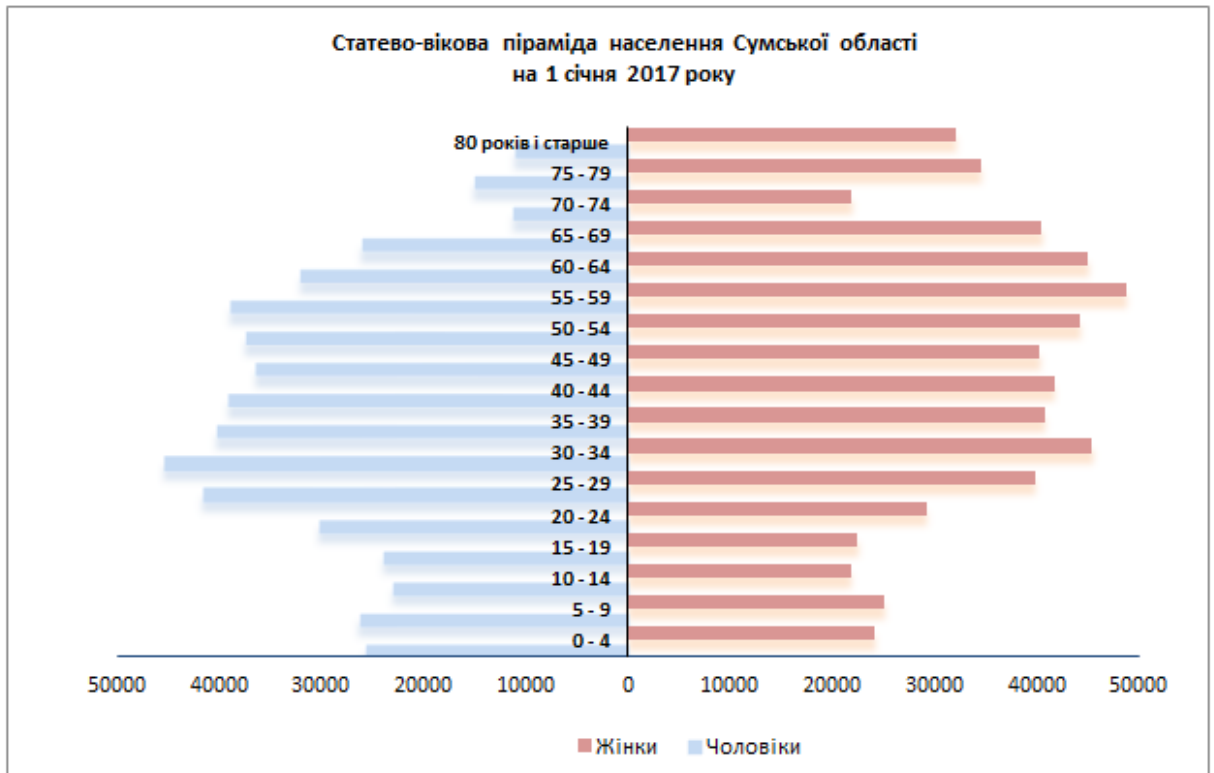


Рис. 1.2. Статеві-вікова піраміда населення Сумської області на 01.01.2017

За даними Державного управління статистики у 2019 році населення Сумської області становить 1081418 осіб. У віці 0-14 років спостерігається незначне переважання чоловіків, у віці 15-64 років переважають жінки, у віці 65 і більше – явне переважання жінок, що в цілому характерно для всієї території країни (рис. 1.3.). Природний приріст по області складає -9,9%, що свідчить про переважання людей і старшого віку та старіння населення регіону. [30]

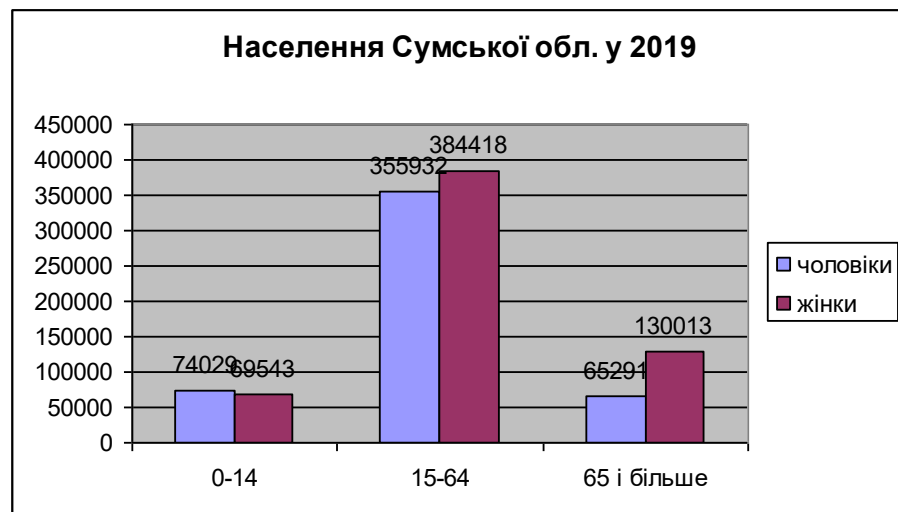


Рис. 1.3. Статеві-вікова структура населення Сумської області у 2019 р.

Просторова мобільність населення

Для встановлення регіональної ідентичності населення має значення таке поняття як вернакулярний район – тип географічного району, що побутує в повсякденній свідомості суспільства чи його частини у вигляді образу певної території, що має назву і специфічні риси. Межі вернакулярного району рідко співпадають з адміністративними, тому що вернакулярні райони складаються стихійно в ході культурної історії суспільства. Об'єктивність існування вернакулярного району обумовлена тим, що його місцезнаходження та основні характеристики визнаються досить чисельною частиною суспільства. Такі райони складаються на всіх масштабних рівнях – в країнах, містах, мікрорайонах тощо. На думку Л. Смірнягіна, такі райони найчастіше складаються там, де значна частка корінного населення і невелика кількість приїжджих[29]. Для корінного населення властива сильніша територіальна ідентифікація, ніж для приїжджих з інших регіонів. Проте особи, які приїхали на цю територію з віддалених від неї регіонів, але прожили на ній тривалий час, мають не менш сильну територіальну ідентичність щодо даної місцевості, ніж у корінного населення, а також сильні прояви місцевого патріотизму.

Частка уродженців України серед жителів Сумської області становить 92,2% (за даними перепису населення України 2001 р.), а уродженців Сумщини – 83,1%. Проте за останні роки у зв'язку з військовими діями на Сході України частка приїжджих у Луганської і Донецької областей трохи зросла за рахунок внутрішньо переміщених осіб. Така частка корінного населення повинна позитивно сприяти на регіональну ідентичність населення Сумської області [1].

На рівень регіональної ідентичності має вплив і частота виїзду жителів області за межі регіону та регіони України, які вони переважно відвідують. Адже найменш «українськими» є східні і південні регіони, а найсильніший рівень національної ідентичності мають західні. Перебування в цих регіонах,

наявність близьких особистих контактів з їх мешканцями може впливати на усвідомлення національної і регіональної ідентичності людини.

Історико-культурний чинник

Етнічна і мовна структура населення

В основі етнографічної характеристики населення лежать такі поняття як етнос і субетнос. Етнос - стійка сукупність людей, яка належить до певного народу, проживає на певній території чи в складі іншого народу і зберігає свою культуру, побут, мовні та психологічні особливості. Субетнос – це внутрішня частина етносу, що відрізняється певною територіальною локалізацією, культурно-побутовою специфікою, самоназвою, протиставленням себе сусідам. Субетноси є головною структуроутворюючою одиницею етносу.

Сумську область певною мірою можна віднести до моноетнічних областей, оскільки за даними перепису 2001 року українці складають 88,9%. В основі українського етносу на Сумщині лежить субетнос севрюків, які зберігали свою самоназву до середини XVII ст.. Другою етнічною групою є росіяни, які складають 9,4% населення. Компактні групи росіян проживають на території Путивльського (51,6%), Великописарівського (26,7%) районів. 12-13% населення росіяни складають у м. Суми, Глухівському і Тростянецькому районах. На території Путивльського і частково Білопільського району проживають горюни – невеликий субетнос російського народу.

Етнічний склад населення впливає на регіональну ідентичність опосередковано і не завжди однозначно. В місцях компактного проживання національних меншин може підсилюватися їх національна чи субетнічна ідентичність на фоні послаблення регіональної чи загальнодержавної ідентичності, що може призвести аж до сепаратистських настроїв, спрямованих на відокремлення території чи надання їй автономії.

В Сумській області найбільш поширеними мовами є українська і російська, серед інших мов незначна частка білоруської і циганської.

Українську мову вважають рідною понад 83% населення, російську – 15,5%, частка інших мов дуже незначна і становить 0,4%. Таким чином українська мова як рідна переважає в більшості районів. Російська мова переважає в Середино-Будському (79,1%) і Путивльському (61%) районах, значна її частка в м. Шостка (35,7%), Великописарівському (27%), Глухівському (21,7%), м. Суми (20,2%), найменша – в Недригайлівському і Липоводолинському районах – 1,9% (рис. 1.4.) [1].

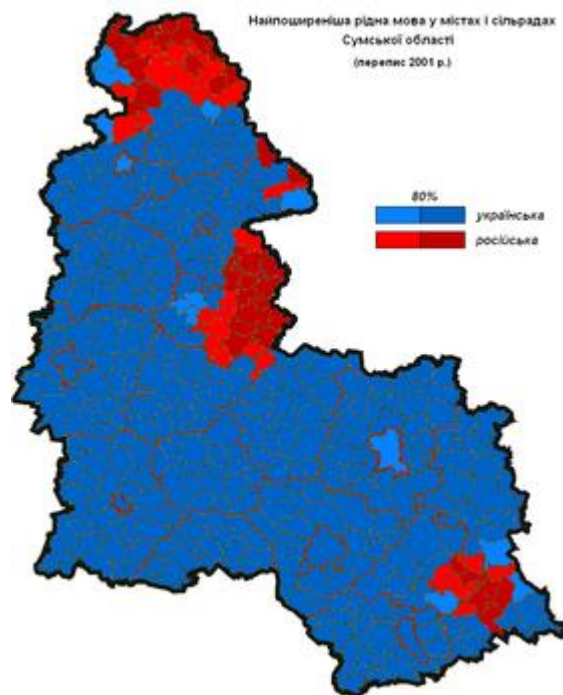


Рис. 1.4. Поширення української і російської мов в Сумській обл..

Більшість населення області вільно володіє українською та російською мовою. Про це вказали 68% жителів за даними перепису населення 2001 року.

Разом з тим, для жителів Сумщини характерне таке мовне явище як суржик – суміш двох або кількох мов, об'єднаних штучно, без дотримання норм літературної мови. На Сумщині це явище проявляється у своєму первісному мовному значенні як суміш української і російської мови. Показник нашого регіону у цьому плані є одним з найбільших по Україні (див. рис. 1.5).



Рис. 1.5. Використання суржику в Україні

На території Сумської області поширені кілька говірок: у північних районах – східнополіська, у східних – слобожанська, у південно-західних – наддніпрянська (рис. 1.6.).



Рис. 1.6. Використання говірок в Україні

Цікаве спостереження можуть виявити ті, хто працюють з молоддю, особливо в сільській місцевості та з тими, хто приїхав з села на навчання чи роботу до міста. У соціальних мережах та з однолітками-містянами ці люди намагаються спілкуватися російською мовою, при цьому не сприймаючи і не розуміючи російську літературну мову на слух та при читанні, тобто не володіючи нею вільно. До цього часу зберігається стереотипне ставлення до української мови як до нижчої по статусу, сільської. Така ситуація не сприяє формуванню регіональної та національної ідентичності.

Релігійна структура населення

Релігійна структура населення по-різному може впливати на регіональну ідентичність. Вона може її підсилювати, якщо ця конфесія є місцевою або

відрізняється від конфесійної приналежності суміжних територій. Загальнонаціональна релігія може послаблювати регіональну ідентичність, оскільки сусідні регіони мають таку ж релігійну структуру. Суттєвою проблемою для формування регіональної ідентичності є розкол в одній гілці релігії, як сталося з православ'ям в Україні. Протягом 1990-2018 років в Україні діяли три основні православні церкви: Українська автокефальна православна церква, Українська православна церква (Київський патріархат) і Українська православна церква (Московський патріархат). У 2018 році УАПЦ та УПЦ (КП) спільно звернулися до Константинопольського патріархату з проханням про надання томосу про автокефалію. В ході переговорів було досягнуто домовленостей про об'єднання двох церков та визнання об'єднаної церкви Константинопольським патріархатом.

На даний час в області нараховується близько 600 православних громад, більшість з яких належить до Московського патріархату (перейменованій у Російську православну церкву). На кінець 2019 року кількість громад Православної Церкви України становила 165 [26]. Процес переходу громад Московського патріархату в ПЦУ відбувається повільно. Це негативно впливає на регіональну та національну ідентичність населення області, оскільки в багатьох храмах Московського патріархату пропагандується ідея єдності українського і російського народу, прямо чи завуальовано ідеї «русского мира», згадується при богослужіннях керівництво Російської православної церкви. Представники РПЦ мають суттєвий вплив на значний прошарок віруючих, навіть якщо особисті погляди вірян не співпадають з позицією служителів духовенства.

Православні складають близько 73%, католики – 1%, протестанти – 22%, інші – не більше 4%.

Електоральна структура населення

Електоральна географія являє собою провідний напрям політико-географічних досліджень, пов'язаний з виявленням територіальних

особливостей поведінки населення у зв'язку з виборами до основних органів державної влади та місцевого самоврядування.

Електоральна структура населення регіону відображає уявлення мешканців про стратегію і напрямки розвитку держави, погляди на внутрішню і зовнішню політику. Електоральні настрої здатні впливати на регіональну ідентичність у процесі їх сприйняття населенням. Основний розкол між ментальністю західних регіонів та рештою території України пов'язаний з тривалістю перебування цих земель під владою колишнього СРСР. Тотальне насадження елементів господарювання, культури, світогляду, винищення національної ідентичності протягом десятиліть негативно відобразилося на прагненні до національної самосвідомості та єдиної самостійної процвітаючої України.

Вперше регіональний характер голосування українських виборців проявився ще на парламентських виборах 1998 року, чіткості набув на виборах Президента України 2004 року і остаточно закріпився на парламентських виборах 2006 року.

Найбільш драматичний та суперечний електоральний і ментальний поділ України на Східний і Західний полюси, чим спекулюють політики у своїй риторичі. Він зумовлений такими чинниками як історичне минуле, питання мови, ціннісні орієнтири, конфесійні розбіжності, діаметрально протилежні погляди на геополітику. На Всеукраїнському референдумі 1991 року про незалежність України вже спостерігалася регіоналізація голосів виборців: чим ближче регіон був до Заходу, тим більший відсоток виборців висловився за незалежність нашої держави. Згодом поділ на проросійський і прозахідний вектори руху країни ставав дедалі очевиднішим. На виборах Президента України 2004 року Україна «розкололась» на «помаранчевих» і «синіх» (рис. 1.7.).

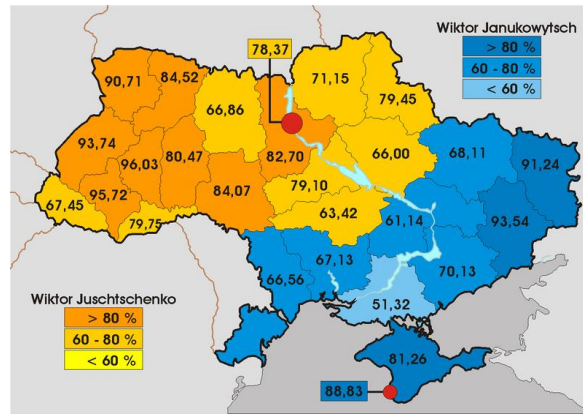


Рис. 1.7. Результати виборів Президента України 2004 р. (II тур)

На парламентських виборах 2006 року східні і південні регіони мали явно проросійську орієнтацію, західні – проєвропейську, центральні регіони займали більш помірковану позицію (рис. 1.8).

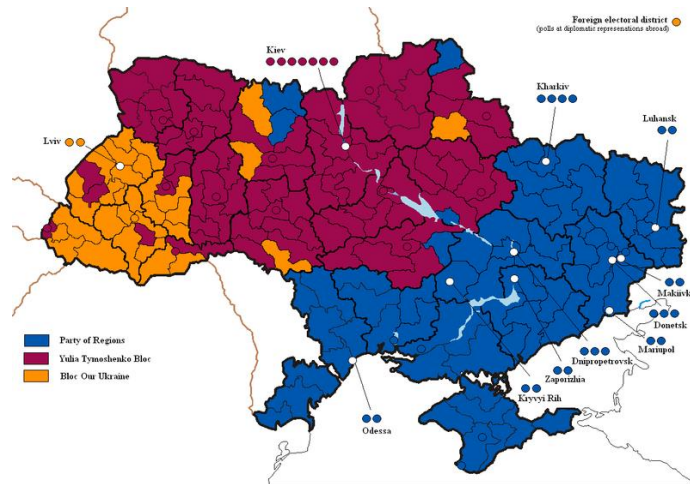


Рис. 1.8. Результати парламентських виборів 2006 року

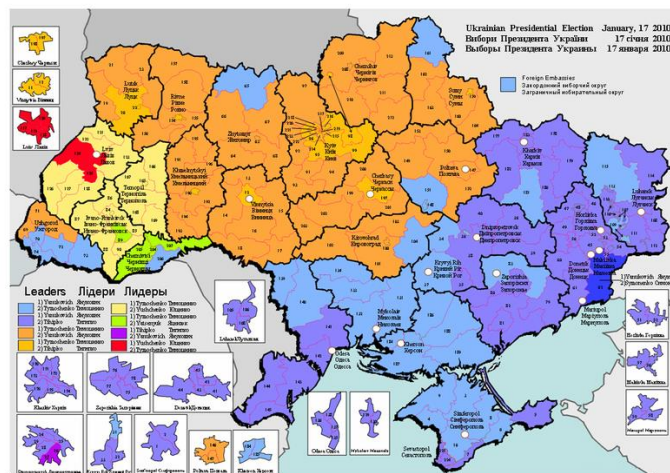


Рис. 1.9. Результати виборів Президента України 2010 року

Попри своє північно-східне розташування і сусідство з Росією, Сумська область на виборах ніколи не демонструвала явно проросійських настроїв. В період виборчих перегонів 2004-2010 років це певною мірою було зумовлено походженням Віктора Ющенка, який народився на Сумщині, та сильною позицією Юлії Тимошенко, яка декларувала помірковані погляди щодо інтеграції з Росією чи країнами Євросоюзу. Проросійські електоральні настрої проявилися лише на крайній півночі регіону.

На фоні російської агресії і прямої загрози втрати державності Україна проявила єдність на позачергових виборах Президента України 2014 року, обравши Петра Порошенка, який здобув абсолютну більшість у західних і центральних регіонах (в тому числі в Сумській області) та відносну у традиційно проросійських. (рис. 1.10) [1].

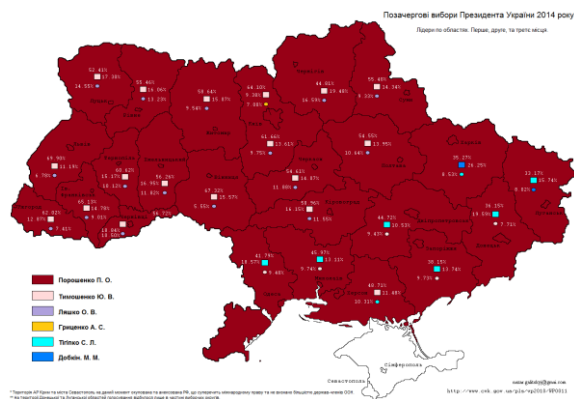


Рис. 1.10. Результати виборів Президента України 2014 року

Така ж картина зберігалася і на парламентських виборах 2014 року, коли прозахідні сили здобули перемогу в більшості регіонів, крім сходу України (рис. 1.11).

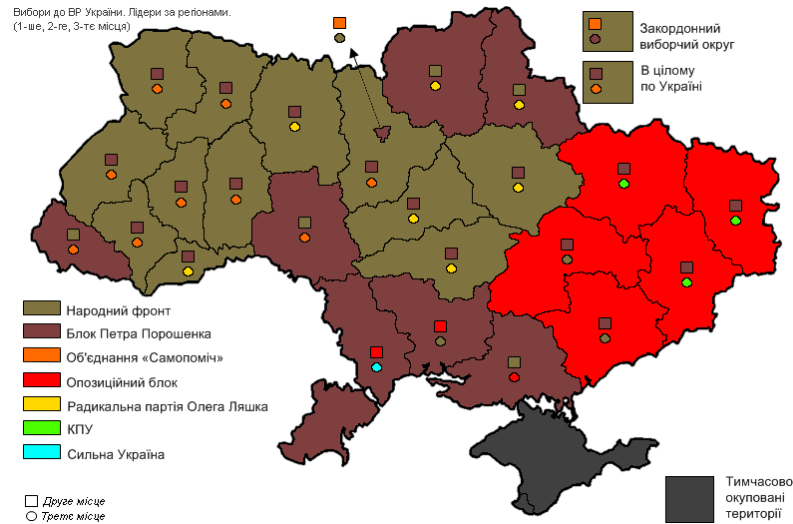


Рис. 1.11. Результати виборів до парламенту 2014 року

Коли пряму загрозу втрати держави було локалізовано, а військовий конфлікт на Сході став звичним і непомітним для більшості населення країни, в Україні стало зростати невдоволення реформами чинної влади, спрямованими на європейську інтеграцію та відрив від Росії. Значний вплив мали опозиційні ЗМІ, які протягом 2018-2019 років проводили кампанію з дискредитації чинної влади та її досягнень. Набувають розмаху популістські заклики та настрої, передвиборча кампанія, побудована на утилітарних цінностях. Результатом цього стала перемога на виборах у всіх регіонах, крім Львівщини, щоюмена Володимира Зеленського (рис. 1.12).

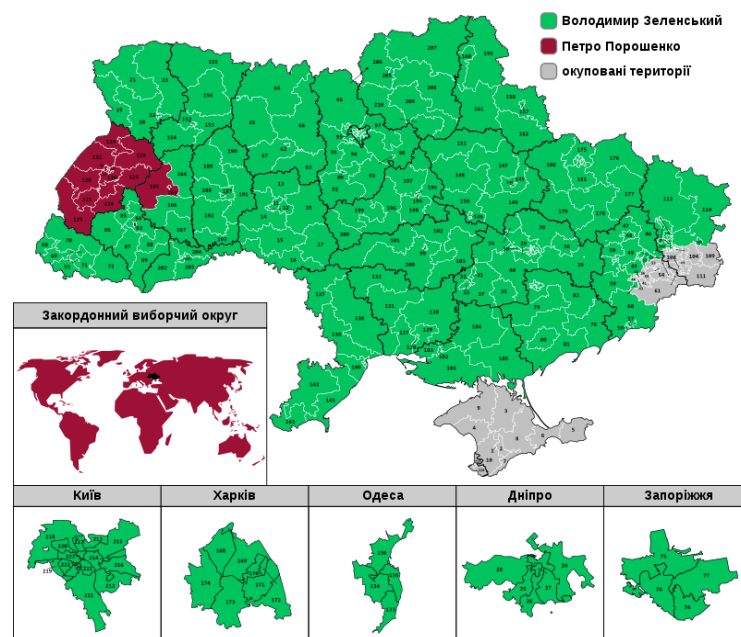


Рис. 1.12. Результати виборів Президента України 2019 року [37]

Прагненням до швидких і безболісних змін стала і перемога новоствореної партії «Слуга народу» в більшості регіонів, крім Донецької і Луганської областей та крайнього півдня Одеської області. В північних районах Сумської області в одномандатних округах перемогу здобули самовисуванці, в південних – представники «Слуги народу».

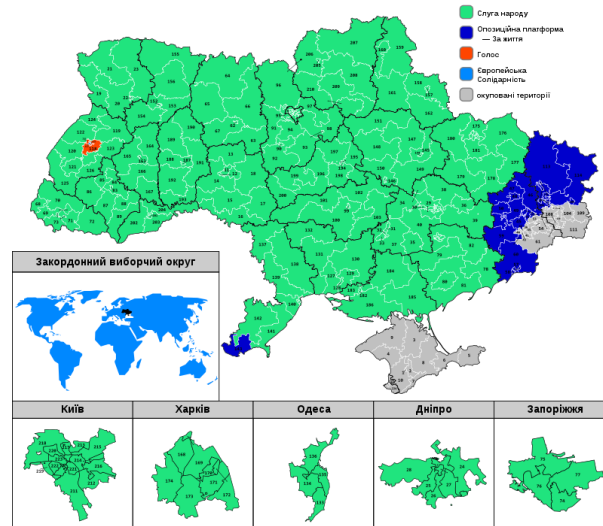


Рис. 1.13. Результати парламентських виборів 2019 року в багатомандатному окрузі

Такі результати свідчать про низький рівень регіональної та національної ідентичності електорату на цьому етапі розвитку українського суспільства.

Топоніміка

На сукупність топонімів певної території впливають специфічні для даної місцевості фактори. Місцева топоніміка сприймається населенням як індикатором «своєї» і «чужих» територій. Тому відмінності топонімічної структури є одним з чинників і показників територіальної ідентичності населення, передусім національної і субетнічної, але також і регіональної.

Назви місць (тобто топоніми) часто даються автохтонним населенням певної території, для якої кожний з топонімів несе смислове значення. Завдяки цьому можна встановити, наприклад, що на певній території колись проживав народ, що відрізняється від того, який живе там на теперішній час.

Тобто, топоніми часто характеризують територію з точки зору тих народів, які колись населяли ту чи іншу місцевість.

Для встановлення регіональної ідентичності населення певної місцевості більш суттєве значення мають хороніми – назви будь-яких територій (районів, областей тощо) і ойконіми – назви населених пунктів.

Існує багато класифікацій топонімів, але для даного дослідження найбільше підійде класифікація за категоріями об'єктів білоруського вченого-топоніміста В. Жукевича. Він пропонує виокремлювати шість груп топонімів:

- загальногеографічні ландшафти – топоніми, що вказують на фізико-географічні особливості місцевості;
- географічні – топоніми, що застосовуються до річок, озер, інших гідрографічних об'єктів, особливостей річкових долин, озерних улоговин тощо;
- топоніми, що належать до рельєфу і ґрунтів;
- флористичні – походять від назв рослинних асоціацій (тут можна додати і зоологічні – від назв тварин
- соціально-географічні - належать до типів житла і поселень (а також утворені від імен власників чи засновників;
- економіко-географічні – пов'язані з виробничою діяльністю населення.

У зв'язку з перебування Сумщини під владою СРСР та комуністичною ідеологією до соціально-географічних можна віднести і радянські назви, які ще залишаються попри декомунізацію. У зв'язку з декомунізацією цікаво спостерігати за перейменуванням населених пунктів та їх частин, оскільки, як правило, їм повертаються історичні назви або даються нові імена. Це також є показником регіональної ідентичності: або мешканці асоціюють себе з новою епохою, новою Україною, або прагнуть повернення до історичного минулого і нейтральних назв, або прагнуть залишатися в орбіті колишнього СРСР.

Ойконіми Сумської області можна поділити на кілька груп:

- антропологічного походження, пов'язані з іменами та прізвищами людей (Василівка, Олександрівка, Михайлівка, Кашенкове, Дорошенкове тощо);

- пов'язані з природними об'єктами, рослинами та тваринами (Глибне, Заболотне, Соснівка, Веселі Гори, Жабкине, Яблуніка, Журавка, Дубов'язівка, Вовківка, Тополя, Яструбине);

- пов'язані з виробничою діяльністю (Бочечки, Плотникове, Старі Гончарі, Коритище, Кочерги, Вовна);

- пов'язані з радянською епохою (Перемога, Перше Травня, Первомайське, Ленінське, Прогрес, Октябрщина).

Найбільш численною є група назва антропологічного походження.

Часто зустрічається слово «слобода», що означало свободу, вільне поселення. Причому ця назва зустрічається по всій території області, що підтверджує входження Сумської області до історико-географічного регіону «Слобожанщина».

У просторовому розміщенні ойконімів спостерігаються певні закономірності. В північній частині області переважають топоніми, які закінчуються на –е, -ово, -ове (Очкине, Глазове, Дорошенкове, Мишутине, Сваркове). В південній частині значна частина назв вживається у множині – Терни, Ромни, Курмани, Будки, Сніжки, Пекарі тощо. Частіше вживаються закінчення –ище, -щина (Коритище, Лутище, Вакалівщина, Пушкарщина). Південно-східні райони мають переважно слобожанські назви – Веселе, Веселий Гай, Спірне, Кам'янське. Більшість назв радянської доби тяжіють до російського кордону. Закінчення –івка поширене повсюдно.

Ця закономірність свідчить про неоднорідність регіону, збірність цих земель при формуванні області. Північні назви більше тяжіють до російських і білоруських, що зумовлено близькістю кордону і переважанням східнополіської говірки, південно-східні райони мають назви, близькі до Харківщини, бо їх об'єднує спільне «слобожанське походження», назви

південно-західних районів демонструють близькість до Наддніпрянщини і більше подібні до назв Полтавської області. Навіть не заглиблюючись в історію, завдяки топонімам можна побачити, що Сумська область не є окремим, цільним історико-географічним регіоном, а зібраним з трьох регіонів – Полісся, Слобожанщина і Наддніпрянщина.

1. 3. Методи дослідження регіональної ідентичності

Оскільки регіональна ідентичність є рівнем територіальної ідентичності, то до її вивчення доцільно застосовувати ті ж підходи, що і до вивчення територіальної ідентичності.

Територіальна ідентичність населення впливає на соціальне, культурне, економічне життя регіону, що знаходить своє відображення у соціальних процесах і явищах, а також об'єктах і явищах матеріальної культури. Аналізуючи ці прояви, можна зробити певні висновки про регіональну ідентичність як конкретної людини, так і групи людей (населення населеного пункту, регіону, країни тощо). О. М. Гнатюк і Я. Б. Олійник виділяють такі основні групи методичних підходів до дослідження територіальної ідентичності населення:

I група – дослідження територіальної ідентичності як елемента духовної культури;

II група – дослідження маркерів територіальної ідентичності, а саме артефактів та соціофактів, що вказують на просторову структуру територіальної ідентичності населення та її зміст на конкретній території;

III група – аналіз історико-географічних передумов формування даної територіальної ідентичності.

Зазначені автори також виділяють картографічний метод як традиційний для географії і покликаний відобразити результати застосування основної групи методів [21].

I група включає в себе два основні методи досліджень: *соціолого-географічний* і *аналіз змісту інформаційних потоків*

Соціолого-географічний метод передбачає отримання дослідником інформації безпосередньо від жителів досліджуваного регіону за допомогою анкетування, опитування, інтерв'ю, бесіди тощо.

Анкети та опитувальники стандартно містять блоки запитань відповідно до компонентної структури територіальної ідентичності і можуть варіювати залежно від ситуації, мети дослідження, специфіки регіону тощо. До анкет і опитувальників бажано вміщувати більше відкритих запитань, які б більш повно розкривали точку респондента, а також закриті, які повинні мати на меті одержання коротких конкретних відповідей.

Цей метод має ряд переваг і недоліків. До переваг можна віднести простоту ідей, достовірність результатів, можливість виявляти і картографувати широку палітру показників територіальної ідентичності населення. Недоліком є великі затрати часу і ресурсів, оскільки цей метод передбачає виїзд групи у польові умови, формування репрезентативної соціологічної вибірки, витрат на друк анкет або використання фіксуючої апаратури. Ще однією проблемою є коректність запитань.

При масових дослідженнях найбільш зручним і ефективним є письмове анкетування, при експертних дослідженнях – усне опитування чи бесіда.

Аналіз змісту інформаційних потоків передбачає роботу з місцевими засобами масової інформації, публічними висловлюваннями жителів території, зокрема авторитетних її представників, коментарів користувачів соціальних мереж. Перевагою цього методу є виявлення ставлення населення до широкого спектру проблем, недолік – відсутність прямого контакту з носіями інформації, наявність фейкових аккаунтів, вірогідність замовних матеріалів та інформаційних вкидів.

Дослідження маркерів територіальної ідентичності (II група) виділяє дві групи маркерів:

- 1) особливості архітектури, мови, звичаїв, традиційних професій і ремесел, рис характеру населення, релігійних переконань, фольклору,

планувальної структури поселень, макротопоніміки, характерної для даної місцевості;

2) сучасні динамічні прояви територіальної ідентичності.

Перша група маркерів є відносно стабільною ознакою, що відрізняє один регіон від іншого, але не завжди є актуальною в сучасному динамічному світі і в умовах глобалізації, тому більше залишається свідком минулих епох. Роль цих маркерів для регіональної ідентичності населення цього регіону може бути виявлена при анкетуванні.

До сучасних проявів регіональної ідентичності можна віднести мезо- і мікротопоніміку, назви приватних підприємств, місцевих ЗМІ, регіональні бренди, пам'ятні знаки на честь відомих місцевих особистостей чи подій, просторову поведінку населення, рух товарів і послуг, зокрема недержавних, географію проживання вболівальників місцевих спортивних команд, електоральну поведінку населення тощо.

Перевагою цієї групи методів є отримання більш повної об'єктивної картини регіональної ідентичності, недоліком – затрати часу і ресурсів, пов'язані з виїздом в регіон чи населений пункт.

Дослідження маркерів територіальної ідентичності можна використовувати як самостійний метод дослідження певного компонента територіальної ідентичності, як попередню процедуру перед застосування соціогеографічного методу і в комплексі з соціолог-географічним методом для уточнення і доповнення результатів.

Аналіз історико-географічних передумов формування територіальної ідентичності охоплює *дослідження історико-географічних умов розвитку просторової ідентичності в межах визначеної території і дослідження розвитку власне територіальної ідентичності в минулому на історико-географічних зрізах* [21]. В першому випадку вивчається середовище формування територіальної ідентичності, в другому – розвиток самої ідентичності (відповідь на питання «де?» і «як?»).

Проведення дослідження територіальної ідентичності населення включає такі **етапи**:

1. Аналіз чинників розвитку територіальної ідентичності регіону
2. Дослідження територіальної ідентичності населення регіону за допомогою вказаних вище методів
3. Математико-статистичний аналіз отриманих даних.
4. Якісна інтерпретація результатів, отриманих під час математико-статистичного аналізу
5. Аналіз впливу територіальної ідентичності населення на розвиток регіону
6. Формулювання рекомендацій зацікавленим сторонам щодо врахування регіональної ідентичності населення у своїй діяльності [18].

Дослідження регіональної ідентичності потрібно проводити комплексно. Найкращі результати забезпечить обґрунтоване поєднання методів залежно від мети дослідника і специфіки досліджуваної території. Найбільш актуальним буде поєднання соціолого-географічного методу, аналізу змісту інформаційних потоків і дослідження сучасних проявів територіальної ідентичності регіону, оскільки ці методи забезпечать результати в динаміці і перспективі. Це дасть змогу сформулювати рекомендації для подальшої діяльності всіх зацікавлених сторін з урахуванням специфіки регіональної ідентичності. Результати ж третьої групи методів можуть бути застарілими в сучасних умовах, проте, безперечно, цінними для встановлення причин тих чи інших соціальних явищ і процесів.

Рациональною формою оформлення результатів буде створення графіків, діаграм, картосхем.

1. 4. Політика формування ідентичності

Поняття «політика ідентичності», хоч і використовується у світовій політичній і науковій спільності вже кілька десятиліть, для нас все ще залишається незвичним. Ми звикли розглядати ідентичність як щось застигле

і не хочемо бачити і аналізувати феномен переідентифікацій, який змінив світ на рубежі тисячоліть. Соціокультурні зміни, пов'язані з новими формами соціальної диференціації та інтерактивності, зумовлюють появу нових спільнот на основі мереж і «віртуальних» політичних співтовариств.

Термін «*політика ідентичності*» має багато значень, але переважно сприймається як ідентифікаційні практики, змістом яких є свідоме конструювання ідентифікаційних моделей в залежності від інтересів і політичних уподобань еліт.

Політичним діячам тепер доводиться пристосовуватися до світу комунікацій, в якому акцент ставиться не на завданнях самовиявлення, а на само презентаціях – створенні іміджу, продукуванні бренду. Роль ідеології тепер відіграють «структури візуалізації», які є комерційним продуктом і часто поза раціональні та підвладні політичній кон'юнктурі. Відсутність стабільності уже не сприймається як відхилення від норми, а можливості прогнозування і планування значно скорочуються. Багато чого в цьому плані залежить від еліт, які повинні визначати перспективні цілі з урахуванням «культурних кодів», вміти маневрувати і домовлятися, стежити за суперництвом культурних потоків, вибудовувати стратегію взаєморозуміння і узгоджених дій.

Щоб у суспільстві функціонували і відтворювалися позитивні ціннісні уявлення, необхідний цілеспрямований вплив елітних прошарків і владних структур на процеси ідентифікації і соціалізації. При цьому слід виховувати відповідальність і самоорганізацію, робити акцент на самокритиці: індивід і соціум повинні покладатися, в першу чергу, на себе, а не шукати винуватців своїх провалів на стороні. У здоровому суспільстві переважають установки на самореалізацію, налаштованість на діалог і співпрацю, конкурентоздатність [20].

Сучасна наука виділяє три складові формування регіональної ідентичності у зв'язку з політичними процесами.

1. Когнітивна – процес осмислення регіональної ідентичності починається з освоєння знань про регіон, його межі та особливості.
2. Емоційна – індивід починає усвідомлювати свій регіон як власний життєвий простір, малу батьківщину, і водночас як основу для групової солідарності.
3. Інструментальна – специфіка регіону починає використовуватися місцевими елітами для мобілізації та колективних дій, направлених на досягнення певних групових цілей.

Цілі можуть бути різними. В кращому випадку потенціал регіональної самосвідомості спрямовується на формування цілісного бачення мети й завдань регіонального розвитку, усвідомлення спільних духовних основ, ефективної комунікації. В гіршому випадку регіоналізм може використовуватися для маніпулювання свідомістю, пропаганди ідей дезінтеграції, автаркії, сепаратизму.

Дослідження політики ідентичності та ідентифікаційних практик важливе тому, що дає можливість перейти до дослідження напрямків, в яких відбувається конструювання символів і міфів для маніпуляцій суспільною думкою. Вибір моделі державотворення і структури організації влади є основою стратегії політичних еліт. Еліти, які орієнтуються на загальноцивілізаційні цінності, забезпечують своїм державам стале зростання і уникають міжрегіональних та міжетнічних конфліктів і непорозумінь. Еліти, які плекають «етнічну чистоту» чи ставлять одні регіони вище за інші і вибудовують внутрішні кордони, часто опиняються в полоні конфліктів та ідентифікаційних криз.

Поряд з поняттям «політика ідентичності» використовуються такі поняття як «режим ідентичності» і «контроль ідентичності». Вітчизняні дослідники О. Білий та В. Вовк виводять потребу у запровадженні режиму ідентичності з необхідності захисту політичної ідентичності як елемента

національної безпеки і реалістичного позиціонування країни в системі міжнародних відносин. Вони стверджують, що ідентичність виявляє себе в дії, а не є лише інтровертним легітимізаційним актом [20].

Політика ідентичності передбачає відповідні суб'єкти, практики, інструменти та механізми і реалізується переважно в ідеологічних та гуманітарних сферах.

Конструювання регіональних ідентичностей є політичним процесом з виразними ознаками цілепокладання та сформульованих мотивацій. Головним змістом його в ідеалі є вироблення у регіональній спільноті відчуття територіального колективу і прагнення до самореалізації і самоорганізації. Формування політичного простору здійснюється за рахунок вдосконалення старих і вироблення нових, максимально прийнятних і зрозумілих для широких верств символів, трендів, кодів та їхнього озвучення в ЗМІ. Природним є і прагнення регіональних еліт управляти інформаційним простором так, щоб створити бажаний імідж самого регіону та підкреслити роль «іміджмейкерів» у наведеному сприйнятті минулого, сьогодення і майбутнього.

У конструюванні регіональних ідентичностей не виключено загострення акцентів на відмінностях і розбіжностях, аж до пропаганди сепаратизму.

У формуванні ідентичності беруть участь різні суб'єкти – від представників влади до виконавців-вокалістів. Зазвичай у цій ролі виступають місцеві органи державної влади та органи місцевого самоврядування, осередки політичних рухів і громадських організацій, органи самоорганізації населення, місцеві культурні діячі, краєзнавці, освітяни, місцеві медіа та представники креативного класу (політичні і соціальні технологи, іміджмейкери, дизайнери, урбаністи). У зв'язку з цим за Кастельсом розрізняють:

- а) легітимізуючу ідентичність, що формується провладною елітою і державними інститутами;
- б) ідентичність опору, яка реалізовується представниками опозиції;

в) проективна ідентичність, що формує соціальний ідеал і направлена на зміну всієї соціальної структури [20].

Політика формування ідентичності – це складний процес, в якому важливо бачити і об'єктивно існуючі грані об'єкта ідентифікації, і прогнозовані та створювані ідентифікуючим суб'єктом.

Політичні засоби ідентифікації ґрунтуються і функціонують на основі стійких соціокультурних уявлень і образів, тому говорячи про політику ідентичності, перш за все мається на увазі культурний вимір політики. Ідентичність створюється на основі відмінностей традицій і символів. При формуванні регіональної та національної ідентичностей важливо подбати про те, щоб культурні символи і коди відображали істотні пріоритети і при цьому відповідали викликам глобалізації.

Суспільна вага політики ідентичності значно зростає в переломні моменти розвитку суспільства, коли на перший план виходить задача вироблення у громадян адекватного розуміння ситуації та усвідомлення нової природи соціальної інтеграції та умов формування суспільного консенсусу.

Висновки до розділу I.

Серед вчених різних напрямків не існує єдиного визначення поняття регіональної ідентичності, але для даної роботи найбільш доцільним є визначення регіональної ідентичності як усвідомлення індивідом своєї приналежності до певного адміністративно-територіального чи історико-географічного регіону.

На формування регіональної ідентичності населення впливають різні фактори, але найбільш значущі з них можна розділити на три групи: географічне положення, геодемографічні чинники та історико-культурні чинники.

Для визначення рівня регіональної ідентичності населення раціональними є методи, спрямовані на дослідження духовної культури,

маркерів територіальної ідентичності та аналіз історико-географічних передумов формування такої ідентичності.

Політика ідентичності є важливим інструментом впливу на стабільність регіону і країни, тому має враховувати результати досліджень регіональної ідентичності та специфіку регіону. Ключовою у політиці ідентичності є кінцева мета, яка може бути спрямована як на суспільне благо і поглиблення національної ідентичності, так і на дестабілізацію регіону аж до проявів сепаратизму. Політика ідентичності реалізовується за допомогою різних методів і суб'єктів та переважно в ідеологічній та гуманітарній сферах.

РОЗДІЛ II. ДОСЛІДЖЕННЯ РЕГІОНАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ СУМСЬКОЇ ОБЛАСТІ

2.1. Соціогеографічний аналіз рівня ідентичності населення Сумщини

Соціологічною групою «Рейтинг» в рамках проекту «Портрети регіонів» з 16 листопада по 9 грудня 2018 року було проведено опитування серед мешканців Сумської області. Загалом у дослідженні, здійсненого за методом особистого інтерв'ю, взяло участь 1600 респондентів. Вибірка сформована з урахуванням вікової й гендерної структури області з урахуванням типу поселення. Похибка становить не більше 2,4%.

Окремі пункти цього дослідження використані і в даній роботі.

71% відчувають гордість за те, що вони є громадянами України (18% - протилежної думки), так само 71% – що вони є мешканцями своєї області, а свого міста/села – 74%. Трохи менше гордість відчувають особи середнього віку. Найчастіше предметом гордості за свій регіон є природа (47%) та історія (46%). Місцевими мешканцями пишаються 23%, традиціями свого краю – 21%, культурою й мистецтвом – 18%, визначними пам'ятками – 15%.

Близько 55% вважають себе однозначно або скоріше щасливими людьми. 28% – протилежної думки. Частіше про особисте щастя зазначали молодші та заможніші опитані, а також мешканці міст. Водночас, 33% жителів сіл, 35% представників старшого покоління і 48% з найбіднішого прошарку – вважають себе нещасливими.

Мешканці області найбільше зазначали про культурно-історичну близькість до жителів Полтавської та Харківської областей. Серед сусідніх країн жителі регіону вважають себе близькими до Білорусі, дещо менше до Росії, а також частково до Польщі [24].

В основу даного дослідження було покладено анкетування. Було опитано 250 респондентів з 13 районів області та м. Суми у віці від 16 до 65 років. Респондентам були запропоновані питання з градацією відповіді (додаток А).

Питання стосувалися ступеня прив'язаності до свого населеного пункту, області та країни, а також бажання виїхати з них, відвідування інших регіонів країни, унікальності регіону та єдності країни. Наступний блок питань стосувався мови в побуті та вивчення іноземних мов. Останній блок питань стосувався суспільних цінностей та особистісної ідентифікації.

До уваги бралися стать, вік, місце проживання (тип населеного пункту) респондентів.

Найбільш близьким свій населений пункт є для жителів Шосткинського, Ямпільського, Недригайлівського, Лебединського, Охтирського, Великописарівського районів та м. Суми. Найменш – Роменського і Конотопського. В середньому близьким або дуже близьким для себе населений пункт назвали 76% опитаних (рис. 2.1, 2.3)

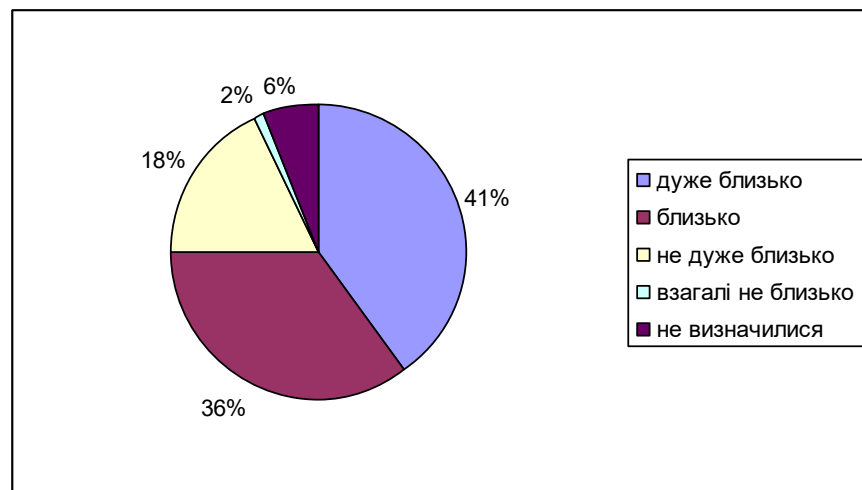


Рис. 2.1. Прихильність до свого населеного пункту

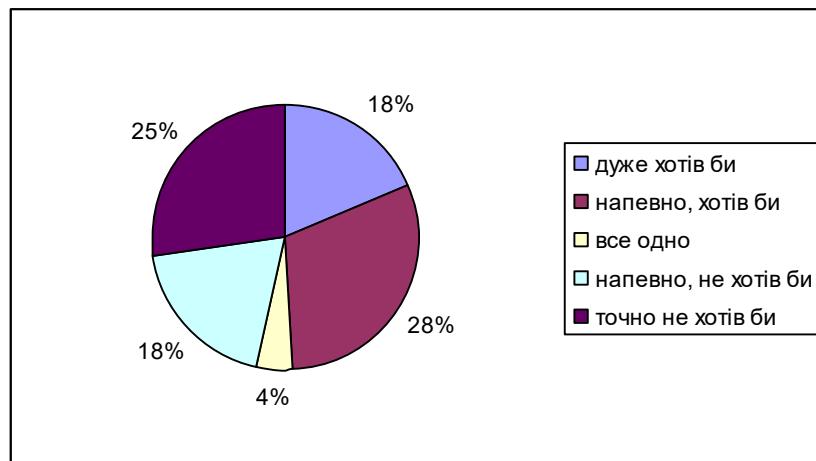


Рис. 2.2. Бажання переїхати в інше місто

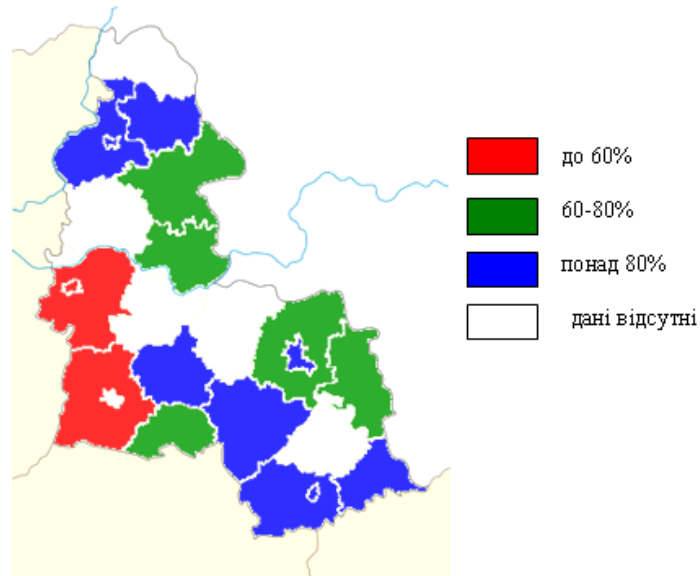


Рис.2.3. Територіальна диференціація показників прив'язаності до свого населеного пункту

В той же час виїхати в інше місто прагнуть 46% опитаних. (рис. 2.2, 2.4)
Найбільше прагнуть виїхати в інше місто жителі Шосткинського, Охтирського та Великописарівського районів

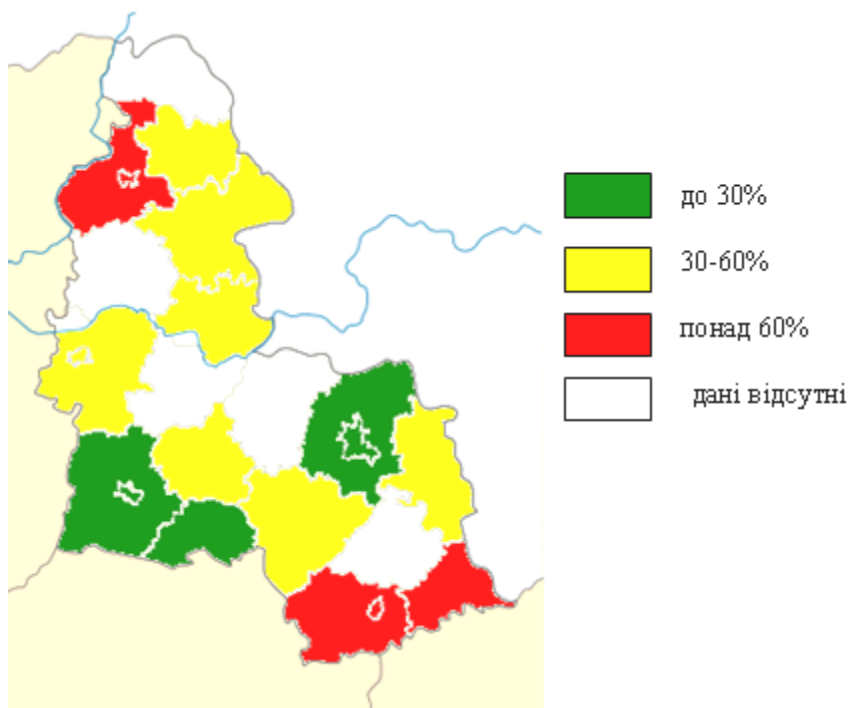


Рис. 2.4. Територіальна диференціація висловленого бажання виїхати в інше місто по районах (% опитаних, які хочуть виїхати в інше місто)

Близькою для себе Сумську область вважають 61% респондентів (рис. 2.5). Найближчим регіон є для сум'ян, найменш близьким для мешканців

Шосткинського, Роменського, Липоводолинського, Охтирського і Великописарівського районів (рис. 2.7)

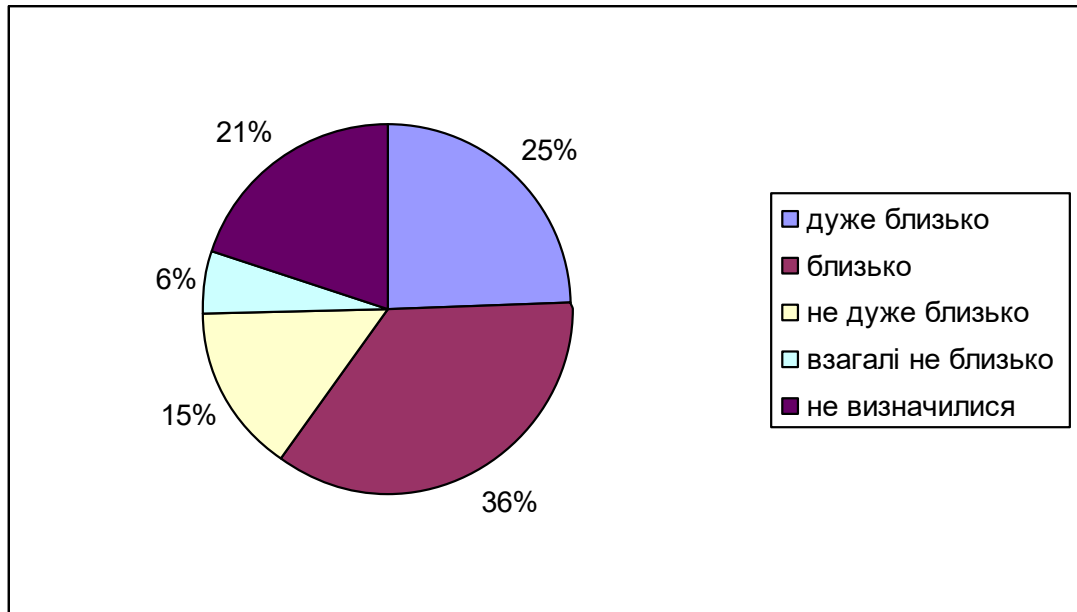


Рис. 2.5. Прихильність до свого регіону

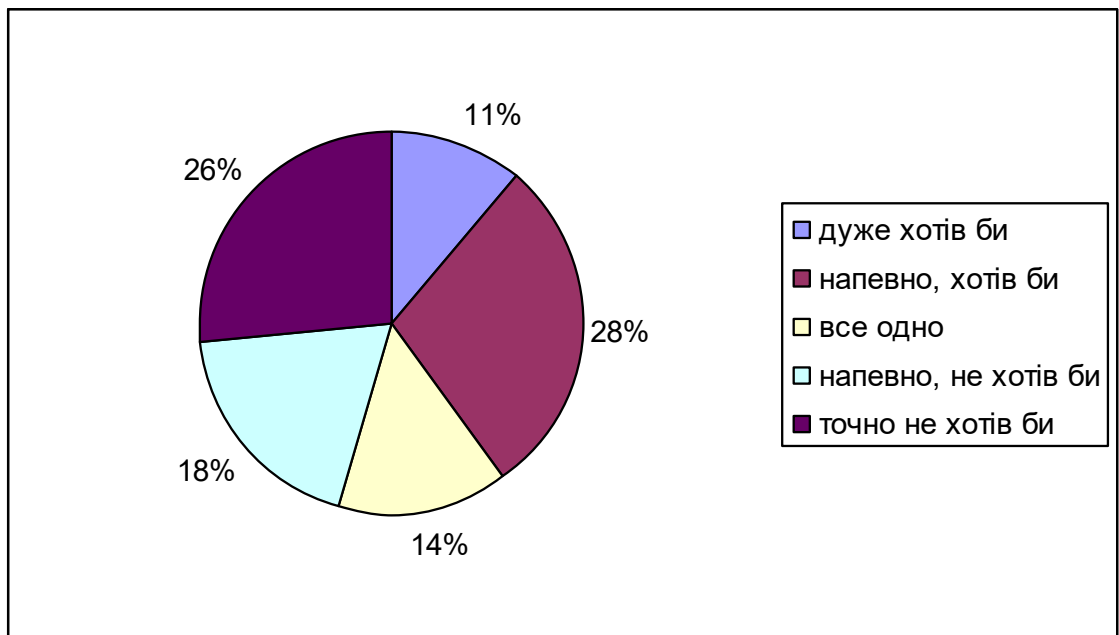


Рис. 2.6. Бажання виїхати в інший регіон

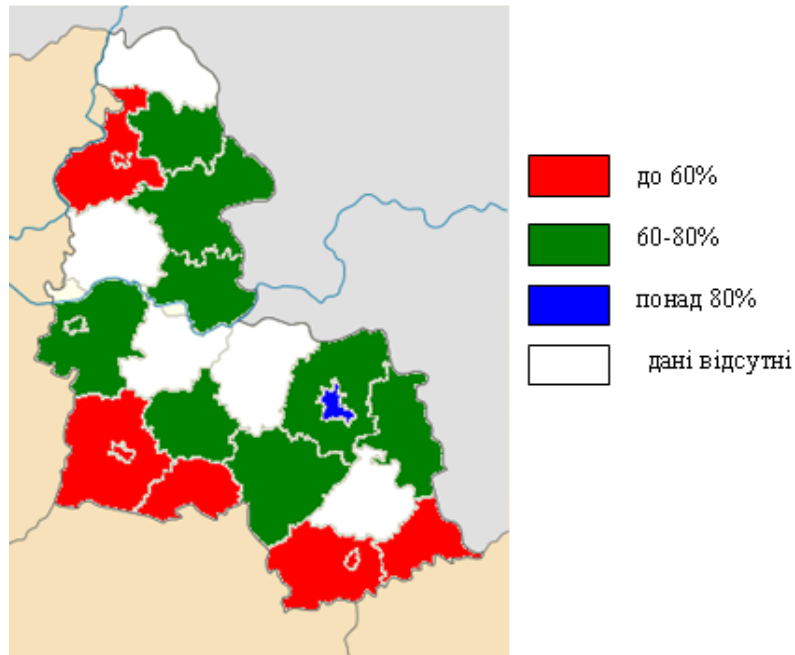


Рис. 2.7. Територіальна диференціація показників прив'язаності до свого регіону (Сумської області)

Вийхати в інший регіон для покращення умов життя чи роботи хотіли б 39% опитаних. Найбільше цього прагнуть жителі Шосткинського району. (рис. 2.6, 2.8)

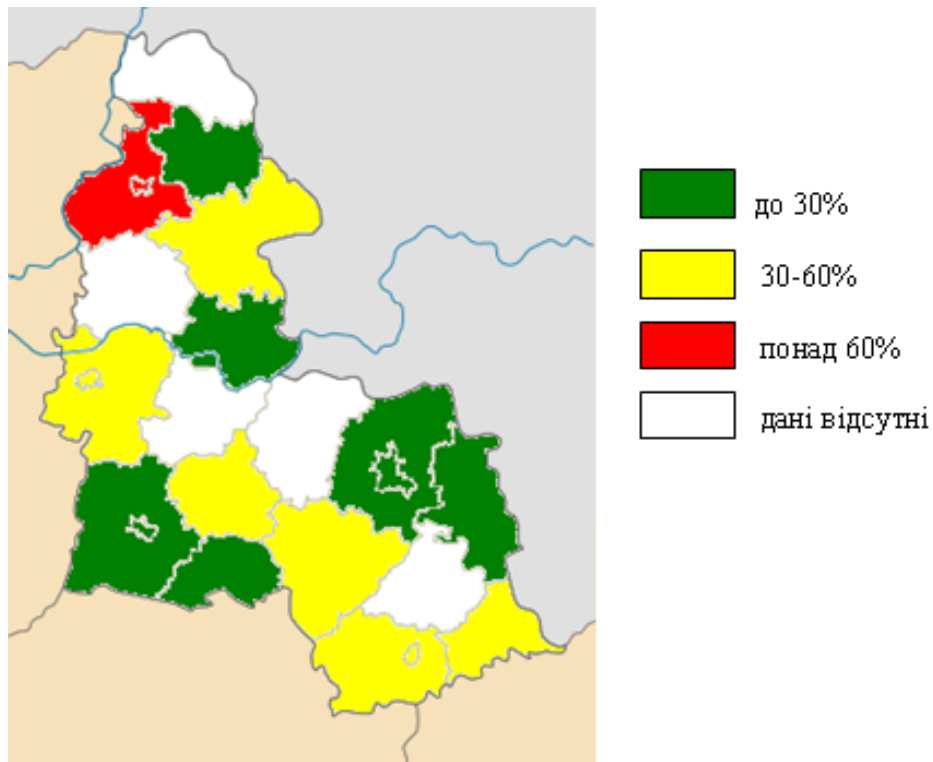


Рис. 2.8. Територіальна диференціація висловленого бажання виїхати в інший регіон

Україна як країна близька для 67% респондентів (рис. 2.9). Найближчою вона є для жителів м. Суми та Охтирського району. Найменш близькою – для мешканців Роменщини, Лебединщини та Краснопільщини (рис. 2.11).

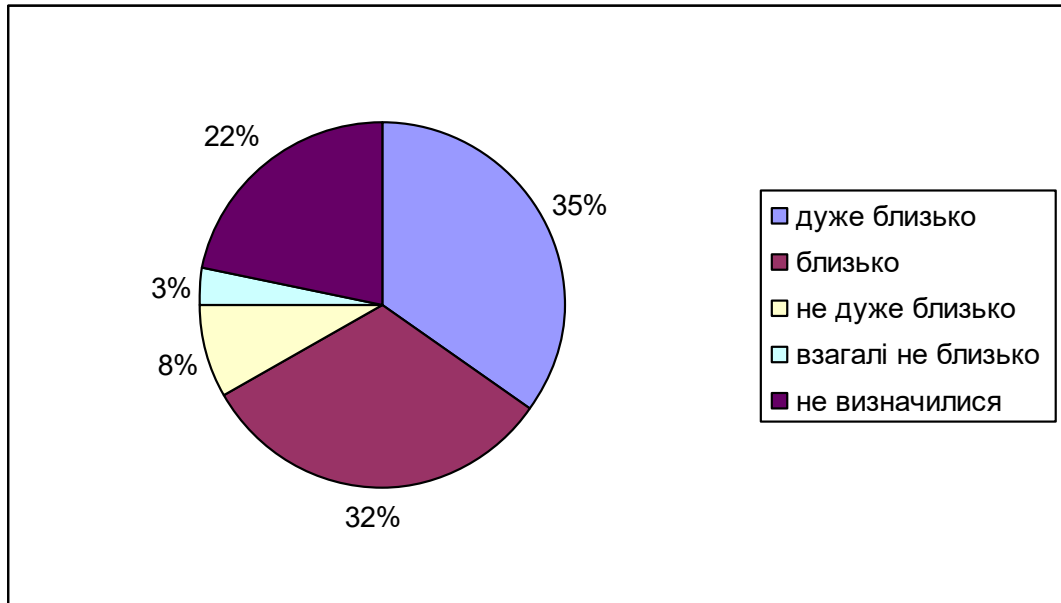


Рис. 2.9. Прихильність до своєї країни

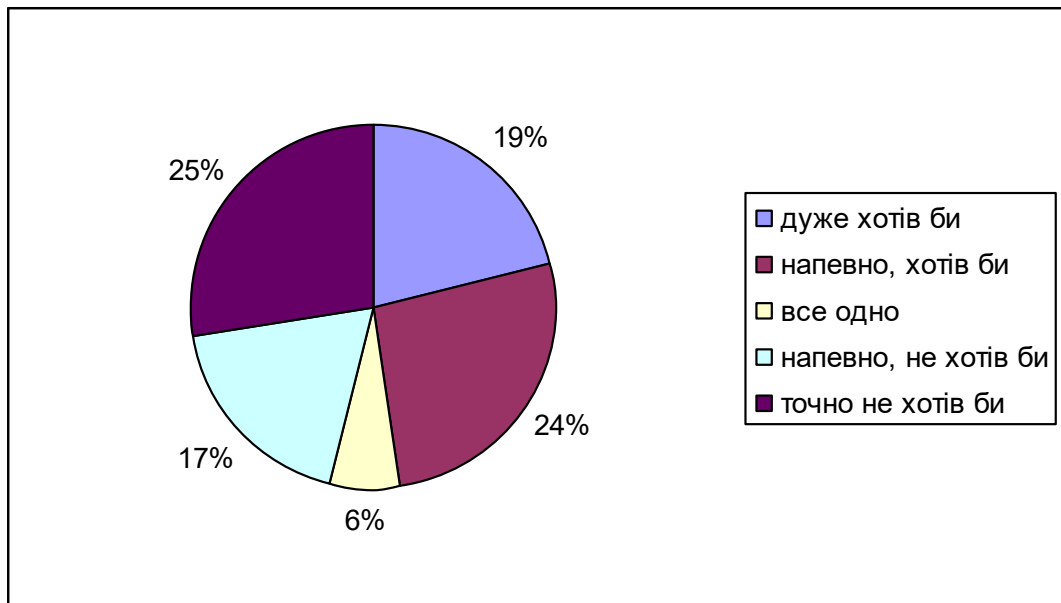


Рис. 2.10. Бажання виїхати з країни

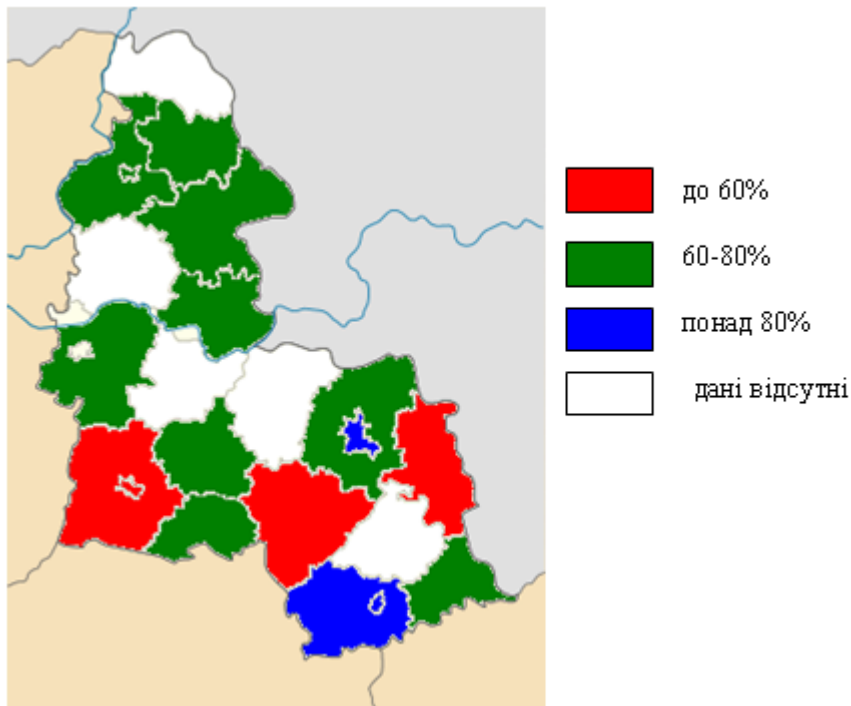


Рис. 2.11. Територіальна диференціація показників прив'язаності до своєї країни

Натомість виїхати з країни для покращення умов життя чи роботи виявили бажання 43% (рис. 2.10). Найсильніше це бажання виражене у жителів Конотопського, Лебединського і Великописарівського районів. (рис. 2.10, 2.12)

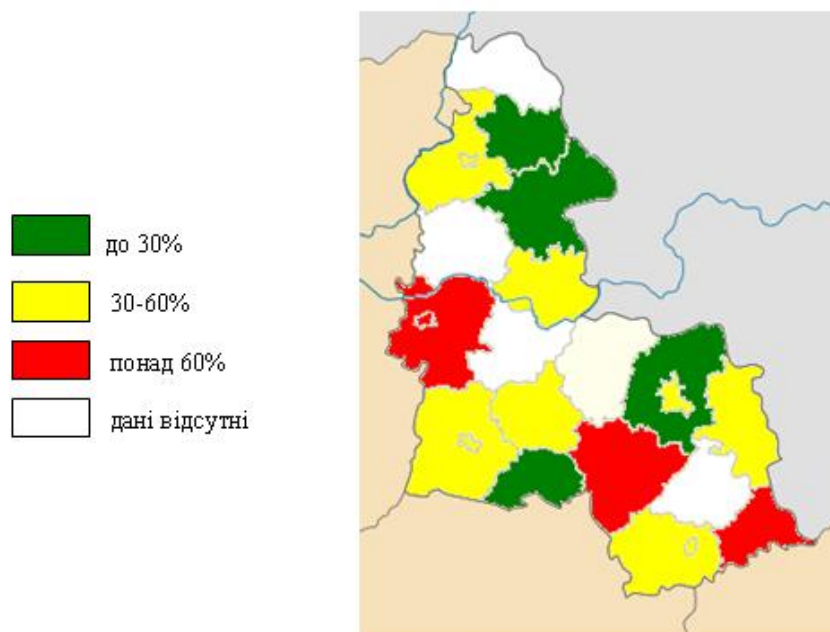


Рис. 2.12. Територіальна диференціація висловленого бажання виїхати з країни

Таким чином, результати даного етапу опитування можна представити в діаграмі (рис. 2.13).

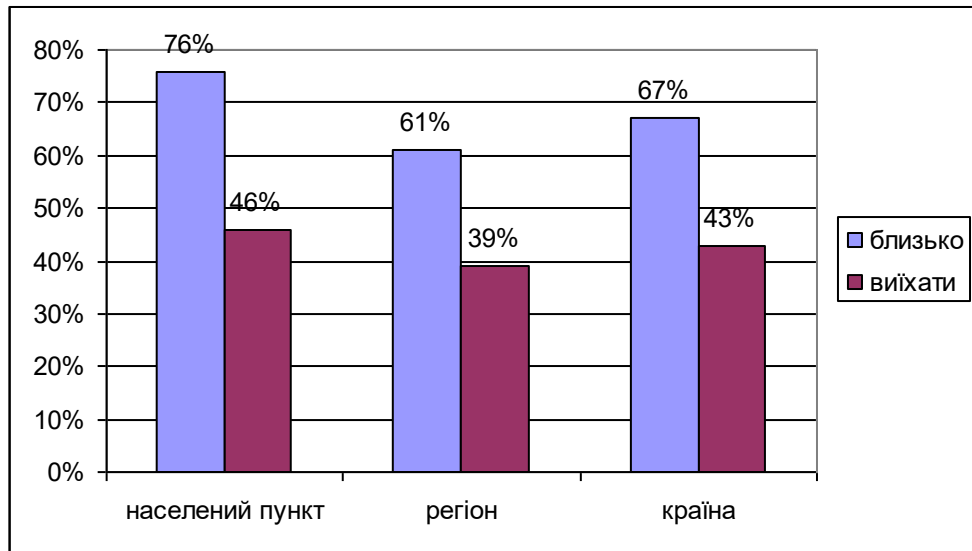


Рис. 2. 13. Прихильність до своєї адміністративної одиниці і бажання з неї вийхати

Результати досить парадоксальні, оскільки про близькість населеною пункту стверджують 76% респондентів, а хочуть переїхати 46%. Це значною мірою пов'язано з економічним занепадом населених пунктів області, відсутністю високооплачуваної роботи тощо.

За статевою ознакою результати відрізняються несуттєво. Жінки виявляють більшу прив'язаність до адміністративної одиниці. Чоловіки виявляють більше бажання вийхати за межі країни (рис. 2.14, 2.15).

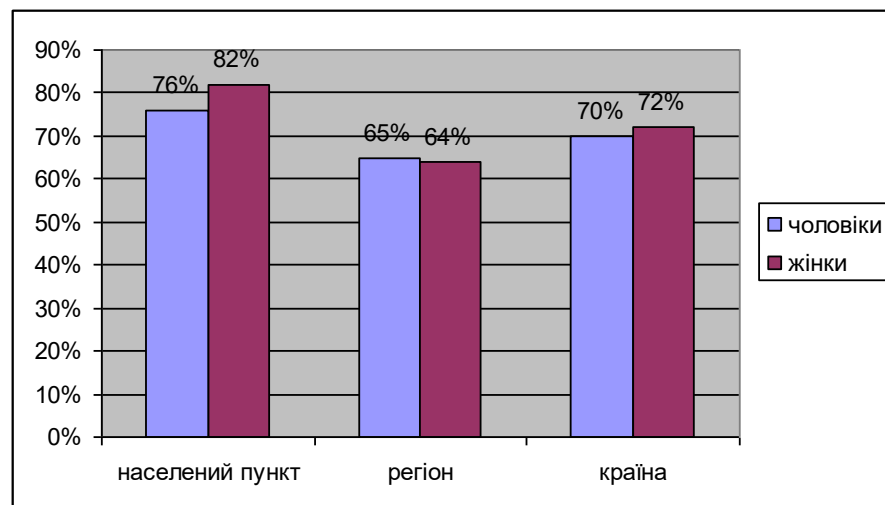


Рис. 2.14. Прихильність до своєї адміністративної одиниці за статтю

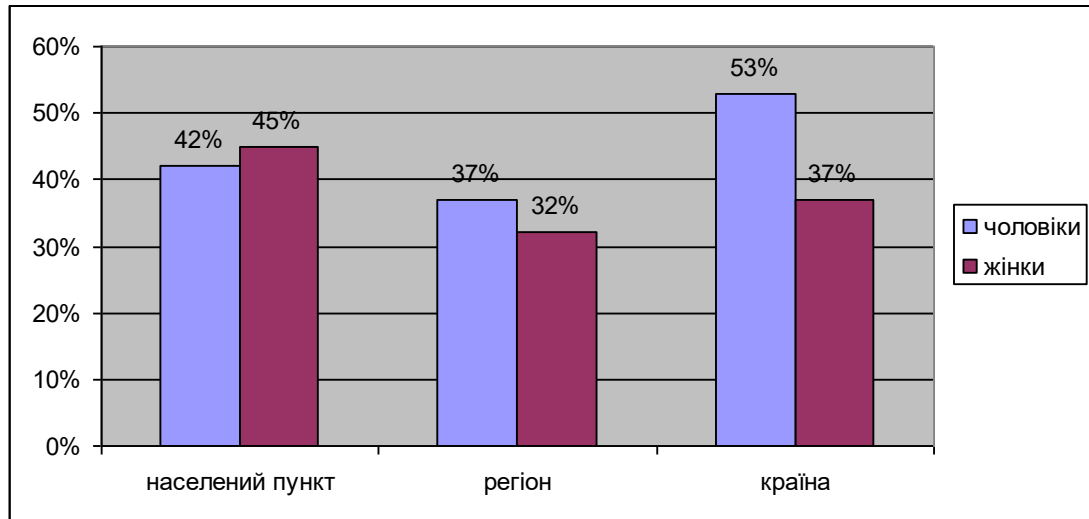


Рис. 2.15. Бажання виїхати в іншу адміністративну одиницю чи країну за статевою ознакою

Бажання чоловіків виїхати за межі країни чи регіону пов'язане з більшою економічною активністю та меншою прив'язаністю до родини.

За віковими категоріями найбільшу прив'язаність до свого населеного пункту, регіону та країни демонструють респонденти у віці 26-50 років. Найменша прив'язаність у осіб до 18 років. Представники старшого віку демонструють достатньо високу прив'язаність до населеного пункту, але невисокий рівень прив'язаності до регіону та країни. У всіх вікових категоріях рівень прив'язаності до регіону найнижчий, а до населеного пункту найвищий (рис. 2.16).

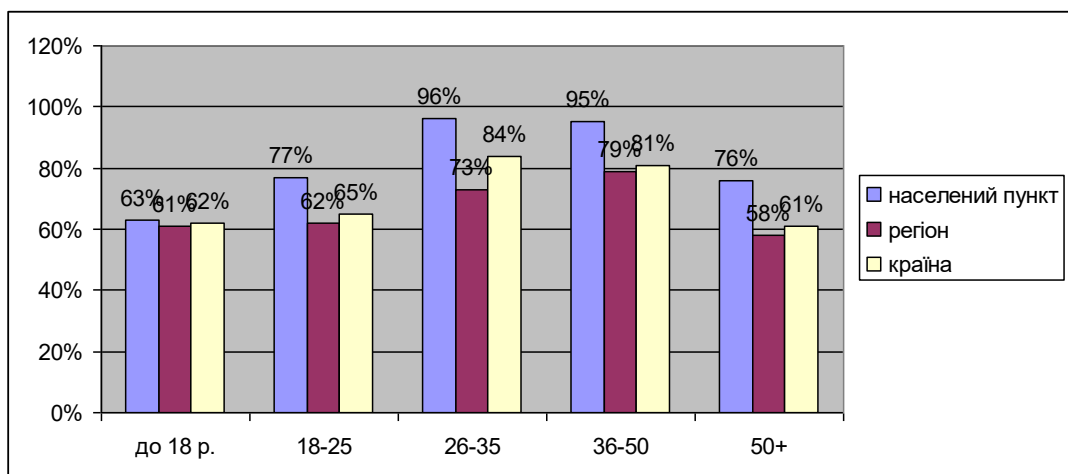


Рис. 2.16. Показники прихильності до адміністративної одиниці за віковими категоріями

За результатами опитування можна відмітити пряму залежність між бажаними покинути свою адміністративно-територіальну одиницю чи країну та віком опитаних (рис. 2.17).

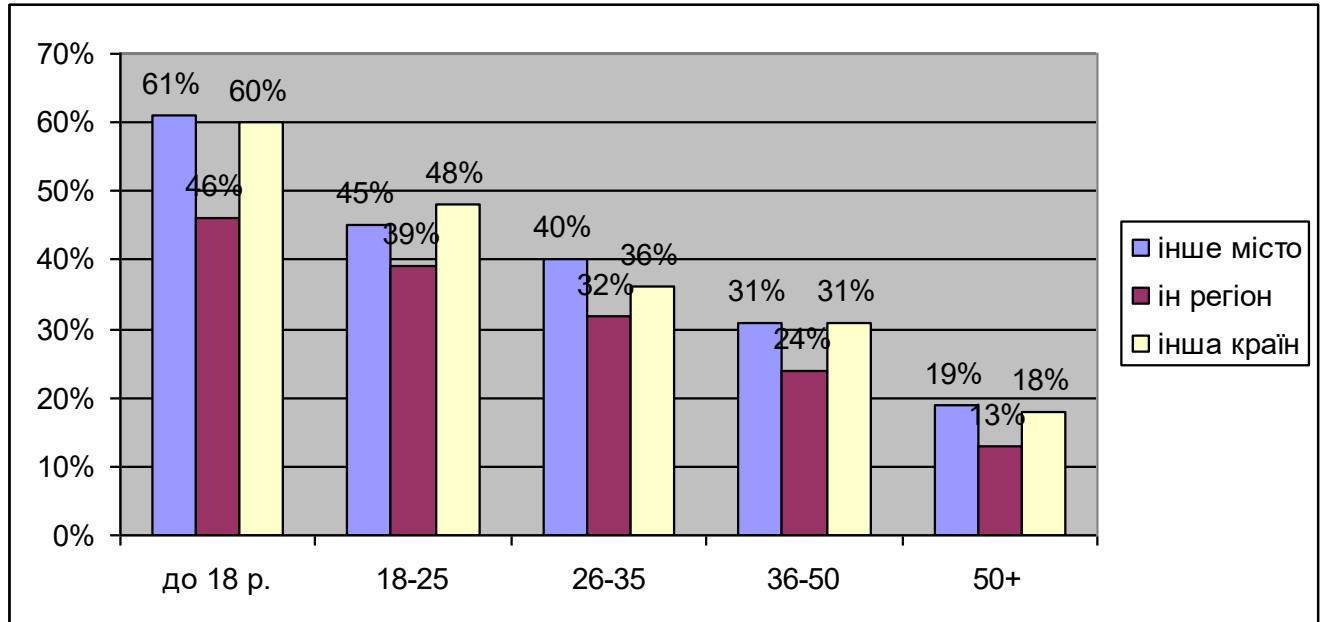


Рис. 2.17. Бажання виїхати в іншу адміністративну одиницю чи країну за віковими категоріями

Така тенденція пояснюється психологічними особливостями та ступенем укоріненості. Чим старша людина, тим вона менш мобільна, має більше прив'язаностей до певного об'єкта, таких як майно, родина, робота тощо. Молодь більш мобільна, має більше амбіцій, прагнення побачити світ чи шукати кращу роботу, не настільки укорінена майном та родиною.

В ході дослідження було встановлено близькість респондентам населеного пункту, регіону та країни за типом населеного пункту, в якому вони проживають (рис. 2.18).

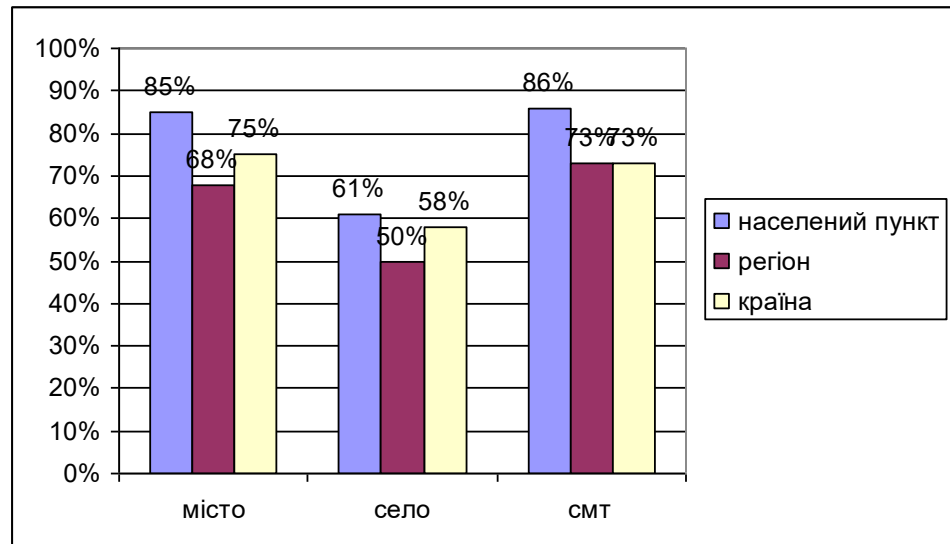


Рис. 2.18. Показники прихильності до адміністративної одиниці за типом населеного пункту

Найбільш близькими свої населені пункти є жителям міст і селищ міського типу. Найменш – жителям сіл. В регіоні немає «ефекту мегаполісу», оскільки немає міст-мільйонерів, а чисельність жителів м. Суми як найбільшого міста області не перевищує 300 тис. осіб. Натомість в регіоні спостерігається «ефект села», виражений у зниженні місцевого патріотизму та вищій мобільності. Жителі села, особливо молодь, прагнуть виїхати з села до міста у пошуках кращої роботи та вищого рівня життя.

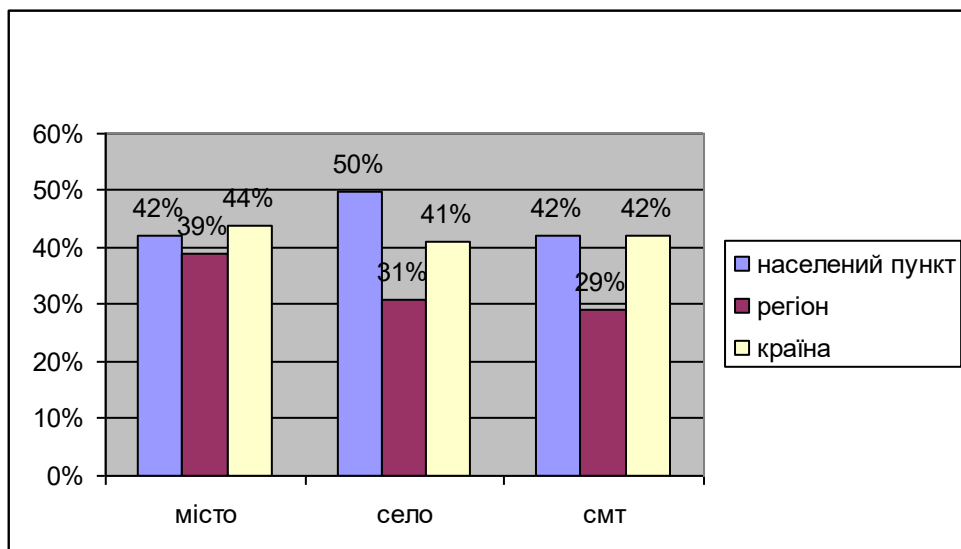


Рис. 2.19. Бажання виїхати в інший населений пункт

У всіх категоріях бажання виїхати в інший регіон найнижче (рис. 2.19). В даному випадку це пов'язано не з близькістю регіону респондентам (вона

найнижча у всіх категоріях), а з впевненістю, що наш регіон подібний до інших регіонів України, хоч і має свої особливості(рис. 2.20). Тобто в інших регіонах життя суттєво не відрізнятиметься. Такі висновки можна зробити з результатів опитування щодо унікальності регіону. Вони свідчать про відносно низький рівень регіональної ідентичності.

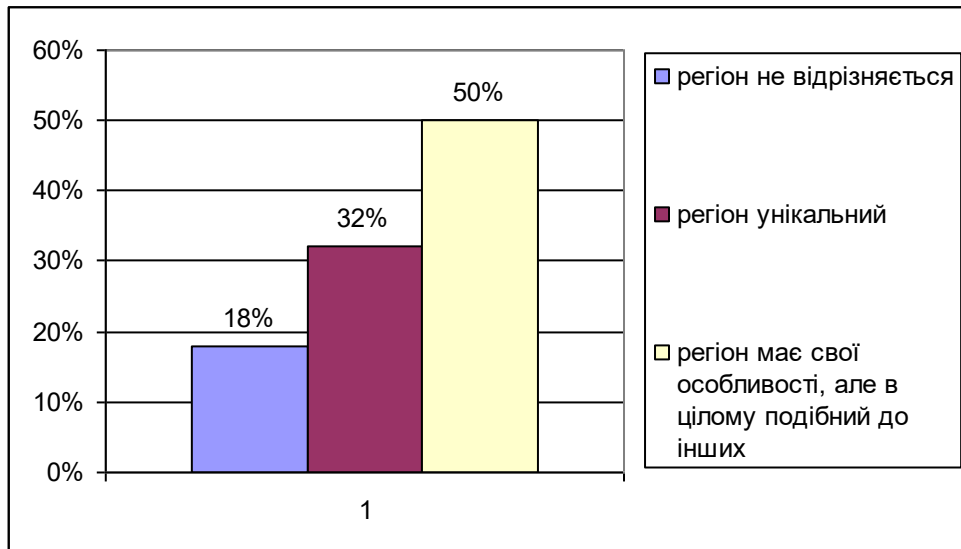


Рис.2.20. Оцінка мешканцями Сумщини унікальності свого регіону

Кілька питань анкети стосувалися виїзду респондентів за межі регіону до родичів, на роботу, з туристичною чи виробничою метою, та які саме регіони вони відвідували. Ці питання були включені до анкети у зв'язку з тим, що відвідування інших регіонів та країн може вплинути на світогляд і точку зору респондентів на важливі суспільні питання. Часте відвідування східних та південних регіонів України у світлі останніх подій може сприяти поширенню сепаратистських поглядів або навпаки, відмові від них. Відвідування західних регіонів сприяє ламанню стереотипів про бандерівців чи агресивно налаштованих до жителів Сходу і Півночі України жителів Західної України. Відвідування інших країн чи регіонів сприяє прагненню до створення кращих умов життя чи пошуку більш високооплачуваної роботи, формування чи зміну політичних поглядів щодо вектору розвитку держави (проросійських чи про європейських, вступу до НАТО тощо). Ці фактори можуть впливати на формування регіональної ідентичності мешканців регіону

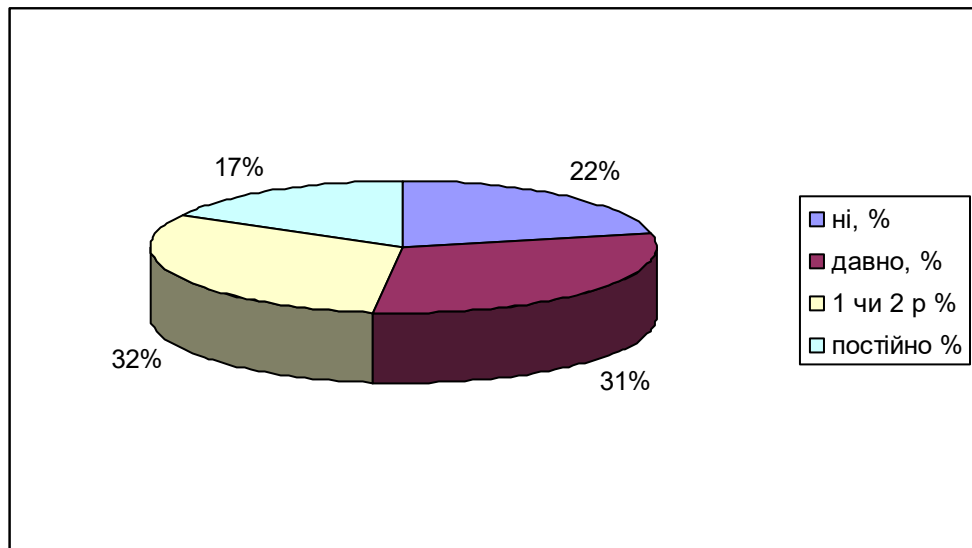


Рис. 2.21. Короткострокові виїзди за межі регіону

Результати показали, що найбільш відвідуваними регіонами були західні та південні, що пов'язано з їх туристичною привабливістю (рис. 2.22).

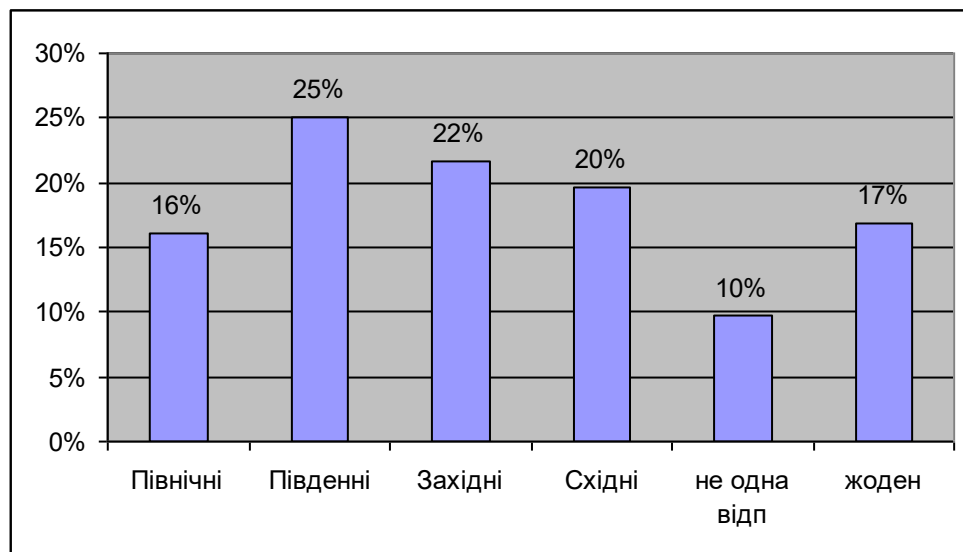


Рис. 2.22. Відвідування інших регіонів України

Важливим питанням у світлі подій 2013-2020 років є питання єдності України як держави. Саме на штучному звеличенні регіональних особливостей Криму, Донеччини та Луганщини ґрунтувалися сепаратистські настрої, які стали причиною тимчасової окупації цих територій Російською Федерацією та утворення так званих «ДНР» і «ЛНР». Тому так важливо дослідити патріотичні настрої жителів регіону. В середньому за єдність

України висловилися 84% респондентів, за окрему державу - 2%, за перебування у складі сусідньої держави - 7%, не визначилися – 9% (рис. 2.23)

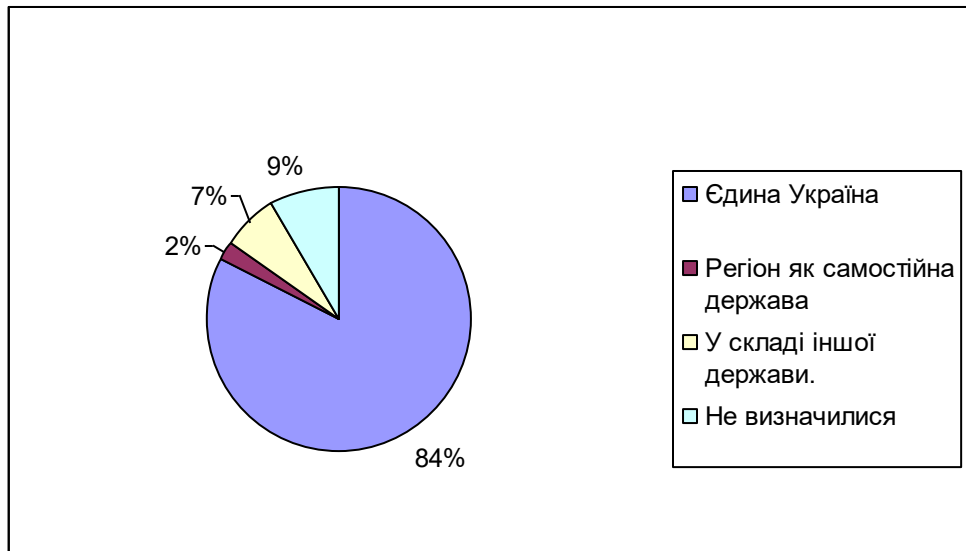


Рис.2.23 Відповіді респондентів щодо їх бачення єдності України

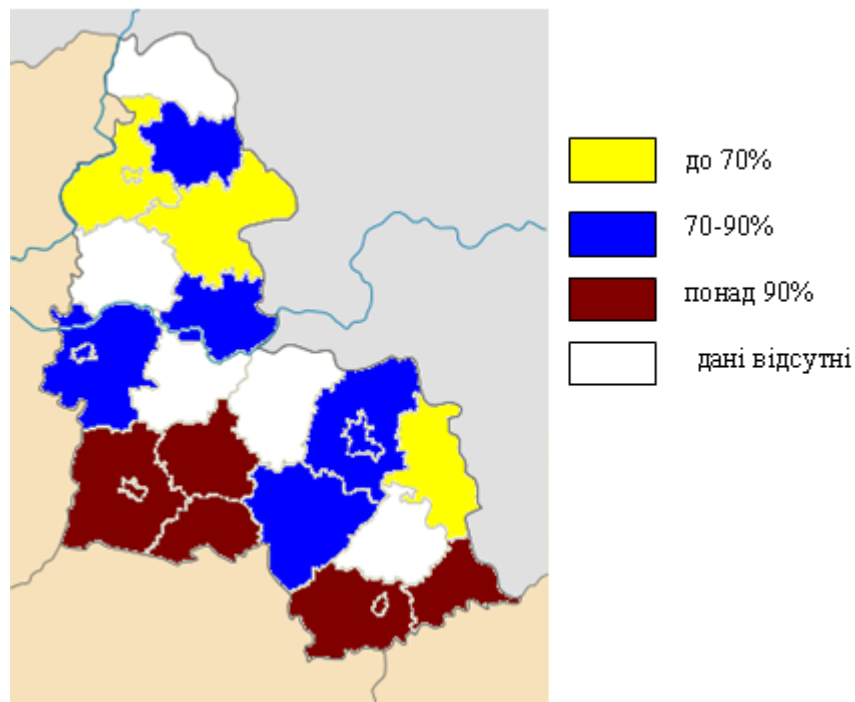


Рис. 2.24. Територіальна диференціація бачення єдності України респондентами

Найвищий рівень національної єдності показали жителі Роменського, Недригайлівського, Липоводолинського, Охтирського і Великописарівського районів. Найнижчий – жителі Шосткинського, Глухівського і Краснопільського районів (57%, 63% і 56% відповідно) (рис. 2.24)

Погляди респондентів за статевою ознакою дещо відрізняються. Відсоток чоловіків, які бачать регіон як самостійну державу складає 6%, тоді як єдину Україну 80%. Єдиною Україну бачать 84% жінок, тоді як регіон як самостійну державу 1%. Інші показники відрізняються в межах 1% (рис. 2.25).

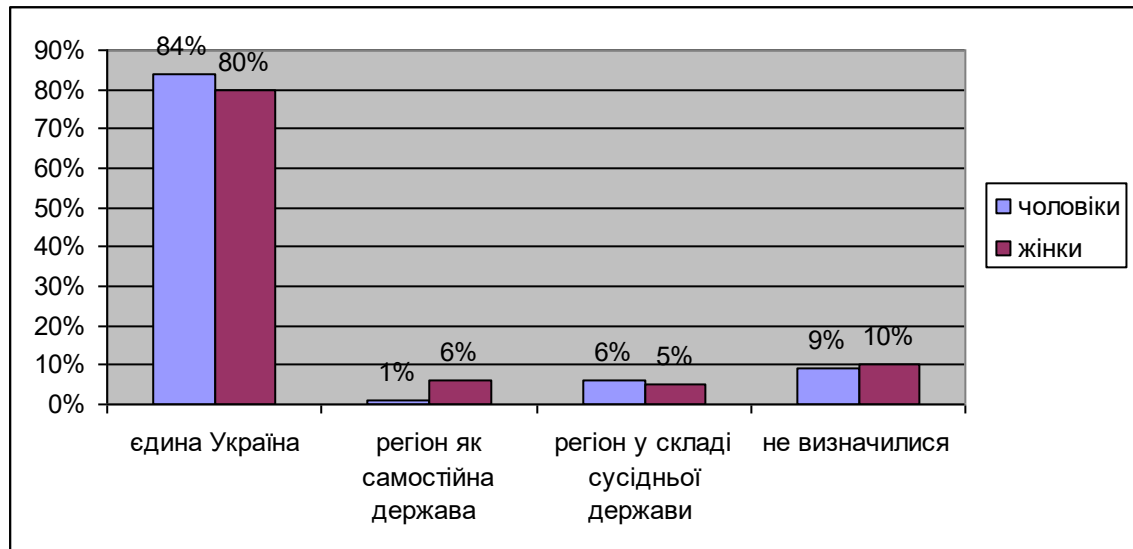


Рис. 2.25. Оцінка єдності України у відповідях респондентів за статевою ознакою

Результати анкетування щодо єдності України за віковими категоріями мають певні суттєві відмінності. Найнижчий рівень усвідомлення національної єдності (68%) показали респонденти віком до 18 років. Певною мірою це відображає точку зору їх родин, громадянську незрілість, але водночас вказує на недоліки патріотичного виховання в закладах освіти, відсутність цікавості до подій сьогодення та недостатню українізацію в сучасному молодіжному просторі. Найвищий рівень національної єдності (94%) показали опитані віком 18-35 років та віком 50 і більше років (92%). Це свідчить про суспільну та громадянську зрілість осіб у віці 18-35 років та низький рівень ностальгії за минулим у складі СРСР осіб віком понад 50 років. Бажання бачити регіон як самостійну державу є лише у осіб до 18 років, відсоток респондентів, що бачить регіон у складі сусідньої держави незначний, а у віковій категорії 18-25 років взагалі відсутній (рис. 2.26).

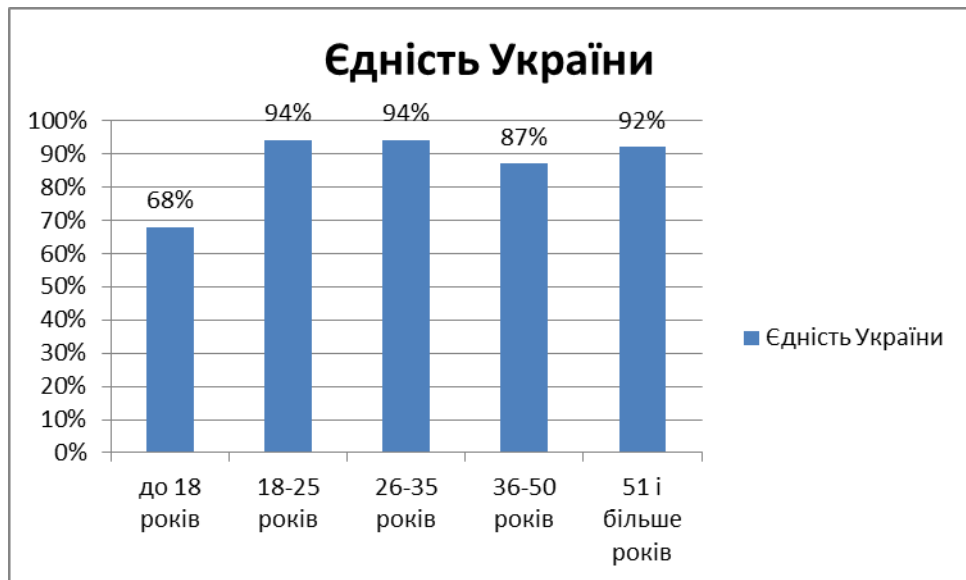


Рис. 2.26. Оцінка єдності України у відповідях респондентів за віковими категоріями

Мова є важливим фактором формування регіональної ідентичності. На території області є території з компактним проживанням росіян і переважанням російської мови. Для всієї області характерне поширення суржику. Проте можна відмітити райони з переважанням тієї чи іншої мови.

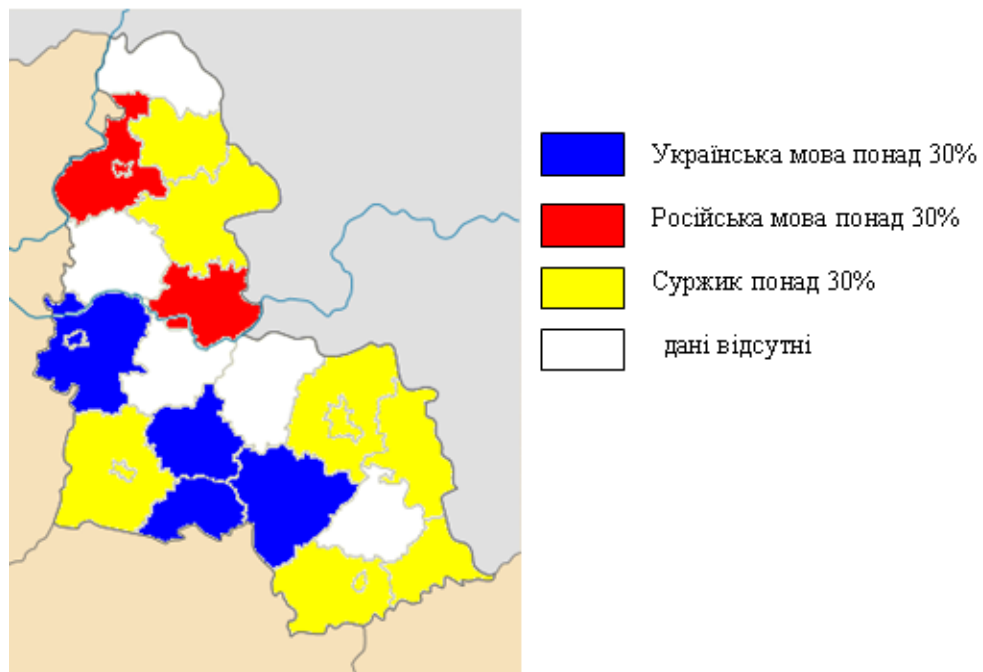


Рис. 2.27. Територіальна диференціація поширення в побуті мов і діалектів

Українська мова переважає в Конотопському, Недригайлівському, Липоводолинському, Лебединському районах, російська в Шосткинському і

Путивльському, в решті районів найбільш поширений суржик. Це свідчить про неоднорідність мовної структури регіону (рис. 2.27).

За українською мовою ще з часів Російської імперії укоренилося поняття як меншовартісної, сільської, «бідняцької» мови. Це твердження активно культивувалося за часів радянської влади і актуальним залишається дотепер. Крім того, в містах більша частка росіян за національністю порівняно з селами. Це простежується в результатах анкетування щодо вживання мови в побуті за типом населеного пункту. Суржик переважає у всіх типах населених пунктів, але в селах і селищах міського типу українська мова значно переважає над російською. Натомість в містах російська мова переважає над українською (рис. 2.28). Вживання української чи російської мови залежно від ситуації свідчить про достатньо вільне володіння обома мовами.

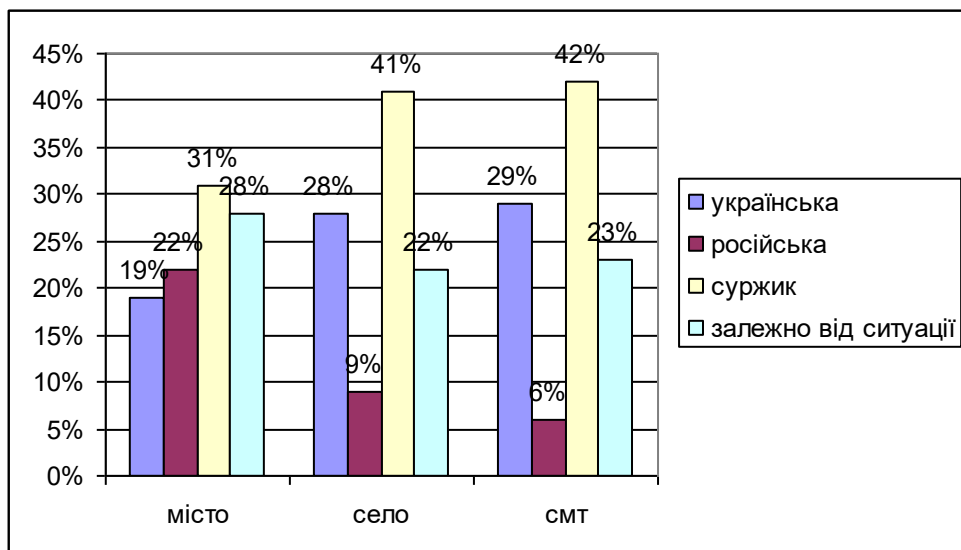


Рис.2.28. Поширення мов і говірок в побуті за типом населеного пункту

Щодо вивчення іноземної мови в школі більшість респондентів (59%) висловилися за вивчення англійської мови (або однієї з європейських). Частина респондентів (30%) висловилися за вивчення обох іноземних мов – російської та англійської. Відсоток тих, хто висловився за вивчення лише російської мови незначний – 5% (рис. 2.29). Це свідчить про переважно проєвропейський розвиток України, а також усвідомлення відкритості України та світу і значимість англійської мови в сучасному світі. Багато

мешканців області також вважають вивчення російської мови непотрібним, оскільки вони й так, на їхню думку, добре нею володіють.

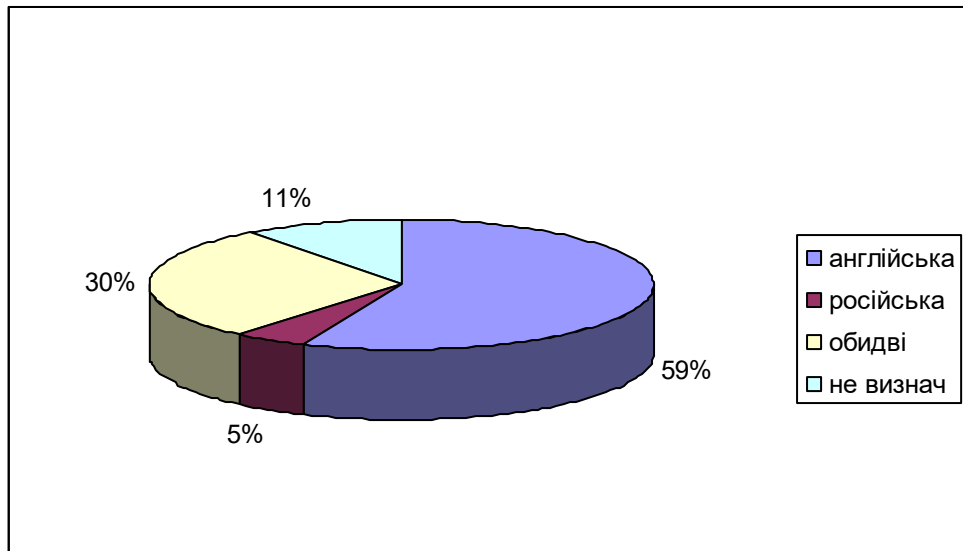


Рис. 2.29. Вивчення іноземних мов у школі

Для формування територіальної ідентичності (і регіональної в тому числі) важлива система суспільних цінностей, яку мають мешканці території. Ця система більш важлива для національної ідентичності, але й для регіональної вона має значення, особливо якщо регіон прикордонний, як Сумська область. Ця система цінностей може показати, в яку сторону схилиться населення регіону у випадку політичної дестабілізації чи навіть повномасштабної війни.

Серед зазначених в анкеті показників для аналізу були обрані наступні: громадянство України, важливість говорити українською, дотримання соціальних норм та законів, захист України (рис. 2.30, 2.31, 2.32, 2.33).

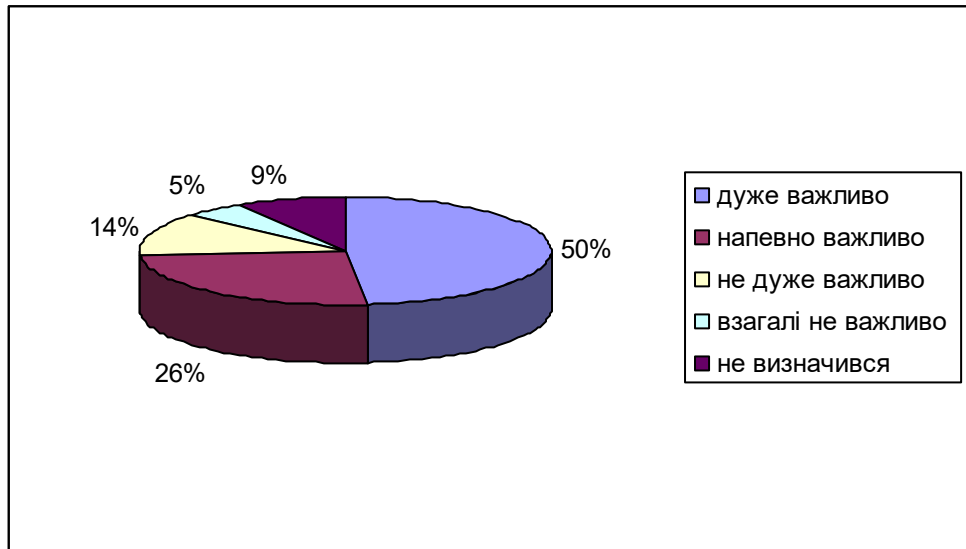


Рис. 2.30. Цінність громадянства України для респондентів

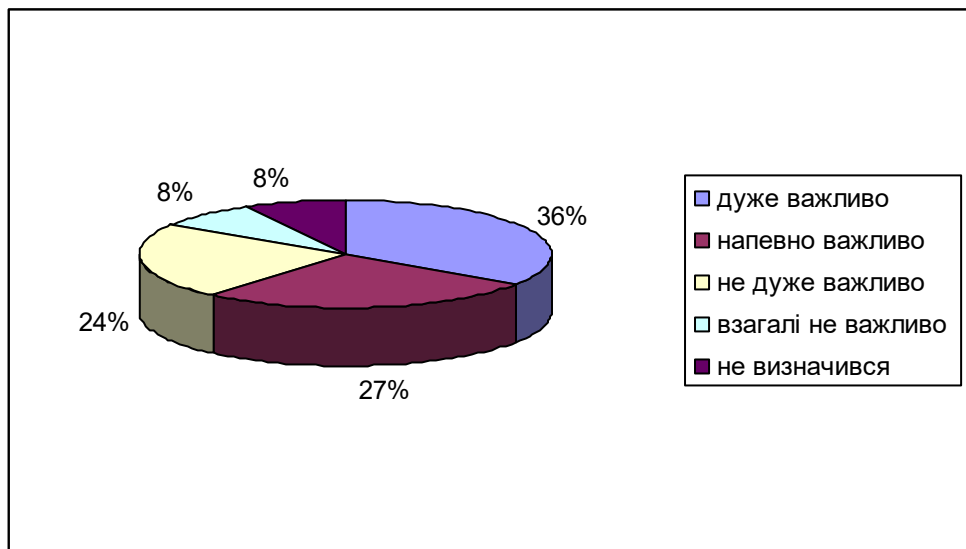


Рис. 2.31. Цінність української мови для респондентів

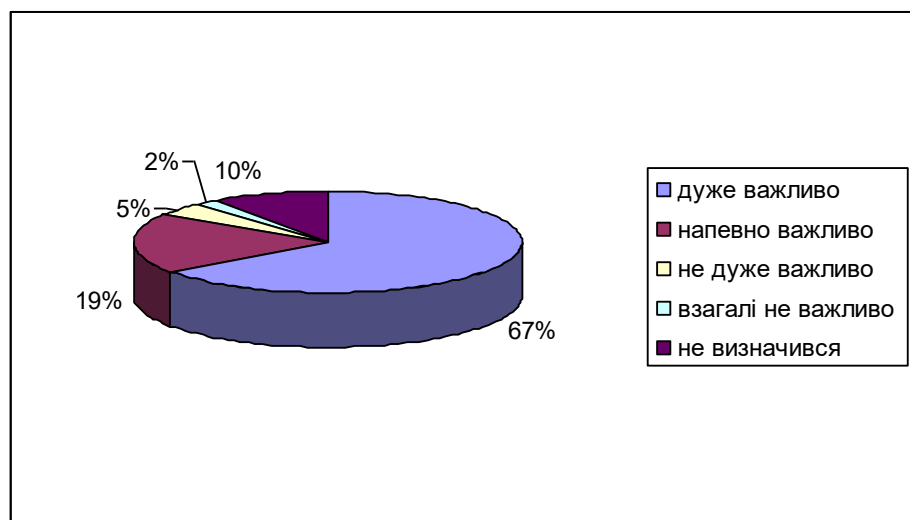


Рис. 2.32. Цінність дотримання соціальних норм і законів

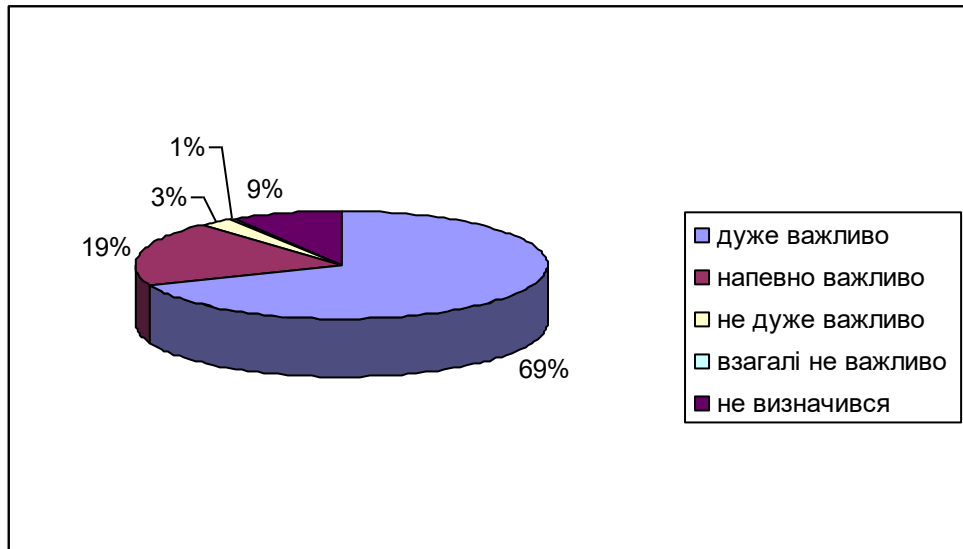


Рис. 2.33. Важливість захисту України для опитаних

З результатів, показаних на діаграмі (рис. 2.34), видно, що найменшу цінність для опитаних становить українська мова. Результат закономірний з огляду на неоднорідність мовної структури регіону та повсюдне переважаєння суржику. Проте інші результати свідчать про те, що Україна важлива для більшості респондентів.

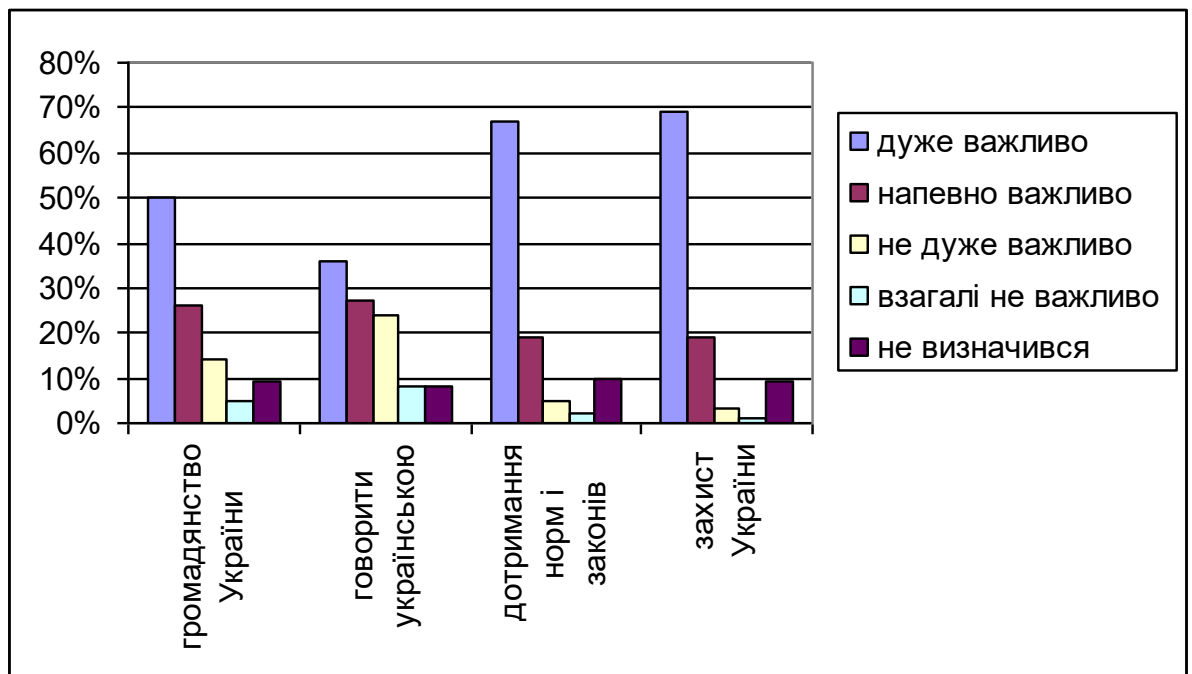


Рис. 2.34. Громадянські цінності респондентів

За віковими категоріями найбільш сформовану систему національних суспільних цінностей мають категорії 18-25 років і 50 і більше років.

Найменші показники має категорія 36-50 років. Найменш цінна українська мова для осіб до 18 років (рис. 2.35).

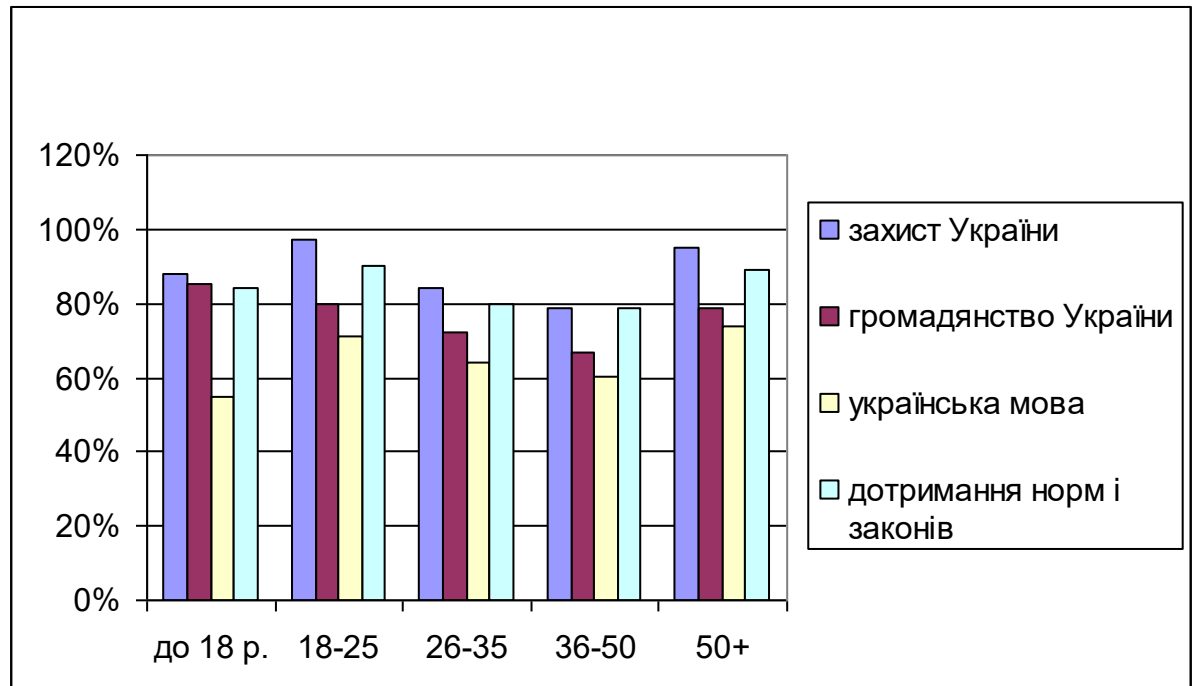


Рис.2.35. Суспільні цінності за віковими категоріями

На ступінь територіальної ідентичності впливає і самоідентифікація людини, її бачення себе у цьому світі, відповідь на питання «Хто я такий?». Респонденти, які взяли участь в анкетуванні, здебільшого зазначали, що вони громадяни України (49%) або просто люди (29%). Відповідь «мешканець свого регіону» дали 3% опитаних, «мешканець свого населеного пункту» - менше 1%. Відповіді за іншими запропонованими варіантами не перевищували 3%. Не змогли визначитися з відповіддю 11% учасників анкетування (рис. 2.36).

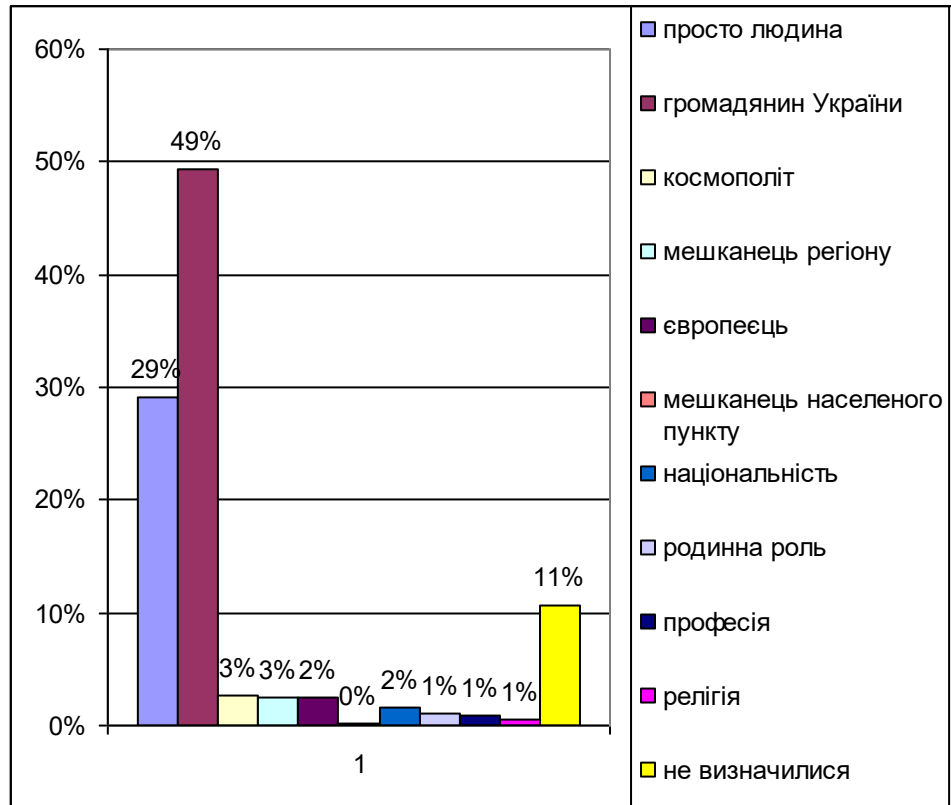


Рис. 2.36. Самоідентифікація респондентів

Самоідентифікація за віковими категоріями має цікаву особливість: залежно від віку кількість осіб, які ідентифікують себе як громадяни України зменшується, а тих, хто ідентифікують себе як «просто людина» переважно зростає. Найвищий рівень усвідомлення себе громадянами України мають особи віком 18-25 років. Найнижчий – особи у віці понад 50 років (рис. 2.37).

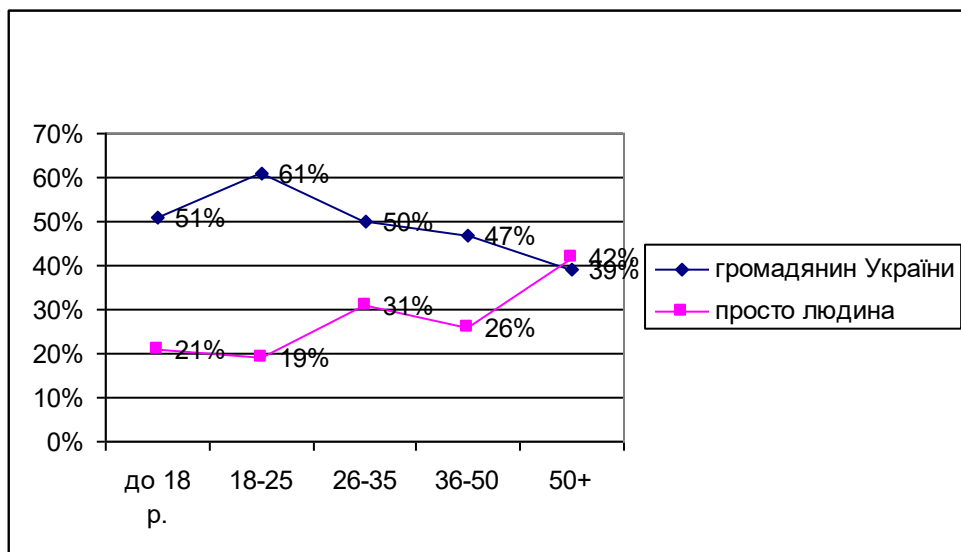


Рис.2.37. Самоідентифікація респондентів за віковими категоріями

Аналіз змісту інформаційних потоків

Великий вплив на суспільну свідомість мають засоби масової інформації. Ними володіє практично кожен регіон. Серед назв ЗМІ Сумщини простежується така тенденція:

Районні газети і радіостанції у своїх назвах вказують назву району або мають регіональний відтінок («Голос Посулля», «Життя Лебединщини», «Наш край», «Рідний край», «Полісся»). Абсолютна більшість їх україномовні, крім середино-будської газети «Знамя труда».

Серед газет, які виходять у великих населених пунктах нашої області є кілька російськомовних («ВАШ ШАНС», «ДАНКОР», «Данкор Глухов», «Данкор Конотоп», «Перекресток», «Панорама»), які мають досить великі тиражі.

Телерадіокомпанії, як правило, не мають вказівки на свою регіональну ідентичність чи вказівки на географічне розташування (ТРК «ВІДКОН», ТРК «СПЕКТР», ТРК «ПУЛЬСАР-РТБ», ТРК «ЕКСПРЕС ТЕЛЕСЕРВІС ПЛЮС») [6]

Серед джерел інформації на перше місце виходять інтернет-ресурси і соціальні мережі. Інформацію з інтернету беруть 42% опитаних, з соціальних мереж - 18%, з телебачення – 11%, преса – 3%, радіо -1%. Різними джерелами інформації користуються 27 % респондентів (рис. 2.38).

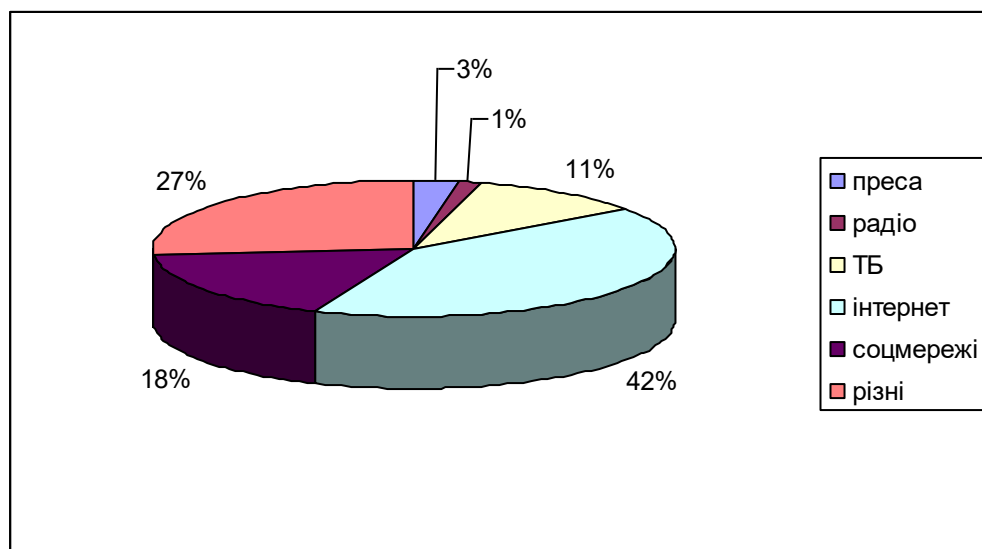


Рис.2.38. Основні джерела інформації

Друковані видання втрачають популярність, натомість більш актуальними є спільноти в соціальних мережах, де користувачі самі можуть додавати інформацію та коментувати її, висловлюючи таким чином своє ставлення до фактів, викладених в публікації. Газети і журнали більш популярні у представників старшого покоління. Частина видань має провладний характер, і вони є найменш популярними.

Ряд газет мають актуальні сторінки в соціальних мережах. Коментарі під публікаціями або не надто активні, або з негативним ставленням до владних структур. Найбільша активність спостерігається під час виборчих перегонів та при обговоренні особливо болючих питань життя громад.

В соціальних мережах створюються групи за інтересами з вказівками їх територіальної приналежності «Підслухано Лебедин», «Дошка оголошень Глухова» «Я люблю Суми», «Сумські плітки», «Сумські дебати» тощо. Переважно вони стосуються місцевих новин та актуальних подій загальнодержавного значення, що стосуються організації повсякденного життя: запровадження чи скасування виплат, штормове попередження, карантин тощо. В той же час користувачі соціальних мереж мало цікавляться життям інших регіонів, оскільки ця інформація для них не є актуальною.

Більшість місцевих ЗМІ подає інформацію про події або актуальні проблеми району чи його центру. Більшість новин містять інформацію про надзвичайні ситуації та правопорушення. Найбільш позитивними є спортивні новини. Інформація про мистецькі заходи для більшості читачів і користувачів є досить нецікавою, що не йде на користь формування позитивного іміджу регіону. Зростає частка гумору, зокрема політичного і на актуальну тематику.

2.2. Дослідження маркерів територіальної ідентичності регіону

Узагальнений образ представника регіону чи спільноти формується на основі багатьох факторів: місце проживання, рід занять, загальне сприйняття території, з якої ця людина прибула. Цей образ накладає відбиток на співпрацю з представником цього регіону чи спільноти, надає певні

репутаційні переваги чи збитки, в залежності від ситуації. В умовах глобалізації, сучасних комунікацій та напруженої ситуації в країні престижність певної локальності чи упередженість щодо її носіїв стає вагомим фактором діяльності і співпраці.

В Україні серед жителів різних регіонів склалися стереотипні уявлення про інші регіони та їх мешканців. Часто це виглядає жартівливо, але все ж містить суттєві ознаки, на які опираються жителі інших регіонів, складаючи свою думку про сусідів по країні. Цікаво розглянути на карти сприйняття різних регіонів представниками східних і західних областей, а також карту стереотипів. [29] (рис. 2.39, 2.40, 2.41)



Рис. 2.39. Карта стереотипів

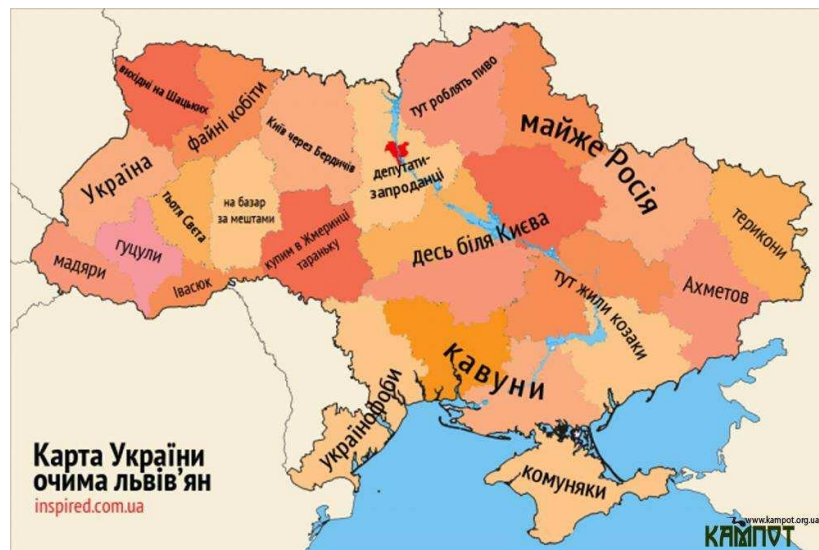


Рис. 2.40. Карта України очима львів'ян

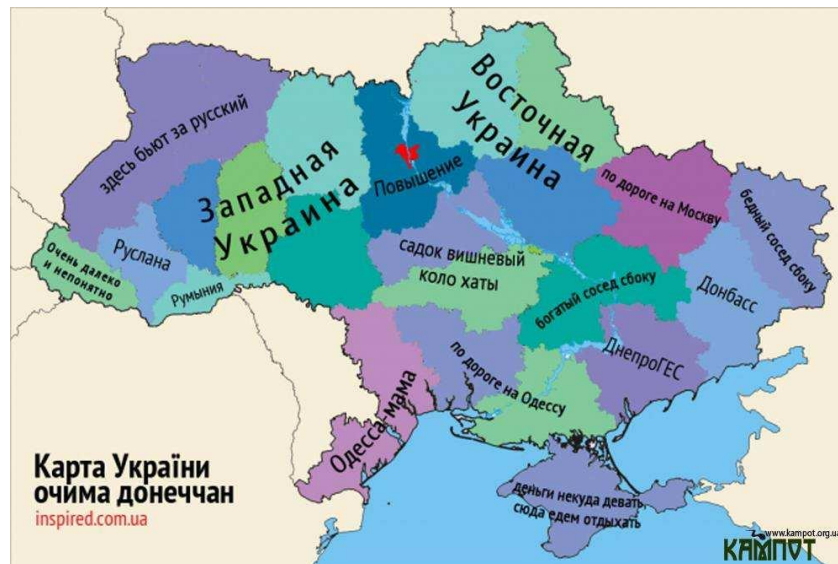


Рис. 2.41 Карта України очима донеччан

В основу такого сприйняття Сумщини лягло її географічне положення та особливості транспортного сполучення («електричка до Конотопа»), але не якісь відмінності в її історичному минулому чи сучасності.

У 2014 році дослідники І. Колотуха, П. Остапенко та О. Андріян Товариства дослідників України провели перцепційні дослідження регіонів України. Під час анкетування респондентам було запропоновано визначити сприйняття регіонів за такими складовими: природні об'єкти, архітектурні пам'ятки, торгові марки, видатні особистості, історична назва території. Опитування проводилося на всій території України [24].

Дослідники виділили регіони-лідери і регіони, найменш представлені в інформаційному просторі України. До останніх ввійшла і Сумська область.

Товариством дослідників України було встановлено наступні показники:

- природний об'єкт – Михайлівська цілина;
- архітектурна пам'ятка – Глухів;
- торгова марка – «Шостка»;
- видатна особистість – Віктор Ющенко
- назва історичної території – Слобожанщина.

Взявши до уваги цей досвід, за такими ж підгрупами проводилося дослідження ідентичності населення Сумської області.

Природні пам'ятки

Природно-заповідний фонд Сумської області досить великий, але природних об'єктів, які б привертали значну увагу громадськості та стали візитною карткою області, практично нема

До найбільш відомих природних пам'яток Сумської області можна віднести філіал заповідника «Михайлівська цілина», національний природний парк «Деснянсько-Старогутський», яблуню-колонію в м. Кролевець і Тростянецький парк (урочище «Нескучне»). Проте жоден з цих об'єктів не розрекламований настільки, щоб залучати велику кількість туристів та відпочивальників. Заповідник «Михайлівська цілина» згадується в підручниках шкільної програми, тому в багатьох з ним і асоціюється Сумська область. В той же час заповідник цікавий лише вузьким спеціалістам, оскільки там немає цікавинок рельєфу чи гідрології, а відпочинок заборонено. Щодо інших природних об'єктів рекреаційна інфраструктура розвинена слабо, тому плани на відпочинок на природних об'єктах Сумщини будують переважно місцеві жителі або їх гості.

Серед комплексного об'єкту, де поєднуються природні та історичні пам'ятки, можна виділити м. Тростянець.

Архітектурні та історичні пам'ятки

За результатами акції «Сім чудес Сумщини», проведеної у 2007 році, переможцями стали пам'ятник мамонту в с. Кулішівці, Круглий двір у Тростянці, Софроніївський монастир у Путивльському районі, Посульські кургани на Роменщині, Трьох-Анастасіївська церква в Глухові, поле Конотопської битви та Свято-покровський собор в Охтирці. Три перших об'єкти представляли область на конкурсі «Сім чудес України», але жоден з них не увійшов до заповітної сімки.

Впізнаваними об'єктами є альтанка в Сумах, Воскресенська церква та Спасо-Преображенський собор на вул. Соборній в центрі Сум, які стали візиткою обласного центру.

Імідж області як партизанського краю створює Спадщанський ліс у Путивльському районі, який був базою партизанського з'єднання С. А. Ковпака, де створено відповідний музей. У 2019 році там же відкрився «Парк радянського періоду», де зібрані пам'ятники радянським діячам, знесені в рамках декомунізації.

Архітектурний комплекс Глухова як гетьманської столиці потроху втрачає свою актуальність, оскільки в місті практично немає інших цікавих локацій, що робило б його більш різноманітним та привабливим для відвідувачів.

Останнім часом більш відомими стали такі об'єкти як храм Петра Калнишевського с. Костянтинів Недригайлівського району та музейний комплекс у с. Пустовійтівка Роменського району, але вони мають переважно місцеве значення.

Туристичні центри області зміщаються до Путивля і Тростянця, де місцева влада спрямовує діяльність на створення нових туристичних локацій та реставрацію уже існуючих. Відвідання цих міст може стати комплексним і багатоплановим, що приваблює значну кількість людей і робить ці міста відомими. В Тростянці відновили музей-садибу Голіциних, краєзнавчий музей, діє музей шоколаду, влітку на Круглому дворі проводяться фестивалі, які вже стали міжнародними. Жителів і гостей міста приваблює Алея закоханих, гарний міський парк і Тростянецький парк, про який уже згадувалося. Путивльський туристичний кластер включає місцевий краєзнавчий музей, Софроніївський та Молченський монастирі, музейні комплекси Спадщанського лісу, нещодавно створено єдиний в Східній Україні етнографічний музей – музей горюньської культури.

Торгові марки.

Під час опитування респонденти назвали близько 15 торгових марок, зокрема «Корона», «Олівія», «Шостка», «Сумська паляниця», «Горобина», «Сумська горобина», «Ромни-кондитер», «Охтирське», «Іволжанська», «FRUNZE», «Керамейя», «Талан», Завод Кобзаренка, «Укрросметал». Досить

часто називалася торгова марка «Добряна», але ця торгова марка належить компанії «Мілкіленд» та розповсюджена по всій Україні і не є регіональною. З перелічених торгових марок найчастіше вживалися «Корона» і «Горобина», причому слід відмітити, що респонденти часто плутають торгові марки «Горобина», яка випускає продукти харчування, і «Сумська горобина», продукцією якої є алкогольні напої. З цього все ж видно, що основними торговими марками для пересічних жителів області є марки, пов'язані з харчовою промисловістю.

Продукція машинобудування перестає бути предметом гордості сумчан і жителів області, оскільки галузь перебуває в занепаді, і частіше зустрічаються новини про проблеми підприємств, ніж про їх розвиток. Щоправда, останніми роками у багатьох на слуху Завод Кобзаренка, який стає візитною карткою машинобудування області, змістивши з позицій лідера СНВО ім. Фрунзе. Причиною цього стає ефективний менеджмент, розвиток заводу, вихід на міжнародний ринок, соціальні проекти та належне забезпечення працівників.

Більшість опитаних потребувала зусиль, щоб пригадати і назвати торгові марки області. Це значною мірою пов'язано з розмаїттям торгових марок та їх продукції в Україні та низьким рівнем обізнаності населення про продукцію свого регіону. Це також свідчить про те, що Сумщина практично не має свого явно вираженого бренду, який би робив її відомою за межами області чи навіть її частини.

Одним з проявів сучасної територіальної ідентичності регіону є назви приватних підприємств, акціонерних товариств та інших суб'єктів підприємницької діяльності. До уваги не бралися підприємства, які перебувають у державній власності, оскільки їх керівники не мають можливості давати їм назви відповідно до своїх поглядів та уподобань.

Аналіз реєстру таких суб'єктів показав наступні закономірності:

➤ акціонерні товариства переважно успадкували назви радянського зразка із збереженням комуністичної риторики (наприклад, ВАТ «Червоний

металіст», СЗАТ ім.. Карла Маркса) або такі, які складаються з початкових складів кількох слів (ВАТ «Центроліт», ВАТ «Сумисортнасіннеовоч»);

➤ приватизовані підприємства, які перебували свого часу у державній власності, зберегли свої початкові назви, що відображають місцезнаходження і вид діяльності (наприклад ПАТ «Біловодський комбінат хлібопродуктів», ПАТ «Конотопський арматурний завод», ЗАТ «Сумиопторгсервіс», ВАТ «Лебединський завод поршневих кілець»). Те ж саме можна сказати і про ТОВ, які були реорганізовані з державних підприємств, зберігають, як правило, колишню назву радянського зразка (ТОВ «Агрофірма ім.. Чапаєва, ТОВ «Агрозем», ТОВ «Конотопський елеватор»)

➤ назви ФОП і ПП в абсолютній більшості випадків містять прізвища та ініціали власників;

➤ товариства з обмеженою відповідальністю, створені недавно за участі інвесторів, містять у своїй назві іншомовні слова та аббревіатури, які переважно не відображають роду діяльності (ТОВ «Рассвет», ТОВ «Таланпром», ТОВ «Арго», ТОВ «АНДРЕКС», ТОВ «Інтер Арма інжиніринг») [30].

Таким чином, можна зауважити, що серед офіційно зареєстрованих суб'єктів підприємницької діяльності регіональна ідентичність як українських у назвах надзвичайно мала або вказує територіальне розташування як найпростіший вид ідентифікації.

Серед численних закладів громадського харчування Сумської області незначна кількість мають яскраво виражений український колорит та українську кухню. Серед назв кафе і ресторанів області явну відсилку до специфіки району мають «Гетьманщина» у Глухові, «Круглий двір» у Тростянці і «Партизанський стан» у Путивлі.

Натомість зростає кількість кафе і ресторанів з претензіями на європейські бренди, назви та кухню. Закон макроекономіки, що попит породжує пропозицію, діє і в цій сфері. Причиною масової появи закладів

європейської та східної кухні є глобалізація в цілому і запит споживача на екзотику чи страви світової кухні.

Видатні особистості.

Як не парадоксально, але Сумщина, уродженцями якої є багато видатних письменників, артистів, спортсменів, меценатів, військових, мало відома не лише жителям України, а мешканцям самої області. Багато хто з цих людей жив і творив у культурному просторі Російської імперії та Радянського Союзу. Тому громадськість майже не знає про їх українське та «сумське» походження. Ще однією причиною такого явища є те, що сама Сумська область була утворена досить пізно (1939 р.), коли значна частина представників ХІХ ст. померла, а радянська пропаганда старанно стирала пам'ять про представників «ворожого класу».

До розпаду Радянського Союзу абсолютна більшість пам'ятників на території області була присвячена Леніну, полководцям і учасникам громадянської та ІІ світової воєн. Це формувало певний напрям громадянської позиції жителів. Спортивні досягнення подавалися як досягнення республіканського чи всесоюзного масштабу. Творчість багатьох представників культури і мистецтва не віталася і навіть засуджувалася тодішньою владою. Історична справедливість почала відновлюватися після розпаду СРСР, чергова хвиля поваги до всього українського настала за часів президентства Віктора Ющенка, який сам є уродженцем Недригайлівського району та поціновувачем малої батьківщини як такої.

Серед опитаних спостерігається певна просторова та часова закономірність. В першу чергу респонденти переважно називають уродженців свого району, а потім переходять на персоналій області. Частіше і легше людям пригадати осіб, на честь яких встановлені пам'ятники чи меморіальні дошки. Старше покоління частіше називає відомих особистостей часів Великої Вітчизняної війни, молодше – сучасників або представників минулого і позаминулого століть, більша увага до яких була звернена після розпаду Радянського Союзу.

Найчастіше згадуваними були Віктор Ющенко, Іван і Павло Харитоненки, Микола Терещенко, Герасим Кондратьєв, Петро Калнишевський, Сидір Ковпак, Іван Кожедуб, Антон Макаренко, Остап Вишня, Олександра Деревська.

Серед сучасників найбільше зараз згадуються сестри-біатлоністки Віта і Валентина Семеренко, доброволець Сергій Табала, підприємець Анатолій Кобзаренко, оперний співак Анатолій Мокренко, спортсмен Володимир Голубничий.

Образно-поетичні назви.

Найбільш поширеною і прийнятою образно-поетичною назвою Сумської області є Слобожанщина, хоч ця назва не в повній мірі відображає особливості регіону.

Образні назви регіону пов'язані з:

- історичними подіями чи етнічними групами (сіверяни - Сіверщина, Глухів - гетьманська столиця);
- природними особливостями (Полісся, Посулля, Присеймів'я);
- діяльністю людей (місто хіміків - Шостка, місто нафтовиків – Охтирка).

Більшість цих назв пов'язані з сучасністю і суто районні. Назви, які б позиціонували регіон на всеукраїнському рівні, знайти складно. Це важко зробити навіть в межах області. Ці образно-поетичні назви зустрічаються переважно в місцевій пресі (статті культурного напрямку) та в назвах регіональних чи районних мистецьких заходів.

Найбільш відомими назвами, пов'язаними з областю, є партизанський край – Путивль, кролевецькі рушники, «Конотопська відьма», «роменська мадонна».

Образно-поетичні назви регіону є динамічними.

Останнім часом фестивальною столицею Сумщини називають м. Тростянець, оскільки там влітку проходять кілька фестивалів, в тому числі й міжнародних, що сприяє розвитку івент-туризму.

Титул «гетьманської столиці» мають кілька міст України, тому з Глуховом його пов'язують нечасто, більше з Батурином і Чигирином.

Посулля охоплює Недригайлівський і Роменський райони, місцеві підприємці намагаються розвивати зелений туризм. Візитною карткою цього краю є свято Купала в Недригайлові та свято козацької слави в с. Пустовійтівка Роменського району. Незважаючи на тривалу історію (понад 1000 років), м. Ромни не має своєї образно-поетичної назви, яка б пов'язувала його з історичними чи іншими видатними подіями. Ромни часто називають «місто над Сулою».

Місто Конотоп у мешканців регіону асоціюється переважно з великим залізничним вузлом, яким цей населений пункт виступає. Історія його не є значимим маркером для регіональної ідентичності.

Таким чином, серед усіх груп маркерів складно визначити ключові, які б викликали асоціацію з Сумською областю в жителів регіону та України.

2. 3. Причини і прогнозовані наслідки сучасного стану ідентичності населення Сумської області

Результати анкетування та дослідження маркерів ідентичності показують, що в жителів Сумської області досить сильно виражена національна ідентичність при слабо вираженій регіональній ідентичності.

Така тенденція спостерігається не лише в межах області, а й по всій Україні. Слід відмітити, що при зростанні рівня національної ідентичності знижувався рівень регіональної і навпаки. Це явище ілюструє опитування, проведене Фондом «Демократичні ініціативи» ім. Ілька Кучеріва спільно з соціологічною групою Центру Разумкова. (див. рис.2.42)



Рис. 2.42. Загальнонаціональна та регіональна ідентифікація

Причинами слабо вираженої регіональної ідентичності є:

- штучне утворення області з трьох історично-географічних регіонів: Сіверщини, Наддніпрянщини, Слобожанщини;
- тривале перебування під владою колишнього СРСР;
- пізнє утворення області (1939 р.) порівняно з іншими областями;
- слабка обізнаність населення щодо особливостей регіону;
- неоднорідність мовної структури населення;
- відсутність зусиль місцевої влади щодо формування позитивного іміджу регіону.

Причини сильно вираженої національної ідентичності мешканців області:

- переважання українців в етнічній структурі населення;
- патріотичне виховання молоді, зокрема народженої в незалежній Україні;
- події 2013-2014 років, що згуртували націю;
- формування позитивного іміджу країни.

Аналіз ойконімів, діалектів та карти історично-географічних регіонів свідчить, що область утворена без врахування етнічних особливостей населення і складається з частин різних регіонів, кожен з яких має свої особливості (рис. 2.43).

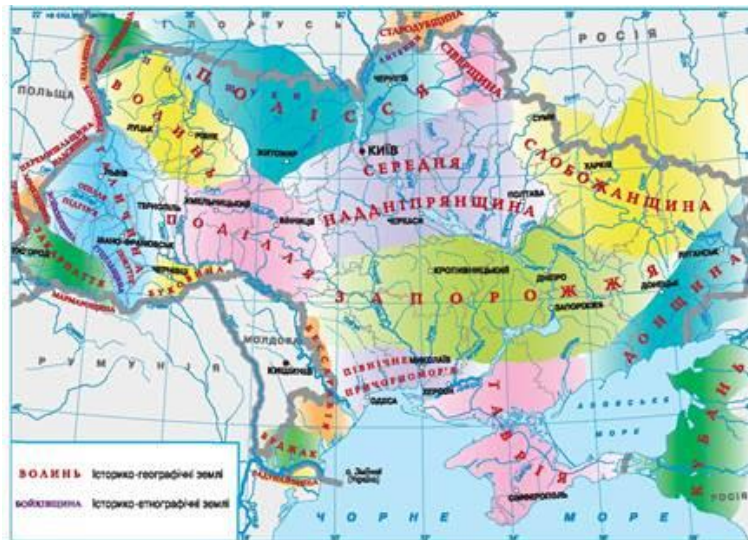


Рис. 2.43. Історико-географічні землі України

Сумська область як адміністративно-територіальне утворення не є цілісною в етнокультурному плані, і це стало однією з причин низького рівня усвідомлення себе мешканцями області як представників нашого регіону. Крім того на території області є місця компактного проживання росіян, що закономірно для прикордонної області.

Радянська влада остаточно утвердилася на території України (крім західних регіонів) у 1920 році. Територія нинішньої Сумщини також була під владою більшовиків. 30 грудня 1922 року було створено Союз Радянських Соціалістичних Республік, таким чином територія регіону одразу ввійшла до її складу. Фактично під впливом більшовиків регіон перебував протягом 70 років, майже трьох поколінь.

Радянська влада намагалася стерти національні відмінності регіонів, просуваючи велич російського народу як основного. В 1920-1930 роках проводилася українізація, яка була складовою загальносоюзної кампанії коренізації, метою якої було розширити комуністичну партійну мережу на місцях із залученням корінного населення. Проте цей процес тривав до грудня 1932 року. Після цього відбулося знищення української інтелігенції, серед яких було багато вихідців з нинішньої Сумської області. Знищувалася релігійна система, що також сприяло розмиванню національних і регіональних традицій та особливостей.

Населення нинішньої Сумської області значно постраждало від Голодомору 1932-1933 років – акту геноциду, направленого на придушення українського національно-визвольного духу та фізичного знищення частини українських селян як носіїв національної ідентичності. Найбільше постраждали південні райони. Наслідком Голодомору стали не лише масові смерті, виселення селян до Сибіру та на Північ Росії, але й формування синдрому голоду на національному рівні – страх перед голодною смертю. Наявність шматка хліба і миски юшки стоять вище за національну і тим більше регіональну ідентичність, формують позицію «аби не гірше», підкорення сильнішому. Це також відобразилося на рівні територіальної ідентичності.

В роки II світової війни на території області сформувалося партизанське з'єднання під керівництвом С. Ковпака. Партизани діяли в тилу ворога та здійснили відомий рейд «Від Путивля до Карпат». Саме це і стало точкою формування іміджу Сумщини як партизанського краю, який і зберігався на протязі поколінь.

З 1945 року починається черговий етап русифікації та масового напливу росіян в Україну. Значна частина українців виїхала на цілинні землі та промислові гіганти до Росії. Змінюється етнічна структура населення України, в тому числі і області. Росіяни проживають переважно в містах, і це впливає на мовну структуру населення та масове поширення суржику.

Радянська масова культура формувала збірний образ радянського громадянина з свідомим стиранням національних особливостей або їх приниженням. Культивувалася перевага російського, ідеалізувався спосіб життя радянської людини та її моральні якості. Це досі викликає ностальгію у старшого покоління і перешкоджає формуванню національної свідомості.

Сумська область утворена 10 січня 1939 року, тому її історія як адміністративно-територіальної одиниці старшим поколінням вивчалася саме з цього часу. Найвидатнішими подіями була II світова війна і повоєнне відродження області, а також створення промислових підприємств. На цьому

і було загострено увагу. Спортивні і культурні досягнення подавалися як республіканські чи всесоюзні. Прогресивна українська інтелігенція на той час була репресована, Голодомор замовчувався аж до здобуття незалежності. Це не сприяло вихованню почуття гордості за свій край.

Анкетування виявило неоднорідність мовної структури населення, що певною мірою є наслідком етнічної неоднорідності. В північних районах переважає російська мова, в південних українська, практично повсюдно поширений суржик – суміш української і російської мови без дотримання мовних правил жодної з них. Суржик пов'язаний не стільки з проживанням росіян на території області (їх маса не критична), скільки з її прикордонним розташуванням і русифікацією населення в роки радянської влади. Говірка жителів північних районів значно відрізняється від південних, а західних від східних. Відсутність спільного мовного базису не сприяє єдності мешканців регіону, а суржик не виділяє Сумську область з ряду східних і центральних областей, де він також поширений.

Зусиль місцевої влади не було достатньо для формування позитивного іміджу області, виділення її ключових позицій в історії, економіці, культурі тощо. В області проводяться мистецькі заходи, ярмарки і виставки, але більшість з них невідома чи нецікава широкому загалу. Немає і торгових марок, які б були всеукраїнськими брендами. Серед сучасників мало видатних особистостей, які б викликали асоціацію саме з Сумщиною. Економіка області перебуває в депресивному стані, що негативно позначається на добробуті населення і, відповідно, на почутті гордості за свою малу батьківщину. Туристична інфраструктура розвинена слабо, і це не сприяє залученню туристів. Регіональні ЗМІ зорієнтовані переважно на офіційну інформацію або негатив. По суті, область не рекламується на всеукраїнському рівні.

Проте є ряд позитивних чинників, направлених на формування національної ідентичності. Українці переважають в етнічній структурі

населення, а для багатьох жителів нашої країни і області національність залишається одним з визначальних факторів своєї ідентичності.

З розпадом Радянського Союзу значна увага була приділена патріотичному вихованню молоді, поверненню до народних звичаїв і традицій, відродження релігійності, встановленню історичної справедливості. З середини 90-х років ХХ століття хвиля українства пішла на спад, але отримала потужний поштовх за часів президентства уродженця Сумщини Віктора Ющенка. Українське стало модним і стильним, відбулося зближення Сходу і Заходу України, українці стали більше подорожувати, відроджуються народні ремесла і промисли, розвивається внутрішній туризм. Завдяки цьому формувалося почуття гордості за свою країну, унікальності і самобутності української нації. В Україні того часу було проєвропейська ідеологія. В Україні зростає покоління, народжене за часів незалежності, яке не пам'ятає Радянського Союзу, для якого Батьківщина – це Україна. Ця категорія молодих людей не розуміє ностальгії старших за Радянським Союзом.

Період правління Віктора Януковича характеризувався проросійськими настроями, відмовою від євроінтеграції та посиленням впливу східних регіонів на економіку і влади в країні. Наслідком цього стала Революція гідності, коли українці вийшли захистити свій європейський вибір. Мирні протести переросли в криваве протистояння на Майдані. Скориставшись цим, Росія почала агресію в Криму і на Сході. Ці події згуртували націю, сприяли зародженню громадянського суспільства, волонтерського руху. На захист України стали тисячі добровольців. Все це сприяло консолідації нації, виділення прошарку патріотів, які стали прикладом для багатьох українців та гідно представляли Україну за її межами.

Велику роль у формуванні позитивного іміджу країни відіграло вище керівництво держави. Україна стала суб'єктом міжнародних відносин, з її позицією рахувалися світові лідери. Відроджується українська культура, зростає частка україномовного контенту в медіапросторі. Українці беруть

участь в міжнародних конкурсах, програмах, змаганнях. Грандіозним кроком вперед стало запровадження безвізового режиму з країнами Євросоюзу. Українці стали більше подорожувати за кордон, пишатися своєю країною, національністю, порівнювати свій рівень життя з європейським, вести бізнес з іноземними партнерами. В Україну прийшли іноземні інвестори, які створили багато нових робочих місць. Утворено Православну церкву України, яка визнається зарубіжними православними церквами. Українське знову стало модним і сучасним, і це сприяє зростанню рівня національної ідентичності.

Наслідками такого рівня територіальної ідентичності є:

- потенціал для формування іміджу території (при цьому слід зауважити, що низький рівень регіональної ідентичності може бути базою для формування як позитивного, так і негативного іміджу);
- потенціал для українізації населення у всіх сферах життя;
- низький рівень сепаратистських настроїв;
- байдужість мешканців до подальшої долі регіону за умови залишення його у складі України (ліквідація області, поділ її між територіями інших областей тощо)

В умовах сучасної суспільно-політичної ситуації в Україні прогнозовані наслідки певного рівня територіальної ідентичності є надзвичайно важливими. Країна фактично перебуває у стані війни з Росією. Високий рівень регіональної ідентичності при низькому рівні національної став наслідком утворення фейкових республік «ДНР» і «ЛНР». З екранів російських ЗМІ постійно лунають заклики до утворення нових республік, Новоросії чи поділу території України між сусідніми країнами. Проросійські сайти активно поширюють цю інформацію у соціальних мережах. Складається враження, що Україна на межі розпаду.

Проте результати проведеного дослідження вказують, що мешканці регіону не прагнуть до утворення самостійної республіки чи переходу до складу Росії (рис. 2.44).



Рис. 2.44. Ставлення жителів Сумської області до єдності України

Варто зауважити, що російські соціологи також проводили дослідженнями територіальної ідентичності в Україні до подій 2014 року. Результати їх досліджень лягли в основу антиукраїнських ідей та закликів до поділу території нашої держави. В пропагандистських передачах російських ЗМІ неодноразово подавалися схеми поділу України, але Сумська область не входить до жодного з фейкових утворень, а залишається у складі нашої держави (додаток Б). Це свідчить про визнання високого рівня національної ідентичності жителями області. Низький рівень регіональної ідентичності не дозволив сформувати у мешканців Сумщини уявлення про унікальність регіону та ментальну близькість його до Росії.

Висновки до розділу II.

Низький рівень регіональної ідентичності населення Сумщини дає можливість вважати її політично стабільним регіоном, не схильним до проявів сепаратизму, що важливо для забезпечення територіальної цілісності України в її північно-східній частині. Водночас цей факт є підставою для більш детального вивчення особливостей свого регіону в межах всеукраїнської географії та історії, створення його позитивного іміджу серед інших регіонів, запровадження європейських традицій самоврядування тощо.

РОЗДІЛ III. ШЛЯХИ ФОРМУВАННЯ РЕГІОНАЛЬНОЇ ТА НАЦІОНАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ СУМЩИНИ.

3. 1. Мобілізаційний ресурс політики ідентичності

В нашому суспільстві ідентичність розглядається як щось застигле і непорушне, і це заважає зрозуміти, що зараз відбувається переідентифікація, яка змінює світ і суспільство в ньому. Глобалізаційні процеси розхитують усталені ідентифікаційні практики, змінюють світогляд, розмивають межі звичних нам понять і явищ. Соціальна диференціація та інтерактивність набувають нових форм, пов'язаних з інтернетом та соціальними мережами. Світ комунікацій деперсоналізований, в ньому акцент робиться на самопрезентації, створенні візуального образу, а не на самовиявленні. Має цінність не сама людина, спільнота, продукція, а створений образ, імідж, бренд. За таких умов відсутність стабільності уже не сприймається як відхилення від норми, а можливості перспективного прогнозування і планування значно скорочуються. Тому виникає потреба в мобілізації нових ресурсів для формування національної та регіональної ідентичності.

Поняття «мобілізація» досить широко використовується в сучасній соціології і позначає активний раціональний початок руху. К. Дженкінс дає таке визначення мобілізації: «мобілізація – це процес, за допомогою якого група одержує і використовує ресурси для досягнення поставлених цілей» [20].

Але в сучасному суспільстві жодна група не володіє достатніми ресурсами, які б забезпечували монополію в політиці ідентичності.

Суб'єктами політики ідентичності виступають органи державної влади та місцевого самоврядування, громадські об'єднання, діячі культури, освіти, науки, медіа, а також фінансові і економічні структури, які виступають спонсорами названих суб'єктів.

Предметним полем і в той же час мобілізаційними ресурсами політики ідентичності є ті сфери суспільного життя, які пов'язані з відтворенням ідентичності.

До ресурсів політики ідентичності відносяться:

- державна символіка та атрибути державності;
- пам'ятки історії та культури;
- режим функціонування та статус мов;
- наука, культура, освіта;
- воєнна організація держави;
- конфесійні відносини;
- спорт;
- діяльність мас-медіа [20].

В основі політики ідентичності лежать норма творення та інформаційна діяльність.

На етапі становлення загальнонаціональної ідентичності, особливо коли це стосується «молодої» держави, встановлення і утворення **атрибутів державності** має надзвичайно велике значення. Їх стабільне функціонування, підтримка населенням є фундаментом держави та основою соціальної стабільності, а отже й співвіднесення громадян з цією державою.

Пам'ятки історії і культури при грамотній організації **бібліотечної, музейної, клубної та просвітницької діяльності** є комунікативним каналом поширення державної доктрини ідентичності (переважно за рахунок державних телеканалів та радіостанцій, тому швидко втрачає свою значимість та актуальність). **Музеї та туристична інфраструктура** є центрами внутрішньої (для громадян своєї країни) та зовнішньої (для іноземців) репрезентації країни, регіону чи населеного пункту.

Важливе значення для ідентифікації мають назва країни чи регіону і народу, самоідентифікація серед інших країн, регіонів, народів, внутрішня топоніміка (назви населених пунктів, вулиць, площ тощо).

Мова має важливе значення для формування нації та її ідентичності. Саме за мовною ознакою класифікуються етноси. Наявність, повноцінне функціонування національної мови – ознака зрілої, розвиненої в культурному плані та самобутньої нації. Утиски національної мови, її обмеження ведуть до розмивання нації, руйнування її цілісності.

Наука, зокрема гуманітарні галузі, дають матеріал, на основі якого формується доктрина національної чи регіональної ідентичності, з якого вона черпає дані про історичну минувшину та виклики сьогодення, їх поєднання в сучасних умовах. Наукові досягнення, представлені широкому загалу, в тому числі і за кордоном, формують позитивний імідж держави на міжнародному рівні, викликають почуття національної гордості у своїх громадян.

Освіта є ключовим мобілізаційним ресурсом політики ідентичності, оскільки саме в закладах освіти відбувається формування громадянина, закладаються громадянські цінності, виховується повага до національних традицій та символіки. Переважно в закладах освіти учнівська молодь та студентство знайомиться з історичними подіями, національними і державними святами та традиціями. Важливе значення має особистість педагога, бо якщо він сам не є прихильником історії держави та її атрибутики, то й передача соціального та історичного досвіду буде формальна і не сприйматиметься молоддю належним чином. Молодь найбільш сприйнятлива до нового, ще не має закоренілих переконань минулого життєвого досвіду, але й процес формування ідентичності досить тривалий у часі і зараз на нього суттєво впливає глобалізація.

Незважаючи на глобалізаційні процеси **література і мистецтво** сприймаються все ж як національні у своїх «високих» жанрах. Творчість національних митців лежить в основі уявлень людини про її національну приналежність та відмінність від інших народів. Музика, кіно та література, позиція їх авторів, набагато швидше і дієвіше формують уявлення людини про свою державу чи край, їх історію і сучасність, актуальні проблеми життя, ніж офіційні канали комунікацій.

Збройні сили країни традиційно вважаються гарантією захисту її суверенітету та середовищем найбільш патріотично налаштованих громадян. В умовах прихованої чи відкритої агресії армія першою стає на захист Вітчизни. В суспільстві надзвичайно важливим є військово-патріотичне виховання, направлене не лише на любов до Батьківщини, її символів та традицій, а й на готовність стати на її захист зі зброєю в руках. Показником військово-патріотичного виховання в Україні стала кількість добровольців, які вступили до лав Збройних сил України і добровольчих батальйонів та самовідданість українських воїнів на сході України. Саме напад Росії і потреби армії найбільше згуртували українців у 2014-2015, а рівень довіри до армії та волонтерів й досі залишається найвищим.

Важливою сферою реалізації політики ідентичності є **конфесійні відносини**. Залежно від ситуації в державі ця політика може бути спрямована на підтримку конфесійної солідарності (якщо суспільство моноконфесійне) або на усунення потенційних релігійних конфліктів (якщо суспільство поліконфесійне). В останньому випадку можлива серйозна актуалізація зв'язку між конфесійною і національною приналежністю.

Спорт також є серйозним мобілізаційним ресурсом, адже спортивні досягнення і перемоги піднімають престиж держави не лише у спортивній спільності, а й в очах своїх громадян. Часто вболівання за національні команди та спортсменів перетворюються в потужні патріотичні демонстрації. Відомі спортсмени нерідко стають публічними людьми, їхня думка і висловлювання мають авторитет для частини суспільства, їх цитують, цікавляться точкою зору на суспільні процеси і явища. По суті, спорт також виступає елементом пропаганди.

Але найпотужнішим ресурсом політики ідентичності на сьогодні є **діяльність мас-медіа**. Саме вони формують інформаційний та комунікативний фон, на якому відбувається усвідомлення громадянами своєї національної чи регіональної ідентичності, а також корекція уявлень про неї. Важливою складовою частиною інформаційної політики є захист

національного інформаційного простору, що особливо актуального в епоху глобалізації та в умовах гібридної війни. Завданням національного інформаційного простору є відтворення основних маркерів ідентичності в сучасному соціальному, політичному і культурному контексті. В рамках політики ідентичності інформаційні канали в залежності від обставин сприяють: утвердженню стандарту національного самоусвідомлення на основі стереотипів масової свідомості; мобілізації патріотичних настроїв і переконань; виявленню і розв'язанню різноманітних конфліктів і розколів [7].

В Україні ситуація ускладнюється тим, що національні канали наповнені неякісним контентом і тому дуже непопулярні серед населення. Найпопулярніші канали належать представникам великого бізнесу, які переслідують власні інтереси, часто відмінні від інтересів формування ідентичності. Відповідно і канали транслюють інформацію, продиктовану і профінансовану власником.

3. 2. Практики формування ідентичності

Для політичної стабільності в державі необхідне формування політичної нації, що об'єднує всіх громадян, незалежно від їх приналежності, на основі спільних символів і цінностей. Загальна політична ідентичність, як правило, формується самою державою і націоналістично настроєними елітами.

В поліетнічних державах, зокрема й в Україні, значну роль відіграють регіональні ідентичності, які можуть сильно відрізнятися від регіону до регіону. Посилення регіональної ідентичності може сприяти ослабленню національної. Тому молоді незалежні держави повинні одночасно вирішувати два завдання – згуртування титульної групи на основі єдиної етнічної ідентичності і укріплення нової, спільної для всіх громадян політичної ідентичності.

Зовнішня політика України є прямим проявом дуалізму економічних, культурних і політичних структур. Економічні інтереси українського

олігархату та ностальгія за минулим штовхають Україну до сходу, а політичні та «ідеологічні» фактори, пов'язані з завданнями державного будівництва – до заходу.

Багато сучасних українських ідеологів та державних діячів вбачають головний спосіб подолати дуалізм соціальних структур, створити єдину українську етнічну, а можливо, й політичну ідентичність, побудувати дійсно незалежну Україну як нову велику європейську державу в її протиставленні Росії.

«Опозиційна» модель ідентичності була детально описана Е. Спайсером. На прикладі басків, євреїв, ірландців, валлійців, каталонців, майя і навахо він довів, що етнічні відмінності краще зберігаються в умовах активних міжетнічних контактів, особливо коли одна група протиставляє себе іншій. Всі ці етноси і групи вижили завдяки спротиву, асиміляції і постійному протиставленню себе іншим етнічним групам. Це стало можливим завдяки різноманітним і гнучким системам загальних символів і міцній груповій солідарності. Спайсер, зокрема, робить акцент на ролі мови і навіть спеціальних слів, що використовувалися деякими народами, щоб підкреслити свою відмінність від етнічних «чужих». Дж. Скотт розвинув цю модель, пов'язавши її з концепцією примордіалізму, яка розуміє етнічні групи як історично незмінні соціально-біологічні спільноти, засновані на спільності походження («кровній єдності»). Скотт вважав, що примордіалізм – це зв'язна ланка між протиставленням «своїх» «чужим» і етнічною солідарністю: чим сильніше протиставлення, тим активніші примордіалістські емоції і тим міцніша солідарність між членами етнічної групи [27].

Як показують численні опитування, з відповіддю на сакраментальне питання «Хто такі українці?» пов'язана і точка зору респондентів на шляхи розвитку країни та її зовнішню політику. Якщо українці – європейський народ, що завжди тягнувся до передових західноєвропейських країн, то весь спадок майже трьох з половиною століть російського імперського і

радянського періодів історії логічно зображувати виключно чорними барвами. Оскільки в процесі державного будівництва українська ідентичність протиставляється російській і «малоросійській» (ідентичності російськомовних та русифікованих українців), то з цього так же логічно слідує, що треба всіма силами скорочувати соціальну і культурну дистанцію між регіонами, будуючи цивілізовану, унітарну державу, в якій питання освіти і культури вирішуються головним чином у столиці. Завдання національної інтеграції (консолідації єдиної етнічної ідентичності) всіх українців закономірно представляється головним завданням перехідного періоду і умовою успішного виходу з економічної кризи шляхом створення нової, реструктурованої і незалежної від зв'язків з Росією економіки.

Якщо відкидати економічну і культурну єдність східних слов'ян, що склалися за століття їх спільного життя в одній державі, тоді цілком логічно прийняти західну геополітичну доктрину, вважаючи НАТО головним гарантом національного суверенітету і безпеки, а Росію – джерелом зовнішніх загроз і політичної нестабільності, оскільки вона ніколи не змириться з втратою України. Тому з нею слід підтримувати головним чином лиш необхідні господарські зв'язки і якомога швидше зменшити економічну взаємозалежність.

І навпаки, якщо вважати українців одним з трьох близьких східнослов'янських народів, то тоді природно виступати за відновлення зв'язків з Росією та іншими країнами пострадянського простору. Носій такої позиції, найчастіше російськомовний житель Східної України, виступає за надання російській мові вищого статусу і при зупинку політики українізації. Йому близька ідея федералізації України як засобу врахування різних інтересів регіонів і відображення їх яскраво вираженої культурної специфіки. Росія представляється прихильнику цих поглядів найбільш близьким і природним союзником, а НАТО – джерелом потенційної загрози суверенітету країни і загострення стосунків з Росією [27]. Події 2014 року, що тривають і досі, показали хибність цих поглядів, але вони й досі

побувають серед широких кіл південно-східних регіонів та досить впливових політичних сил.

Таким чином, подвійність геополітичної орієнтації України носить довготривалий характер. Вона складає нерозривну частину будівництва національної ідентичності і тісно переплетена з іншими ключовими проблемами української державності, політичних і економічних реформ [27].

Для Сумської області є актуальним її прикордонне розташування. Місцеві територіальні спільноти – це не пасивні суб'єкти впливу центральної влади, вони активно впливають на формування ідентичності, характер і сприйняття країни чи регіону її сусідами. В місцевих спільнотах нерідко складається специфічна прикордонна ідентичність, заснована на спільних інтересах і культурі. Така ідентичність може бути транскордонною, особливо якщо жителі прилеглих до кордону районів близькі по мові і культурі.

За часи незалежності в Україні реалізовувалися різні практики формування ідентичності, деякі з них виявилися успішними. Основними напрямками формування регіональної (втім як і локальної) ідентичності є:

- територіальний маркетинг;
- соціальна політика;
- символічна політика;
- формування або підтримка місцевого патріотизму [14].

Територіальний маркетинг – це аналіз, планування, реалізація планів та контроль за її здійсненням в інтересах регіону та суб'єктів, ним зацікавлених (як правило, інвесторів). Ця практика передбачає системне вивчення стану та перспектив регіону, ухвалення раціональних рішень, спрямованих на створення і підтримання престижу регіону в цілому, а також його ресурсів і активів.

Регіональний продукт є центральною категорією територіального маркетингу в практиці формування регіональної ідентичності. Він містить конкретну характеристику регіону (природні ресурси, клімат, економіку тощо); регіон як об'єкт соціальних та економічних інтересів його жителів в

часових відрізках «сьогодні» - «завтра» - «в перспективі»; систему організації та якість менеджменту.

Практика територіального менеджменту ґрунтується на створенні і поширенні бажаних уявлень про регіон, зокрема його природно-кліматичні, історичні, культурні особливості, рівень розвитку соціальної та виробничої інфраструктури.

Стратегія територіального маркетингу реалізується за допомогою розробки та реалізації цільових програм, іміджу та брендингу регіону, проведення виставок, форумів, конференцій та інших подібних заходів. Показником ефективності цієї практики є кількість залучених інвестицій для розвитку регіону, просування регіональних товарів за межами регіону. Досвід показує, що розробкою інтелектуально наповненого продукту, яким є бренд регіону, повинна займатися фахова установа за участі активних мешканців регіону, адже бренд має стати своїм для спільноти і буде одним з елементів, що впливає на регіональну ідентичність населення.

Соціальна політика також є ефективною практикою формування регіональної ідентичності за умови застосування таких пріоритетів:

- освіта;
- особиста безпека;
- охорона здоров'я;
- соціальний захист.

Ця практика може бути успішною в рамках реформи децентралізації і більше підходить для формування локальної ідентичності, проте може бути застосована і на регіональному рівні, якщо органи місцевого самоврядування (зокрема, обласна рада) приділятимуть цьому питанню достатньо уваги. Сутність цієї практики полягає в передачі повноважень щодо зазначених пріоритетів з державного рівня на місцевий. Кошти місцевого бюджету, спрямовані та раціональні використані на удосконалення освіти, медицини, безпеки і соціального захисту тощо, надання якісних послуг, заохочення населення до їх отримання сприяють формуванню у мешканців області

почуття гордості за свій регіон, бажання проживати в ньому і, відповідно, небажання покидати його з метою переїзду. Особливо це почуття підсилюється при порівнянні свого регіону з іншими, тим більше якщо порівняння на користь свого краю. Показником результативності соціальної політики є рівень сформованості людського капіталу на території області.

Існує кілька визначень людського капіталу, але для даної роботи найкраще підійде визначення, дане одним з класиків теорії людського капіталу Г. Беккер: «людський капітал – це сукупність природжених здібностей та отриманих знань, навичок, мотивацій, доцільне використання якої сприяє збільшенню доходу (на рівні індивіду, підприємства або суспільства)». Беккер підкреслював, що людський капітал формується за рахунок інвестицій в людину, до яких саме й відносяться пріоритети соціальної політики: освіта, охорона здоров'я, а також міграція, пошук інформації про ціни і доходи [11].

До практик формування регіональної ідентичності відноситься і символна політика.

Символьна політика виконує ряд функцій у суспільному житті регіону:

- ритуалізація (впорядкування) масових дій;
- контроль масових емоцій у стресових соціальних ситуацій;
- надання суспільно-політичному досвіду позитивно-емоційного змісту та забарвлення.

Значущі для регіональної спільноти символи лягають на карту регіону, відновлюючи або посилюючи зв'язок чи прив'язуючись до референта. Пошуки і створення символів породжують символічний прості, а конкуренція символів – символну політику. Символьна політика живе в конкурентному середовищі, адже щоб відібрати символи і заволодіти ними, потрібні дещо інші компетенції, ніж володіння матеріальними ресурсами ,як це властиво тим, хто має політичну владу. За символи доводиться боротися, відстоюючи свою регіональну ідентичність, створюючи інтелектуальне середовище.

Символи виконуються своєю функцією як предмети та дії, що умовно позначають певний зміст. Надзвичайно поширеним і потужним символом є прапор. Крім прапора, важливе значення мають гімн і герб.

Символічні атрибути включають в себе все, що пов'язано з даною територією, її історією, дійсністю і майбутнім.

З точки зору комунікативної практики, символічна політика реалізується в рамках моделі «суб'єкт – об'єкт» і «суб'єкт – суб'єкт». Перша модель характерна для національного рівня, коли влада нав'язує символи. В другій моделі, характерній для регіонального і локального рівнів ідентичності, передбачається формальна рівність символів щодо конструювання політичного дискурсу.

Технології символічної політики мають важливе значення для досягнення ідеологічних та інформаційно-комунікативних цілей. Такі технологічні засоби як організація масових заходів через мережу Інтернет, стають важливим інструментом мобілізації населення. Такі технології, як створення і відновлення пам'яток, зміна символів, організація свят і масових заходів виступають потужним інструментом регіональної і локальної ідентичностей.

Структуру регіональної ідентичності і її символіки доцільно представити у вигляді елементів:

- 1) регіональна географія;
- 2) значимі місця регіону;
- 3) символічні цінності регіону (предмети гордості, значимі історичні події);
- 4) пантеон героїв (як реальних, так і міфічних);
- 5) уявлення про структуру спільноти;
- 6) ритуальне оформлення ідентичності (свята, масові заходи).

Механізми символізації дозволяють опрацьовувати значущу інформацію миттєво і підсвідомо. Ритуали і символи покликані зміцнювати у жителів регіонів почуття стабільності, впевненості у майбутньому.

На практиці символічна політика реалізується через розробку і затвердження символіки регіону, зокрема герба, прапора, гімну, логотипу.

Офіційні церемонії та регулярні святкування розвивають у мешканців регіону відчуття приналежності до свого краю [28]

Підтримка місцевого патріотизму (або формування його) реалізується через проведення заходів, метою яких є виховання любові до малої батьківщини, гордості за минуле і сьогодення регіону. Такими заходами є:

- освітні програми, практики краєзнавчого спрямування в навчальних закладах;
- військово-спортивне виховання, волонтерська діяльність, земляцтва, ветеранські організації;
- підтримка об'єктів культурної спадщини, розвиток ремесел і народних промислів;
- залучення до співпраці релігійних громад, екологічних осередків тощо [14].

Жодна з наведених практик не є універсальним варіантом. Найбільш доцільним є їх поєднання з врахуванням специфіки регіону, його географії, історії та сучасності.

3.3. Пропозиції щодо формування регіональної ідентичності населення Сумщини.

При плануванні і розробці заходів щодо формування ідентичності населення Сумської області необхідно врахувати те, що регіональна ідентичність ні в якому разі не повинна виходити за рамки національної. Особливо актуально це для прикордонної області та в умовах сучасної суспільно-політичної нестабільності.

Після зміни влади у 2019 році ситуація в українському суспільстві і політикумі кардинально змінилася. Проєвропейський курс України з стратегічного і реально реалізованого змінився на декларативний. Стали згортатися активні процеси формування національної ідентичності, і зараз

знову можна спостерігати її розмивання. Знову посилилося розмежування між центром і заходом та сходом і півднем країни, все гостріше постає мовне питання. Навіть візуально спостерігається збільшення кількості російськомовних слів в оточенні колег і друзів, при тому що останні роки явно простежувався зворотній процес. В ЗМІ також зменшується україномовний контент, натомість зростає кількість фільмів, музики, інтерв'ю російською мовою. На основі мовного питання, зокрема преференцій для російської мови, штучно нагнітається уявлення про інакшість південно-східних регіонів, перебільшується їх регіональна ідентичність та значимість. Крім того, відбувається розкол в проукраїнських і проєвропейських політичних силах. Україна стрімко втрачає позиції на міжнародній арені, погіршується економічне становище. В суспільстві простежується невизначеність, невпевненість у своєму майбутньому. Все це вкрай негативно відображається на національній ідентичності українців: вони перестають пишатися своєю країною, на перший план виходить економічний добробут, а не громадянські цінності. Такий занепад національної ідентичності викликає у мешканців втрату інтересу і до регіональної. В той же час маніпуляції з мовою, зміна акцентів щодо Російської Федерації з держави-агресора на державу-посередника можуть призвести до посилення сепаратистських настроїв та формування регіональної ідентичності, протилежній національній.

До формування регіональної ідентичності Сумщини треба підходити комплексно і застосовувати всі наведені вище практики. На мою думку, зараз більш доцільно звернути увагу на недавнє минуле та сьогодення. Однією з причин цього є неоднорідність регіону, штучність його створення, відсутність цілісної тривалої історії. Натомість протягом останнього десятиліття в країні і регіоні відбулося достатньо подій, які могли б згуртувати громадськість області, вплинути на регіональну ідентичність її мешканців.

В рамках територіального маркетингу слід розробити перспективну програму, інвестиційні проекти, залучати інвесторів. Пріоритетними напрямками є сільське господарство, зокрема вирощування зернових і овочевих культур; машинобудування, зорієнтоване на вітчизняного та європейського споживача; харчова і хімічна промисловість; будівництво, зокрема будівництво і реконструкція виробничої та соціальної інфраструктури.

Промислові об'єкти Сумщини потребують модернізації. Великі підприємства в нинішніх умовах виявилися неефективними, тому керівництву регіону варто зосередитися на створенні сприятливого інвестиційного клімату для малого і середнього бізнесу. Такі проекти менш затратні і дороговартісні в утриманні, швидше окупаються та починають приносити прибуток. Малому і середньому бізнесу легше переорієнтуватися при зміні кон'юнктури, його підприємства мобільніші, отже й конкурентніші.

Позитивним кроком у цьому напрямку стало створення Бізнес Хабу в рамках цільової Програми підтримки малого і середнього підприємництва в м. Суми. У 2019-2021 роках було заплановано створення хабу підтримки підприємництва в м. Тростянець для підвищення бізнес-активності в Тростянецькому, Лебединському та Охтирському районах. В разі позитивного досвіду було б ефективним рівномірне розміщення таких хабів по території області, зокрема в Шостці, Конотопі, Ромнах тощо [21].

Територіальний маркетинг нерозривно пов'язаний з соціальною політикою. Як уже зазначалося, перспективним напрямком є будівництво і реконструкція об'єктів соціальної інфраструктури [9]. В рамках соціальної політики завданням місцевих громад є створення ефективної системи, направленої на формування людського капіталу. Якщо будуть збудовані чи реконструйовані заклади освіти і охорони здоров'я, раціональним буде створення умов для залучення висококваліфікованих спеціалістів і, відповідно, збереження кадрового потенціалу.

Прикладом нераціональної соціальної політики органів місцевого самоврядування в галузі охорони здоров'я є Недригайлівська районна лікарня. В селищі сучасний палатний корпус, реконструйована будівля поліклініки, але керівництво не створило належних умов для спеціалістів, наслідком чого став значний плин кадрів, зокрема вузькопрофільних медиків. Молоді лікарі не бажають залишатися в селищі, їм не створено належних побутових умов, постійно відбуваються конфлікти з керівництвом лікарні та лікарями-пенсіонерами, тому через два-три роки роботи молоді спеціалісти звільняються. В результаті такої невдалої кадрової політики лікарі виїжджають, зростає недовіра до районної медицини, пацієнти за якісною медичною допомогою звертаються до лікарів в Ромнах і Липовій Долині, де будівлі лікарні перебувають у значно гіршому стані.

Важливе значення має надання високоякісних медичних послуг в обласному центрі. На жаль, до багатьох лікарів за спеціалізованою допомогою жителі мусять звертатися в Харків або Київ

Позитивним моментом є створення центрів надання адміністративних послуг. Компактне розміщення і швидкість обслуговування створюватимуть позитивний імідж регіону, залучатимуть дедалі більшу кількість громадян до користування цими послугами, зменшуватимуть затратність їх отримання, оскільки не треба буде їхати до обласного центру чи нового районного (після укрупнення районів) за вирішенням того чи іншого питання [21].

Наведені приклади більш актуальні для формування локальної ідентичності, але поєднані в єдину функціональну систему в межах області, вони створюватимуть позитивний імідж регіону для його мешканців.

Щодо соціальної політики в плані освіти, то ключову роль у формуванні регіональної ідентичності відіграватимуть заклади вищої освіти. Заклади середньої і професійної освіти є на локальному рівні, натомість заклади вищої освіти розміщені, як правило, в обласному центрі чи містах обласного значення. Висока якість наданих освітніх послуг, широкий асортимент спеціальностей, прозорість навчання мотивуватимуть молодь залишатися на

навчання в межах області. Важливе значення має і географічний фактор, а саме транспортна доступність навчального закладу.

Соціальний захист в нинішніх умовах є прерогативою держави, оскільки саме з нього фінансуються захищені статті соціальних виплат. Раціональний розподіл коштів місцевого бюджету дозволяє фінансувати додаткові соціальні проекти, направлені на покращення демографічної ситуації в регіоні та соціальний захист окремих категорій громадян (бебі-бокси для новонароджених, шкільні набори для першокласників, виділення земельних ділянок для учасників АТО/ООС, їх працевлаштування і соціальна реабілітація, виділення житла молодим спеціалістам тощо)

Безпека має важливе значення для прикордонного регіону. Впевненість у захищеності кордону створює відчуття безпеки в його мешканців і гордість за його захисників. Стабільна суспільна ситуація, в тому числі низький рівень злочинності, відсутність резонансних злочинів посилюють прив'язаність до регіону.

Важливим є правдиве висвітлення реалізації соціальних проектів в засобах масової інформації та соціальних мережах. Традиційна недовіра до провладних ЗМІ викликає скептицизм у місцевих жителів при перебільшенні досягнень, занадто урочистому поданні інформації. Публікації в соціальних мережах викликають жваве обговорення наболілих питань, і саме вони є індикатором ставлення громадськості до ініціатив і дій регіонального керівництва.

На мою думку, керівництву і громадськості області треба осучаснити підходи до символічної політики. Сучасні прапор і герб Сумської області не відповідають нинішнім реаліям і є непривабливими, позитивного сприймання вони не викликають.

В основу герба обласного центру покладено легенду про три суми, знайдені Герасимом Кондратьєвим, і за ці кошти засноване місто.



а)



б)

Рис. 2.45 Герби м. Суми а) сучасний б) створений художником А. Єрмоленком

Ескіз герба міста, створений художником Андрієм Єрмоленком, є більш сучасним і художнім, актуальним для сум'ян, адже альтанка є реальним об'єктом і справжнім символом міста [4].

Нинішні прапор і герб області також є неактуальними.

Елементи герба розташовані на геральдичному щиті з синім полем та жовтою окантовкою. Синій колір поряд із жовтим здавна традиційними кольорами Сумщини. У синьому полі золотий шолом із срібними деталями, під ними справа (геральдично) вигнутий С—подібно золотий колосок пшениці з 25 зернятками, зліва — золотий охтирський хрест.

Золотий шолом у верхній частині герба — символ історичного початку цих земель із часів Київської Русі.

Золотий колос, зігнутий у вигляді букви «С», із 25 зернятками символізує історичний шлях, який пройшли ці землі до утворення Сумської області, і вказує на кількість суб'єктів регіону. Разом із тим він символізує хліборобство — основне заняття жителів області з прадавніх часів і вказує на основні риси характеру: працелюбність, гостинність, домовитість, любов до рідної землі.

Золотий хрест вказує на те, що ці риси характеру поєднуються з високою духовністю, яка передається із покоління в покоління [1].

Проте до складу Київської Русі входила переважно Сіверщина – північна частина нинішньої Сумської області, а не вся її територія. Сама область

утворена 10 січня 1939 року, тому, на мою думку, і символіка має базуватися саме з цього періоду її історії [30].

У зв'язку з занепадом промисловості в регіоні аграрний сектор знову став провідною галуззю економіки області. Склад регіону змінився, оскільки відбулося укрупнення районів. На сьогодні ще триває перехідний період, але остаточне закріплення нового районування є лише питанням часу. Таким чином, 25 зерняток в гербі стають неактуальними. Золотий хрест є символом духовності, проте населення Сумщини значно поступається релігійністю центральним і західним областям України, а Україна є світською державою.

Розробка нової символіки області повинна включати об'єкти максимально близькі жителям регіону, до цього процесу слід залучати істориків, соціологів, фахівців з геральдики. Ескізи мають пройти представлення і обговорення громадськістю, в тому числі і голосування. Зараз це неважко організувати завдяки сучасним комунікаційним технологіям і соціальним мережам. Таким чином, досягається кілька позитивних результатів:

- створюється нова сучасна актуальна символіка;
- учасники обговорення, опитування, голосування відчують себе причетними до створення символів області, адже їх думка важлива;
- участь у спільному цікавому проєкті об'єднує громадськість, гуртує навколо зрозумілих символів, викликає зацікавленість результатом.

Все це є елементами формування регіональної ідентичності, об'єднання навколо символів, створених за участі самих мешканців регіону, а не нав'язаних керівниками. І це викликає гордість, розуміння, що це – «наше».

Проведення обласних свят, фестивалів, конкурсів, активна їх реклама в області і за її межами також сприяють формуванню регіональної ідентичності населення. В області проводиться багато цікавих і яскравих заходів, на які приїжджають туристи з інших регіонів України, але

відвідують мало жителів самої області. Це свідчить про недостатнє просування таких заходів в медіапросторі, низьку зацікавленість мешканців регіону в обласних масових заходах, недовіру до органів влади.

Формування і підтримка регіонального патріотизму повинні базуватися в першу чергу на освітніх краєзнавчих програмах в закладах освіти, на вивченні історії рідного краю та активному впровадженні краєзнавчих знань у суспільне життя регіону. Події останніх років дають суттєве підґрунтя для формування нового патріотизму. Україна і Сумщина мають своїх героїв-захисників, свої досягнення і втрати. Саме на цій основі та історії області треба будувати регіональний патріотизм.

На сьогоднішній день регіональний патріотизм і, відповідно, ідентичність населення, перебувають у зародковому стані і потребують не просто підтримки, а формування. В освітніх закладах цей процес відбувається через вивчення місцевої історії, але більш старші покоління регіонального патріотизму, заснованого на видатних постатях чи подіях, не мають взагалі. Тому треба відроджувати і підтримувати історико-культурні пам'ятки, проводити пов'язані з ними масові заходи, знайомити жителів області з цікавинками регіону, розвивати внутрішній туризм.

До формування і підтримки патріотизму треба залучати активістів, волонтерів, представників громадськості, земляцтв у столиці. До військово-патріотичних заходів слід залучати волонтерів, ветеранів АТО/ООС, щоб молодь розуміла зміст і значення захисту України і рідного краю. Для відродження духовності і моральності важливе залучення релігійних громад. Широка інформаційна кампанія про природу області, заходи по збереженню природних об'єктів Сумщини також сприяють формуванню патріотизму. Активне залучення відомих сучасників – уродженців регіону викликає зацікавленість до земляків, до сьогодення малої батьківщини, мотивує до успішної діяльності.

Взагалі до заходів по збереженню і відродженню пам'яток регіону, формуванню ідентичності населення треба залучати якомога більшу кількість

людей, і не лише як глядачів, а як активних учасників. Спільна мета і спільна діяльність згуртовують людей, сприяють створенню очевидного і зрозумілого для них життєвого простору, яким вони пишаються, який люблять і готові боронити. Саме так формується регіональна ідентичність в рамках національної.

Висновки до розділу III.

Регіональна ідентичність населення не є сталим явищем, вона постійно трансформується. Керівництво цією трансформацією можливе завдяки мобілізаційним ресурсам, які сконцентровані переважно в суспільній площині. Це освіта, наука, культура, спорт, релігія, видатні постаті, засоби масової інформації. Існує кілька практик формування регіональної ідентичності населення, але жодна з них не є універсальною. Формування цього явища має відбуватися комплексно, з максимальним залучення громадськості до суспільних процесів, які відбуваються в регіоні. Відчуваючи причетність до створення сучасності, мешканці регіону більше цінуватимуть свій край і намагатимуться змінити його на краще. Це і буде основним проявом регіональної ідентичності населення.

ВИСНОВКИ

В ході виконання даної кваліфікаційної роботи були виконані такі завдання:

- опрацьовані джерела, що розкривають поняття регіональної ідентичності та подано авторське визначення цього поняття в контексті обраної теми кваліфікаційної роботи;
- шляхом анкетування та обробки статистичних даних вивчено сучасний стан регіональної ідентичності населення Сумщини, досліджено передумови його формування та спрогнозовано можливі наслідки;
- розроблено рекомендації щодо формування національної і регіональної ідентичності населення області в сучасних суспільно-політичних умовах.

В результаті проведеного дослідження можна зробити наступні висновки.

Виходячи з мети і завдань кваліфікаційної роботи найбільш оптимальним визначенням поняття «регіональна ідентичність» є таке: усвідомлення людиною своєї приналежності до певного адміністративно-територіального чи історико-географічного регіону.

На формування регіональної ідентичності населення впливають різні фактори, основними з яких є географічне положення, геодемографічні та історико-культурні чинники. Їх необхідно враховувати при конструюванні політики ідентичності, ключовим елементом якої є її кінцева мета, яка не повинна розходитися з національною ідеєю.

Основними методами дослідження рівня регіональної ідентичності населення є соціолого-географічні (анкетування, опитування, аналіз інформаційних потоків) та дослідження маркерів територіальної ідентичності (матеріальних об'єктів, торгових марок) тощо. Саме ці методи і було використано в даній кваліфікаційній роботі.

Результати досліджень показали, що населення Сумської області має низький рівень регіональної ідентичності, але при цьому демонструє значно вищий рівень національної ідентичності. Це дає можливість вважати регіон

політично стабільним та не схильним до антиукраїнських проявів. При цьому варто відмітити інертність жителів Сумської області до проявів суспільно-політичного життя країни. Низький рівень регіональної ідентичності населення є підставою для розробки рекомендацій з її формування та підтримання державною владою, органами місцевого самоврядування та громадськими організаціями.

Враховуючи результати дослідження та наявні практики формування ідентичності розроблено пропозиції щодо формування регіональної ідентичності населення Сумщини, які полягають у створенні позитивного іміджу регіону шляхом залучення інвестицій, розвитку бізнесу, проведенні ефективної соціальної політики, оновленні символіки, проведення масових заходів, спрямованих на формування і підтримку регіонального патріотизму. Політика регіональної ідентичності буде ефективною за умови широкого залучення громадськості у вирішення питань регіону та творення його сучасності.

Важливо зазначити, що регіональна ідентичність не повинна виходити за рамки національної, а Сумська область повинна розглядатися як регіон єдиної і суверенної України. Занепад національної ідентичності обов'язково викликає втрату інтересу і до регіональної, а переважання регіональної ідентичності над національною може призвести до розколу в суспільстві та втрати територіальної цілісності країни. В умовах економічної і політичної кризи добробут для населення стає важливішим за громадянські цінності, тому потрібно знаходити баланс між декларуванням громадянських цінностей та підтриманням економічної рівноваги в регіоні.

Дана кваліфікаційна робота буде цікава для фахівців суспільної географії, соціологів, політологів та широкого кола читачів. Матеріали дослідження можуть бути використанні при розробці плану розвитку регіону та регіональних соціальних програм.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Вікіпедія [Електронний ресурс] [Веб-портал] Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki>
2. Всім областям України намалювали нові герби [Електронний ресурс] Режим доступу: <https://galka.if.ua/vsim-oblastyam-ukrayini-namalyuvali-novi-gerbi-foto/>
3. Гнатюк О. М. Ієрархічна структурованість просторової ідентичності населення України // Економічна та соціальна географія. 2012. № 65. С. 242-250
4. Головне управління статистики у Сумській області [Електронний ресурс] [офіційний веб-портал] Режим доступу: <http://sumy.ukrstat.gov.ua/?menu=281>
5. Гончарик А. А. Региональная идентичность в политическом анализе процессов регионализации и формирования регионов // Политическая наука. 2011. № 10. С. 175-186
6. Запорожченко О. В. Формування регіональної ідентичності в умовах мультикультурного соціуму: історичний аспект // Вісник Ізмаїльського державного гуманітарного університету. Серія «Історичні науки». 2016. № 34. С. 66-70
7. Зуєва В. О. Регіональна ідентичність як основа процесу політичної інституціалізації // Вісник ЗІДА. 2005 № 22. С. 137-146
8. Карти України крізь призму стереотипів українців [Електронний ресурс] Режим доступу: https://zik.ua/news/2011/07/19/karty_ukrainy_kriz_pryzmu_stereotypiv_ukraintsiv
9. Кваліфікаційна мапа України [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://www.futureskills.org.ua/ua/map>
10. Киричек О. Я. Изучение психологических особенностей региональной идентичности личности // Преподаватель XXI век. 2011. № 4. С. 153-163

11. Коломієць В. В. Людський капітал: визначення, особливості, відтворення // Харків: УкрДАЗТ, 2008. № 23. С. 27-31
12. Коржов Г. Региональная идентичность Донбасса: генезис и тенденции развития в условиях общественной трансформации // Социология: теория, методы, маркетинг. — 2006. — № 4. — С. 38-51.
13. Корнус А.О., Корнус О.Г. Промисловість Сумської області (економіко-географічне дослідження). Суми: СумДПУ імені А.С. Макаренка, 2017. 136 с.
14. Котенко Я. В., Ткачук А. Ф. Локальна ідентичність і місцеві територіальні громади: навч. посібник. К.: ТОВ «Видавництво «Юстон», 2018. 56 с.
15. Крылов М. П. Региональная идентичность в Европейской России. М.: Новый хронограф, 2010. 241 с.
16. Лаппо Г. М. География городов. М., 1997. 480 с.
17. Маергойз И. М. К основам учения об экономико-географическом положении // Советские географы на XXI международном географическом конгрессе: Тезисы докладов и сообщений. — М.: Наука. 1968. С. 28-34.
18. Мельничук А.Л., Гнатюк О.М., Растворова М.О. Порівняльний аналіз регіональної ідентичності міст Запоріжжя, Вінниці та Києва // Регіональні проблеми України: географічний аналіз та пошук шляхів вирішення. Херсон, 2011. С. 212-222.
19. Мурзина И. Я. Региональная идентичность и региональное самосознание // Дискурс-Пи, 2017. № 5. С. 101-104
20. Нагорна Л.П. Регіональна ідентичність: український контекст. К.: ІПіЕНД імені І.Ф. Кураса НАН України, 2008. 405 с.
21. Напрямки перспективного розвитку Сумської області на 2019-2021 р. (проект). К: ПП «Видавництво ПРЕС АРТ», 2018. 36 с.

22. Олійник Я.Б., Гнатюк О.М. Методичні підходи до дослідження територіальної ідентичності населення // Український географічний журнал. 2013. №3. С. 34-39.
23. Олійник Я.Б., Гнатюк О.М. Територіальна ідентичність населення Подільського регіону : монографія. К.: ВПЦ «Київський університет», 2017. 223 с.
24. Перцепційні дослідження регіонів України. [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://tdukr.com/uk/pages/page/perceprijni-doslidzhennya-regioniv-ukrayini/>
25. Регіони України 2019 (статистичний збірник). К.: Державна служба статистики, 2019. 309 с.
26. Релігійно інформаційна служба України [Електронний ресурс] Режим доступу: https://risu.ua/sumska-oblast_t160
27. Российско-украинское пограничье: двадцать лет разделенного единства/ Под ред. В.А. Колосова и О.И. Вендиной. М.: «Новый хронограф», 2011. 348 с.
28. Ростецька С. І. Роль символічної політики у формуванні локальної ідентичності // Політична культура та ідеологія. 2017 № 3. С. 119-123
29. Смирнягин Л. В. Вернакулярный район / Отв. ред. А. П. Горкин. — Смоленск: Ойкумена, 2013. С. 35—36.
30. Сумська обласна державна адміністрація [Електронний ресурс] [офіційний веб-портал] Режим доступу: <http://sm.gov.ua/uk/oda>
31. Сумська обласна рада [Електронний ресурс] [офіційний веб-портал] Режим доступу: <https://sorada.gov.ua/>
32. Сюткін С.І. Географія населення: методичні вказівки для виконання самостійної роботи студентів. Суми: ФОП Цьома С.П., 2016. 32 с.
33. Сюткін С.І. Географія населення: навч. посібник. Суми: ВПП «Фабрика друку», 2015. 128 с.
34. Сюткін С.І. Політична географія: навчальний посібник. Суми: ВПП «Фабрика друку», 2017. 120 с.

35. Тиква В. М. Аналіз періодизації змін концентрації елементів системи розселення населення Сумської області згідно теоретико-графового моделювання // Економічна та соціальна географія. 2012. № 64. С. 87-99
36. Топчієв О. Г. Основи суспільної географії: Навчальний посібник. Одеса: Астропринт, 2001. 560 с.
37. Центральна виборча комісія України [Електронний ресурс] [офіційний веб-портал] Режим доступу: <https://www.cvk.gov.ua/>

Додатки

Додаток А

Анкета для визначення ідентичності

Шановні учасники опитування! Ця анкета є анонімною, але для встановлення результатів просимо вказати деякі Ваші дані

Ваша стать: ч ж

Ваш вік: до 18 р. 18-25 р. 26-35 р. 36-50 р. 51 і більше

Ваша освіта: базова середня повна середня професійно-технічна

базова вища повна вища дві вищих освіти

Ваше місце проживання Місто Село Селище міського типу

1. Наскільки близько Вам? (поставте лише одну галочку в кожному рядку)

	Дуже близько	Близько	Не дуже близько	Взагалі не близько	Не можу відповісти
Ваше село, селище, мікрорайон міста					
Ваше місто					
Ваш регіон					
Ваша країна					
Ваш континент					

2. Якщо Ви хотіли б покращити свої умови життя чи роботу, наскільки б Ви хотіли чи не хотіли (поставте лише одну галочку в кожному рядку)

	Дуже хотів би	Напевно, хотів би	Все одно	Напевно, не хотів би	Точно не хотів би	Не можу вибрати
Переїхати в інше село, селище, мікрорайон						
Переїхати в інше місто						
Переїхати в інший регіон						
Вихати з країни						
Виїхати з континенту						

3. Чи виїжджали Ви за межі свого регіону на роботу, до родичів, з туристичною чи виробничою метою? Якщо так, то як часто?

Ні Так, але дуже давно Так, раз чи два на рік Так, постійно

4. Які регіони України Ви переважно відвідували чи відвідуєте?

Північні Південні Західні Східні

5. Яке з цих тверджень найбільш близькі до Вашого власного погляду? (виберіть лише одну відповідь)

Наш регіон не відрізняється від інших регіонів України

Наш регіон унікальний за своїми природними умовами, населенням, мовою, традиціями, економікою

Наш регіон має свої особливості, але в цілому подібний до інших регіонів України

6. Яке з цих тверджень найбільш близькі до Вашого власного погляду? (виберіть лише одну відповідь)

Україна повинна залишатися єдиною державою

Продовження додатку А

- Нашому регіону слід дозволити стати самостійною країною
 Нашому регіону буде краще в складі сусідньої держави
 Не можу вибрати

7. Якою мовою Ви спілкуєтесь в побуті, з друзями, колегами?

- Українською Російською
 Суржи́ком (30% і більше іншомовних слів) Залежно від ситуації

8. Яка іноземна мова, на Вашу думку, повинна вивчатися в школах регіону?
(виберіть одну відповідь)

- Російська Англійська (або одна з європейських мов)
 Обидві Не можу визначитися

8. Наскільки важлива, на Вашу думку, кожна з цих речей, щоб бути справжнім українцем? (поставте лише одну галочку в кожному рядку)

	Дуже важливо	Напевно важливо	Не дуже важливо	Взагалі не важливо	Не можу відповісти
Народитися в Україні					
Мати громадянство України					
Жити в Україні більшість життя					
Говорити українською					
Поважати українську культуру					
Дотримуватись українських традицій					
Знати історію України та аналізувати її					
Не порушувати соціальні норми та закони					
Захищати Україну					
Бути громадсько і соціально активним					

9. На запитання «Хто я такий» Ви відповідаєте: (позначте одну відповідь):

- просто людина
- громадянин світу (космополіт)
- європеєць
- радянська людина
- громадянин України
- мешканець свого регіону
- мешканець свого населеного пункту
- називаєте свою національність
- називаєте свою професію
- називаєте свою родинну роль
- називаєте релігію, яку сповідуєте
- важко відповісти
- Ваш варіант

10. З яких джерел Ви отримуєте для себе найбільше інформації?

- Друковані видання Радіо Телебачення Інтернет Соціальні мережі

Схеми поділу України за російською пропагандою



Продовження додатку Б Схеми поділу України за російською пропагандою

Политическая карта

