

ЛОКАЛЬНА ІДЕНТИЧНІСТЬ І ОБ'ЄДНАНІ ТЕРИТОРІАЛЬНІ ГРОМАДИ

Навчальний
посібник

Серія

«Бібліотечка місцевого самоврядування»



Інститут
Громадянського
Суспільства

COUNCIL OF EUROPE



CONSEIL DE L'EUROPE

НАВЧАЛЬНИЙ ПОСІБНИК

Локальна ідентичність і об'єднані територіальні громади

видання друге,
виправлене та доповнене

Київ - 2018

УДК 352.071.2:316.4/.6]:159.923.2](07)
К73



COUNCIL OF EUROPE



CONSEIL DE L'EUROPE

«Розроблено за сприяння Програми Ради Європи «Децентралізація і територіальна консолідація в Україні» в рамках впровадження проекту «Підтримка розвитку об'єднаних територіальних громад у Хмельницькій області».

Викладені погляди належать авторам цієї роботи і не можуть ні за яких обставин вважатися такими, що виражають офіційну позицію Ради Європи.

Ця інформація та розробки є вільними для копіювання, перевидання та поширення по всій території України всіма способами, якщо вони здійснюються безоплатно для кінцевого споживача та якщо при таких копіюванні, перевиданні та поширенні є обов'язкове посилання на автора і суб'єкта майнового права на цю інформацію та розробки.

Котенко Я.В., Ткачук А.Ф.

Локальна ідентичність і об'єднані територіальні громади
(видання друге, виправлене та доповнене) / Я. Котенко, А. Ткачук. –
К.: ТОВ «Видавництво «ЮСТОН», 2018. – 56 с.

ISBN 978-617-7361-44-1.

УДК 352.071.2:316.4/.6]:159.923.2](07)

ISBN 978-617-7361-44-1

© Рада Європи, 2018

© Інститут громадянського суспільства, 2018

ЗМІСТ

ВСТУП	4
--------------------	---

РОЗДІЛ 1. МІЖРЕГІОНАЛЬНІ ВІДМІННОСТІ ТА РЕГІОНАЛЬНІ ІДЕНТИЧНОСТІ

<i>Етнічна ідентичність</i>	5
<i>Регіональна ідентичність</i>	6
<i>Мовна ідентичність</i>	7
<i>Між Україною та СРСР</i>	8
<i>Між плановою економікою та ринком</i>	8
<i>Стереотипи сприйняття мешканців іншого регіону</i>	9
<i>Територіальна ідентичність для ОТГ</i>	14

РОЗДІЛ 2. «ІДЕНТИЧНІСТЬ»: ПОНЯТТЯ, ЗМІСТ, СТРУКТУРА

<i>Види ідентичностей</i>	19
<i>Структура ідентичності</i>	19
<i>Функції ідентичності</i>	20

РОЗДІЛ 3. ЛОКАЛЬНА ІДЕНТИЧНІСТЬ У СИСТЕМІ ТЕРИТОРІАЛЬНО-ПРОСТОРОВОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ

<i>Визначення меж локальної ідентичності</i>	26
<i>Локальна ідентичність у соціологічному вимірі</i>	28
<i>Локальна та регіональна ідентичність: спільне та особливе</i>	30
<i>Функції локальної ідентичності</i>	33

РОЗДІЛ 4. ІНСТРУМЕНТИ ТА ПРАКТИКИ ФОРМУВАННЯ І КОНСТРУЮВАННЯ ЛОКАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ

<i>Види ресурсів для формування локальної ідентичності</i>	35
<i>Конструювання локальної ідентичності</i>	37
<i>Функції політики ідентичності</i>	39
<i>Основні інструменти формування локальної ідентичності</i>	43
<i>Статут громади як елемент локальної ідентичності</i>	46

РОЗДІЛ 5. ПРАКТИКИ ФОРМУВАННЯ ТА КОНСТРУЮВАННЯ ЛОКАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ

<i>Львівська міська рада</i>	47
<i>Координаційний комітет самоорганізації населення, м. Дмитров, Донецька область</i>	49
<i>Микола Сергійович Огородник</i>	51
<i>Баранівка формує свою ідентичність та своє майбутнє</i>	53

ВСТУП

Коли на чемпіонаті світу грає збірна України, в різних містах і селах України біля телеекранів сидять вболівальники, які, незалежно від свого майнового чи соціального статусу, етнічної належності, уболівають за національну українську збірну. Вони ідентифікують себе з Україною.

У матчах на кубок України, за «Дніпро» чи «Металіст», відповідно, вболівають передусім ті, хто ідентифікує себе дніпрянами чи харків'янами. І це логічно, адже тут також спрацьовує відповідна ідентичність. Великі міста і маленькі села мають свою місцеву ідентичність, яка є не така домінуюча, як загальноукраїнська, але попри це є дуже важливою. Для чого? Про це спробуємо пояснити у цьому короткому міркуванні, яке є певним результатом роботи Інституту громадянського суспільства у об'єднаних територіальних громадах (далі – ОТГ), що створились у 2015 році під час першої хвилі децентралізації в Україні.

Ми та вони (хто і навіщо?)

Коли ми говоримо про нашу сім'ю, ми вживаємо слово «ми» саме до членів нашої сім'ї, далі наші найближчі родичі також в нашому розумінні є «ми», натомість родина сусіда – це вже «вони». І не завжди «ми» і «вони» є протиставленням. Хоча із старих часів саме через призму «ми» і «вони» відбулось сприйняття світу і будувались взаємовідносини між різними групами суспільства.

Взагалі поняття «ми» може бути від дуже вузького: «ми» – члени однієї сім'ї, до «ми» – українці чи «ми» – європейці.

Ефект «ми – вони» – груповий ефект, почуття належності до групи (ефект «ми») і відповідно відстороненості, відокремлення від інших (ефект «вони»). По суті, під «ми» розуміється певна ідентичність групи людей, яка відносить себе власне до цієї групи на основі певних ознак (які не є природними, об'єктивними, а передусім психологічними, сформованими в наших головах, а не біологією).

Ми у цій роботі не будемо говорити про родинну чи загальноєвропейську ідентичність, ми говоритимемо саме за локальну/місцеву ідентичність, яка з одного боку є досить стійкою, але з іншого зараз знаходиться у періоді значних трансформацій.

Локальна ідентичність є однією з тих ідентичностей, яка в період глобальних трансформацій та світових зрушень зостається однією з найважливіших, оскільки надає індивідові відчуття безпеки та виступає центром стабільних цінностей.

РОЗДІЛ 1

МІЖРЕГІОНАЛЬНІ ВІДМІННОСТІ ТА РЕГІОНАЛЬНІ ІДЕНТИЧНОСТІ ¹

Вступний коментар: сьогодні, коли окуповано Крим та значну частину Донецької та Луганської областей, а в Україні з'явилося понад 1,5 млн вимушених переселенців, немає даних про нові кількісні характеристики, які точніше могли б ілюструвати нинішню ситуацію з регіональними ідентичностями. Ми тут скористалися даними 2012 року – до початку незворотних дестабілізаційних процесів в Україні та російської агресії. Але ці дослідження, які були здійснені до окупації, показували, що в Україні існувала загроза дестабілізації саме через суттєві відмінності в регіональних ідентичностях.

Українські регіони, які були сформовані в різні історичні часи, у складі різних держав, мають значні відмінності між собою за етнічним складом населення, рівнем урбанізації. До цих об'єктивних складових відмінностей додаються відмінності соціоментального характеру, які в умовах геополітичної невизначеності української держави мають тенденцію до загострення.

В Україні на рівні державних замовлень в Інституті соціології НАНУ, а також замовлень незалежних соціологічних кампаній, проводяться соціологічні дослідження, які відслідковують градус міжрегіональних відносин на рівні мешканців регіонів. При формуванні державної регіональної політики висновки за результатами таких досліджень мають враховуватись, адже взаємосприйняття один одного мешканцями різних регіонів є індикатором стабільності всього українського суспільства та держави в цілому.

ЕТНІЧНА ІДЕНТИЧНІСТЬ

Україна, за європейськими параметрами, є мононаціональною державою, де етнічні українці складають понад 80% від всього населення. Проте

¹ За матеріалами аналітичного звіту проекту «Підтримка регіонального розвитку в Україні», що фінансується Європейським Співтовариством, 2013 рік (примітка – Ткачук А.Ф.).

регіонально ситуація є досить різною. У Львівській, Івано-Франківській, Волинській, Рівненській, Тернопільській, Хмельницькій, Вінницькій, Київській, Черкаській, Житомирській, Кіровоградській, Полтавській, Сумській, Чернігівській областях етнічні українці складають значно більше загальноукраїнського показника – понад 90% від усього населення; у Харківській, Дніпропетровській, Запорізькій, Херсонській та Миколаївській областях етнічні українці складають близько середньоукраїнського показника – 80%; у Одеській, Донецькій та Луганській областях кількість українців нижче середньоукраїнського показника, але вони складають понад 50% всього населення; в Криму українці є меншістю – близько 25% населення; у Закарпатській та Чернівецькій областях кількість українців близька до середньоукраїнського показника, але на відміну від решти регіонів, другою національністю у цих областях є не росіяни, а відповідно угорці та румуни.

Така структура національного складу населення українських регіонів, накладаючись на рівень урбанізованості, а відтак економічної спроможності регіонів, породжує додаткові проблеми у міжрегіональних відносинах, які стають часто жертвою політичних сил, особливо загострюючись перед кожними виборами.

РЕГІОНАЛЬНА ІДЕНТИЧНІСТЬ

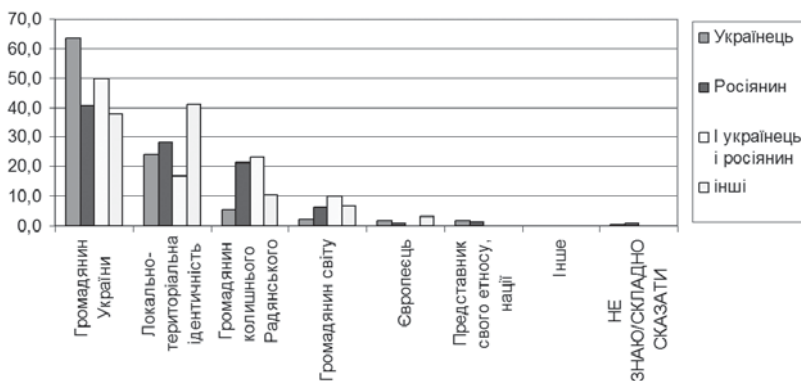


Рисунок 1. Розподіл ідентичностей залежно від національної самоідентифікації особи²

² Аналітичний звіт «Регіональна толерантність, ксенофобія та права людини в Україні у 2012 році» (цифри та таблиці).

Мешканці різних українських регіонів по-різному відносять себе до української та регіональної спільноти. Загалом спостерігається тенденція до зростання загальноукраїнської ідентичності (майже 60%), проте у регіональному та етнічному вимірі тут є суттєві відмінності.

У першу чергу ідентифікують себе громадянами України, власне українці, відтак ця ідентифікація є домінуючою в західних, північних та центральних регіонах України, натомість для росіян та осіб, які називають себе одночасно і українцями, і росіянами (це східні та південні регіони), значною мірою основою ідентичності є локально-регіональна та ідентичність громадянина колишнього СРСР.

МОВНА ІДЕНТИЧНІСТЬ

Ще однією ознакою міжрегіональних відмінностей є поширення української та російської мов у різних регіонах України. Сьогодні Україна поділяється на дві великі частини, на одній з яких повністю домінує українська, а на іншій (переважно у містах) — російська мова.

Домінування тієї чи іншої мови створює умови для формування у регіонах власного освітнього та інформаційного простору, які між собою не перетинаються і формують у мешканців регіону стереотипи сприйняття співвітчизників з іншого регіону.

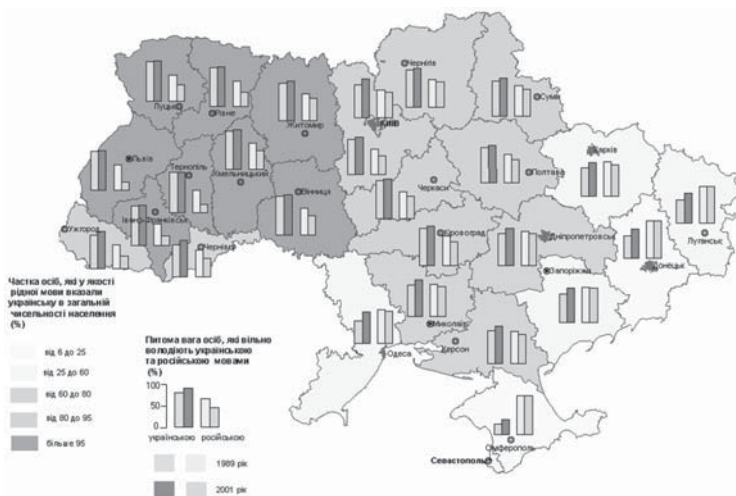


Рисунок 2. Поширення української та російської мов в регіонах України

³ http://2001.ukrcensus.gov.ua/results/nationality_population/graphic

МІЖ УКРАЇНОЮ ТА СРСР

У соціополітичному вимірі між групами українських регіонів досі зберігаються значні відмінності щодо ставлення їх мешканців до розпаду СРСР. На Заході, Півночі та у Центрі більшість громадян не шкодують за колишньою радянською державою, натомість на Півдні та Сході – досі шкодують за СРСР.

Ціннісні орієнтири: Шкодують за розпадом СРСР?

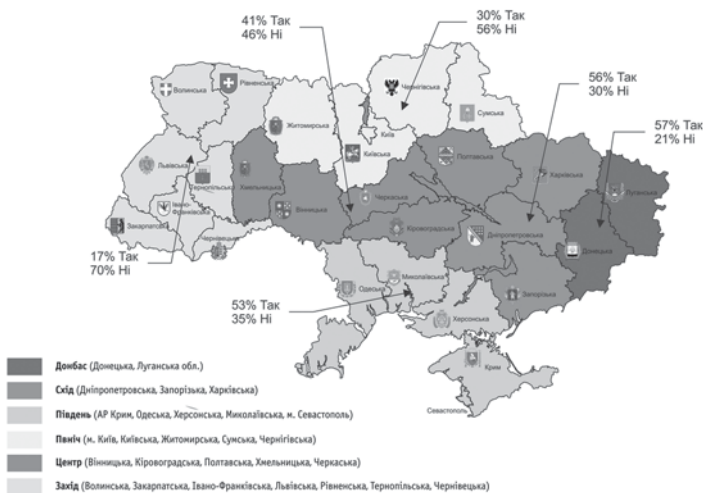


Рисунок 3. Відношення жителів окремих груп регіонів до розпаду СРСР (дані соціологічного дослідження, квітень 2012 року)

МІЖ ПЛАНОВОЮ ЕКОНОМІКОЮ ТА РИНКОМ

Структура регіональних економік, особливо концентрація виробництва та монополізація окремих сфер діяльності, є відмінною в різних українських регіонах та групах регіонів: від великої концентрації та монополізації на Сході, де переважають великі підприємства та корпорації, до багатогалузевої регіональної економіки з дрібними та середніми виробниками на Заході чи у Центрі.

В умовах такої економічної структури разом із певними ментальними стереотипами між групами регіонів є серйозні відмінності щодо ставлення їх мешканців до планової та ринкової економіки, а відтак – ролі держави у житті людини.

Ціннісні орієнтири: планова економіка чи ринкові відносини?

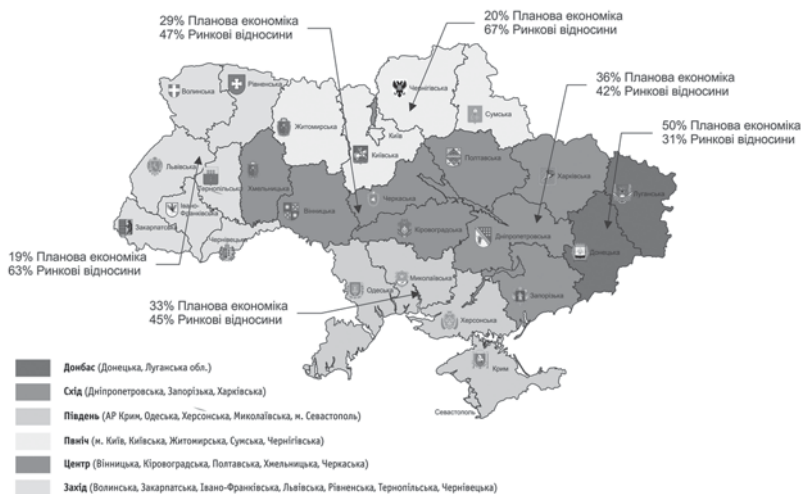


Рисунок 4. Підтримка мешканцями регіонів планової та ринкової економіки (дані соціологічного дослідження, квітень 2012 року)

Різне відношення мешканців різних регіонів до ролі держави у економічному розвитку також є важливою складовою планування регіонального розвитку: орієнтування на ініціативу громадян чи на рішення органів влади.

СТЕРЕОТИПИ СПРИЙНЯТТЯ МЕШКАНЦІВ ІНШОГО РЕГІОНУ

Перед аналізом стереотипів сприйняття мешканцями одних регіонів мешканців інших регіонів, варто зауважити, що в Україні протягом багатьох років відбувається формування стійкої недовіри особи до всіх оточуючих суб'єктів: від органів влади до сусідів.

Який рівень Вашої довіри співвітчизникам?

	1994	1996	1998	2000	2004	2005	2006	2008	2010	2012
1. Зовсім не довіряю	5,9	7,6	7,6	7,1	5,1	2,6	2,9	3,9	3,0	3,6
2. Переважно не довіряю	12,8	10,7	12,3	13,3	12,9	9,5	8,3	9,6	10,7	12,2
3. Важко сказати, довіряю чи ні	46,5	48,1	44,8	48,6	42,3	38,7	41,9	37,4	40,6	41,2

	1994	1996	1998	2000	2004	2005	2006	2008	2010	2012
4. Переважно довіряю	23,0	23,1	23,1	22,8	32,8	42,3	39,8	41,2	38,5	35,6
5. Цілком довіряю	7,2	10,6	10,4	7,3	6,7	6,8	6,9	7,6	7,0	7,4
Не відповіли	4,5	0,0	1,8	0,9	0,2	0,2	0,2	0,2	0,3	0,2
Середній бал	3,1	3,2	3,2	3,1	3,2	3,4	3,4	3,4	3,4	3,3

Як видно із цієї таблиці, за останні роки рівень довіри громадян до своїх співвітчизників також почав знижуватись 4.

На цьому фоні ще одним важливим параметром для оцінки міжрегіональних відносин на рівні простих громадян є їх стереотипи у сприйнятті мешканців з інших регіонів, особливо з точки зору їх впливу на майбутній розвиток України.

На запитання про наявність в Україні регіону, політичні погляди мешканців якого найбільше відрізняються від опитаних, 40,7% відповіли, що в Україні немає такого регіону, приблизно стільки ж заявили, що такий регіон є. Загалом найбільше опитаних називають в якості «політично антагоністичного» Західний регіон (25,3%) 5.

Найбільш показовим тут є розподіл відповідей по групах регіонів.

У таблиці подано узагальнені результати відповіді на це запитання по групах регіонів.

	Західний	Центральний	Південний	Східний	ЗАГАЛОМ
Так, Захід	6,9	13,0	40,5	43,5	25,3
Так, Південний Схід	30,0	7,1	0,7	1,7	9,6
Так, Центр	0,0	1,6	0,7	0,4	0,8
Так, Київ	1,6	0,6	2,1	0,4	1,2
Так, Крим	9,7	6,2	5,6	1,3	5,8
Ні, такого регіону немає	37,2	48,8	39,1	35,3	40,7
НЕ ЗНАЮ/ СКЛАДНО СКАЗАТИ	14,6	22,7	11,3	17,4	16,6

Отже, значна частина мешканців південних та східних регіонів України вважають західні регіони України такими, що суттєво відрізняються за

⁴ За результатами соціологічних досліджень Інституту соціології НАНУ.

⁵ Аналітичний звіт «Регіональна толерантність, ксенофобія та права людини в Україні у 2012 році» (таблиці).

політичними вподобаннями; у Західних регіонах ця цифра є дещо нижчою, проте також значна.

Про наявність певного рівня напруженості між мешканцями різних регіонів свідчить аналіз відповідей на таке запитання: *«Наскільки напруженіми, на Вашу думку, є зараз відносини між Заходом і Південним Сходом України? Оцініть за 5-бальною шкалою, де 1 – будь-яка напруга відсутня, 5 – рівень напруги у відносинах межує з розколом»*).

	Західний	Центральний	Південний	Східний	ЗАГАЛОМ
1 – Напруга відсутня	25,8	41,0	28,6	23,3	30,5
2	30,3	30,0	20,5	27,1	26,9
3	29,5	22,1	35,0	39,4	31,0
4	11,9	5,7	13,4	7,2	9,4
5 Напруга у відносинах межує з розколом	2,5	1,2	2,5	3,0	2,2
Напруга відсутня	56,1	71,0	49,1	50,4	57,4
Напруга в тій чи іншій мірі є	43,9	29,0	50,9	49,6	42,6

Фактично соціологія показує наявність стереотипів мешканців західних регіонів до мешканців південних та східних регіонів України і навпаки щодо їх суттєвих відмінностей між собою у соціокультурному та політичному вимірі.

Соціологія також показує, що мешканці різних регіонів не бачать державної регіональної політики. 41,3% опитаних змогли дати відповідь на питання *«Як Ви вважаєте, якою є політика центральної влади по відношенню до Вашого регіону проживання?»*.

33,5% тих, хто дали відповідь на це питання, погоджуються, що центральна влада враховує інтереси їх регіону проживання (так вважає 20% опитаних на Заході та 45% на Сході і Півдні), 25,2% – не враховує.

Українські регіони суттєво відрізняються за національним складом, мовними ознаками і соціоментальними характеристиками, що стало ґрунтом для агресивної політики Росії щодо України, яка застосувала різні засоби дестабілізації ситуації в державі, аж до окупації загалом понад 10% її території.

Отже, незгуртованість українського простору, відмінність регіональних ідентичностей реально є загрозою стабільності всієї держави.

Територіальна ідентичність в Україні, як показували різні соціологічні дослідження, в «довоєнний» період більш виразно проявлялась якраз на території Донбасу (див. вище).

Зараз, в умовах розділення Донбасу на окуповані та вільні території, ми можемо спостерігати протилежні тренди щодо ідентичностей на цих територіях.



Рисунок 5. Громадянська та територіальна ідентичності

інших регіонів. Традиційно найбільше відмінностей між собою показували жителі українських західних та східних регіонів, особливо Донбасу.

Зараз тут ситуація ще більш загострилась. Останні опитування ⁷ показують суттєвий крен територіальної ідентичності жителів окупованих територій в бік ототожнення себе з жителями російських, а не українських

Як бачимо із малюнку, на неокупованих територіях зростає загальноукраїнська ідентичність і знижується — територіальна, натомість на окупованих територіях видно суттєве зростання територіальної ідентичності, що особливо помітно на фоні певного прозріння мешканців цих територій щодо спроможності цих «квазідержавних» утворень, як ДНР-ЛНР.

Цей малюнок свідчить, що на територіальну ідентичність впливають різні внутрішні та зовнішні чинники.

Одним із індикаторів територіальної ідентичності — чи є вона і наскільки сильною, як ми уже говорили вище, є порівняння себе із жителями

⁷ Аналітичний звіт Мінінформполітики, 2018 рік.

регіонів! (Відповіді на запитання формувались таким чином: «За моїми цінностями та способом мислення я суттєво відрізняюся від жителів інших регіонів України, але скоріше подібний до жителів Росії»).

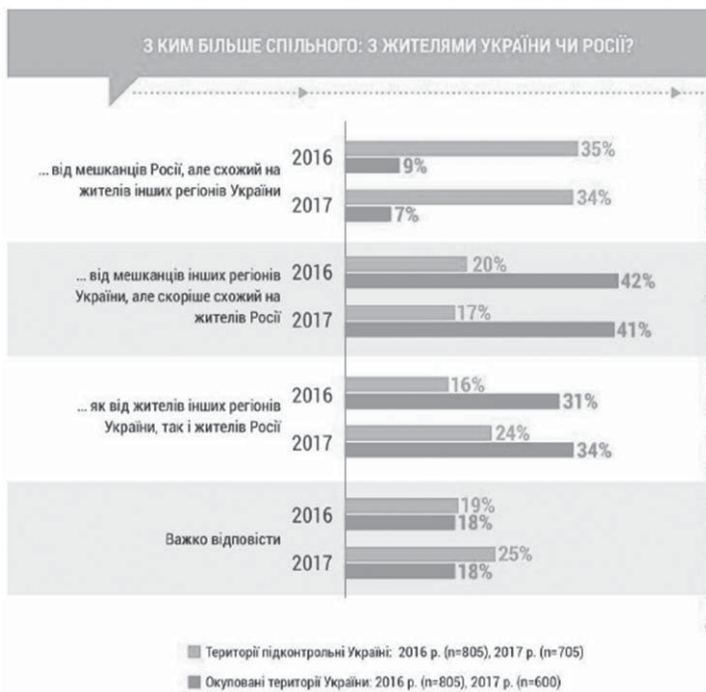


Рисунок 6. Самоідентифікація жителів Донбасу

Такі дані дослідження цілком пояснюють, чому саме ці території стали мішенню Росії у війні проти України. Тут злий жарт із жителями Донбасу зіграла їх «окремішність» від решти українських громадян саме у самоідентифікації. Для них територіальна ідентичність була більш зрозумілою, ніж українська і для себе вони були більш «російські», ніж решта українців.

Відсутність в Україні тривалий час державної політики згуртованості українського простору, формування загальноукраїнської ідентичності на основі спільних цінностей, інтересів, міжрегіональних обмінів, дифузії загальноукраїнської ідентичності у ідентичності територіальні, якраз і дали можливість зовнішнім силам, передусім Росії, підтримувати рухи та політиків, які робили все навпаки – регіональну ідентичність протиставляли ідентичності українській.

ТЕРИТОРІАЛЬНА ІДЕНТИЧНІСТЬ ДЛЯ ОТГ

Оскільки об'єднані територіальні громади також можуть складатись із поселень, які слабо інтегровані між собою, мають суттєві відмінності за різними ознаками, то формування спільної ідентичності для таких громад є так само необхідною, як і для України в цілому.

Відмінності в місцевих ідентичностях всередині об'єднаних територіальних громад також можуть створювати проблеми розвитку таких громад, бути джерелом недовіри до місцевої влади, рішень і дій місцевої ради чи мешканців центрального поселення громади.

Отже, комплексне вирішення проблем розвитку територій значною мірою залежить від зміни неефективної системи місцевого самоврядування та пов'язаної з нею територіальної організації, що і передбачено у відповідній Урядовій Концепції 8. Мета Концепції – визначити напрями, механізми і строки формування ефективної системи місцевого самоврядування та територіальної організації влади. Реформування зазначених інституцій покликане забезпечити створення і підтримку повноцінного життєвого середовища для громадян, надання високоякісних та доступних публічних послуг, становлення інститутів прямого народовладдя, задоволення інтересів громадян в усіх сферах життєдіяльності на відповідній території, а також узгодження інтересів держави та територіальних громад.

Досягнення зазначеної мети планується здійснити насамперед за рахунок створення умов для сталого розвитку територіальних громад як самостійних та самодостатніх соціальних спільнот, члени яких зможуть захищати власні права і інтереси шляхом участі у вирішенні питань місцевого значення за рахунок організаційної та фінансової самостійності територіальних громад та органів місцевого самоврядування (далі – ОМС). Вказане, на нашу думку, є ключовою умовою та індикатором успіху зазначеної реформи загалом, однак досягненню бажаного протистоїть низка перешкод.

На цю тему є досить багато публікацій. Але вони в основному стосуються економічних та політичних аспектів утворення ОТГ. Ми ж тут намагаємось звернути увагу на аспект не зовсім помітний, але дуже важливий – формування спільного простору ОТГ на основі нової ідентичності громади, яка проте не має стати антагоністом до місцевих ідентичностей людей, що проживають у різних поселеннях цієї громади, а є інтегральним творенням нової спільноти, базованої на взаємній довірі, спільних цінностях та інтересах.

⁸ «Про схвалення Концепції реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні». Розпорядження КМУ від 01.04.2014 р. №333-р. // Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/333-2014-%D1%80>

За останні три роки від початку утворення ОТГ ми уже можемо визначити деякі суттєві проблеми, що створюють перепони для прискореного розвитку:

- неспроможність членів громад до солідарних дій, спрямованих на досягнення спільних цілей розвитку громади, захист своїх прав, інтересів та нерозвиненість форм прямого народовладдя;
- завищене очікування від об'єднання – бажання отримати нову якість життя відразу після створення ОТГ і без власної участі у процесі її розвитку;
- наявність підозр щодо справедливості розподілу коштів ОТГ між поселеннями радою громади, недовіра до голови громади, як «вихідця не з їхнього села»;
- невиважена політика керівників окремих районів щодо ОТГ, створення перешкод для утворення ОТГ через поширення міфу «центральне поселення ОТГ житиме за рахунок інших»;
- нерозвиненість у територіальних громадах практики соціальних ініціатив і соціальної економіки з виробництва соціальних, культурних, побутових, медичних, інформаційних та інших послуг для їх членів; невикористання ресурсного потенціалу цього сектору у місцевому розвитку;
- відсутність кроків щодо формування спільних цінностей ОТГ на основі спільних програм розвитку, спільної роботи, а не тільки святкування «днів села».

Зокрема, за результатами соціологічного опитування, проведеного Фондом «Демократичні ініціативи» 9 (опитано більш ніж 2000 респондентів у 110 населених пунктах по всіх областях, окрім АР Крим, час проведення: 08–20 жовтня 2015 року), спостерігається наступна тенденція: українці, попри Революцію Гідності, виявляють досить низьку суб'єктність. Так, відповіді на запитання «*Чи зросла за останні два роки готовність громадян до участі у місцевих справах громади (на рівні міста, району, села, вулиці, будинку тощо) і Ваша власна?*» розподілилися наступним чином:

відповіді	уявлення про суспільство	уявлення про себе
підвищилась	39,3	20,2
залишилась без змін	37,4	60,1
зменшилась	8,9	12,2
важко відповісти	14,4	7,6

На запитання «Чи зросла за останні два роки готовність громадян до об'єднання в громадські організації та ініціативи? І Ваша власна?» отримано такий результат:

відповіді	уявлення про суспільство	уявлення про себе
підвищилась	50,5	17,7
залишилась без змін	26,9	61
зменшилась	7,5	12,4
важко відповісти	15,1	9

Таким чином, визначені соціально-психологічні чинники лежать в основі неспроможності територіальних громад до розвитку та зумовлюють інші соціально-економічні, демографічні та духовно-культурні проблеми місцевого розвитку, зокрема:

- економічну неспроможність значної кількості територіальних громад, що полягає у недостатності коштів у їх бюджетах розвитку для інвестицій в інфраструктуру, зниженні ефективності використання місцевих ресурсів та активів, погіршенні інвестиційної привабливості;
- критичну зношеність теплових, каналізаційних, водопостачальних мереж і комунального житлового фонду та ризик виникнення техногенних катастроф;
- незадовільну у більшості територіальних громад демографічну ситуацію (старіння населення, знелюднення сільських територій та моно-функціональних міст);
- скорочення у територіальних громадах мережі навчальних та лікарняних закладів, об'єктів інфраструктури, культури: клубів, бібліотек, будинків культури, місцевих музеїв тощо.

Висновок: без появи та утвердження територіальної громади як основного суб'єкта (єдиного соціального організму), зацікавленого та спроможного взяти відповідальність за власний розвиток та успіх реформи децентралізації, усі зусилля зовнішніх акторів у цьому напрямі – *держави та її установ, інститутів громадянського суспільства* – будуть малоефективними та недостатніми.

Відповідальна та спроможна територіальна громада – це не просто певний загал мешканців, що проживають у поселенні – селі, селищі або місті чи в декількох селах. **Це**, насамперед, певна **суспільна і психологічна сутність**, що відповідно характеризує *місце*, де разом проживають люди, самих цих *людей*, їх цінності та *взаємовідносини* між ними.

Появі такої громади сприяє відчуття *єдності, солідарності, довіри, поваги, взаєморозуміння* серед її членів, а також *ідентичності*. Ідентичність є багатозначним поняттям і водночас яскравою характеристикою індивіда чи спільноти. Наявність у спільноти сформованої ідентичності є важливою передумовою її суб'єктності, запорукою сталості та розвитку.

Отже, тут ми спробуємо поміркувати про ідентичність ОТГ та можливості її формування.

РОЗДІЛ 2

«ІДЕНТИЧНІСТЬ»: ПОНЯТТЯ, ЗМІСТ, СТРУКТУРА

Процеси трансформації українського суспільства наприкінці ХХ – початку ХХІ століття характеризуються становленням нових та зміною старих соціальних груп і спільнот, що супроводжується глибокими кризовими явищами суспільної свідомості. Зазначене проявляється у втраті окремими особами та їх спільнотами звичних орієнтирів, норм, цінностей, світогляду, які у радянський період формувалися та підтримувалися державою та її інститутами. Патерналізм, який пронизав за останнє століття наше суспільство, в умовах краху соціалістичної системи господарювання, впровадження ринкової економіки та швидких змін відносин власності зіграв із більшістю людей злий жарт. Вони, на жаль, не можуть швидко адаптуватись до змін і це призвело до занепаду цілих територій, поширення алкоголізму, апатії, недовіри усіх до всіх.

За цих умов дезорієнтації люди намагаються самостійно ідентифікувати себе, перш за все, як представників тих груп чи спільнот, що видаються найбільш близькими, очевидними та зрозумілими ¹⁰.

Мотивом таких дій є, **насамперед, бажання мати певність, розуміння щодо самих себе** (хто ми такі?, чому так вчиняємо?, чому це важливо?) та ще, більш важливо, **стосовно інших** – **чужих** (хто вони?, що у них на думці? чого від них очікувати?). Таке **розуміння** або **визначення відбувається завдяки розрізненню**, де «свої», а де «чужі» та **самоототожненню** себе зі «своїми», «рідними», «близькими» тощо. Воно є запорукою впевненості індивіда (групи) у своїх силах, своєму сьогоденні та майбутньому.

Поняття «**ідентифікація**» (від лат. *identifico* – ототожнювати) означає **процес** емоційного та/або свідомого **самоототожнення** індивіда (групи, спільноти) з іншою людиною, групою, ідеалом, **засвоєння** ним (ними) норм, цінностей, стандартів поведінки тих спільнот, до яких належить або прагне належати особа (група). У цьому контексті процес ідентифікації є

¹⁰ Овчиннікова Л.В. Локальна ідентичність як соціокультурний феномен: чинники формування та відтворення. // Дисертаційне дослідження. – Харків, 2012. – С.4.

функцією самоопису, самовизначення індивіду, свідомого або несвідомого набуття ним власної суб'єктивності.

Поняття «**ідентичність**» походить одночасно від двох складових: *Idem* (лат. означає – *тотожний, подібний*) та *Ipse* (лат. означає – *самість, або самого себе*)¹¹. Відтак **ідентичність означає одночасно і унікальність** індивіда (спільноти), і його (їх) **приналежність до певного об'єкта ототожнення** – іншої людини, місця, території, етносу, конфесії тощо. **Ідентичність** – це **результат процесу ідентифікації**, в основі якої лежать механізми **розрізнення та ототожнення**. Вона виникає із розрізнення (порівняння) «*Я*» і «*Інший*», «*Ми*» та «*Вони*» та ототожнення із близьким, привабливим об'єктом.

ВИДИ ІДЕНТИЧНОСТЕЙ

Окремі дослідники¹² поділяють існуючі ідентичності на **природні**, які не вимагають послідовної діяльності щодо їх самовідтворення, та **штучні**, що потребують постійної цілеспрямованої підтримки. До перших, зокрема, належать: етнічні, расові, територіальні, загальносвітові. До других – національні, професійні, конфесійні, класові, регіональні, групові тощо. Окремі мають змішаний характер, наприклад, гендерна.

СТРУКТУРА ІДЕНТИЧНОСТІ

Структура ідентичності включає наступні її рівні:

- емоційний (афективний) – настрої, почуття індивіда/спільноти, які виникають до об'єкта ідентифікації, (наприклад, почуття любові до місця народження – малої батьківщини);
- пізнавальний (когнітивний) – уявлення індивіда/спільноти про об'єкт ідентифікації, його характеристики та включення себе (самокатегоризація) до його складу (наприклад: Я – православний/ католик/протестант тощо);
- поведінковий – готовність індивіда/спільноти до дії, а також сукупність мотивацій до дії, які є наслідком їх самоототожнення (наприклад: Я люблю Ісуса Христа; Я – християнин; Я допомагаю нужденним, як це робив Він).

¹¹ Мусієздов О. Відкрита лекція, проголошена 25.09.2014 р. у Культурному центрі «Інді» м. Харків. // Режим доступу: <http://socresource.blogspot.com/2014/10/blog-post.html>

¹² Естественные и искусственные идентичности, или почему национализм, расизм и либерализм идут рука об руку. // Режим доступу: <http://tirofimov.ru/2012/01/estestvennye-i-iskustvennye-identichnosti-ili-pochemu-nacionalizm-rasizm-i-liberalizm-idut-ruka-ob-ruku/>

ФУНКЦІЇ ІДЕНТИЧНОСТІ

Виділяють такі функції ідентичності:

Адаптивну – вона допомагає індивіду пристосуватися до нових соціальних обставин з метою підтримки особистісної цілісності, внутрішньої totoжності та безперервності свого буття.

Інтегративну – об'єднує особистісні та зовнішні – соціокультурні параметри формування особистості.

Сенсоутворюючу – ідентичність є простором утворення нових сенсів, узагальнень, знань тощо.

Завершуючи огляд ідентичності, слід наголосити, що вона, як багатопланове наукове поняття, являє собою 13:

- умову психологічного здоров'я індивіда;
- виступає засобом визначення себе та розпізнавання інших;
- є механізмом його адаптації до мінливої соціокультурної реальності.

Ідентичність проблематизується у часи змін, зокрема, у ситуації, коли з'являється необхідність об'єднати новою синтетичною ідентичністю традиційні «самоочевидні» ідентичності, створити нове соціокультурне колективне «Я» – наприклад, націю-державу.

Ремарка: Про кризу ідентичності. Це було в 2005 році. Після «Помаранжевої революції» велика група інтелектуалів з Києва та Львова поїхала до Донецька, аби взяти участь у публічній дискусії «Донбас в проєкті Україна». Це було вкрай актуальним, оскільки Донбас тоді не сприймав Майдану, не сприймав європейського вибору України. Була дуже цікава та змістова дискусія. Після виступу львівського інтелектуала Тараса Возняка, одна із провідних інтелектуалок Донецька, професорка місцевого університету сказала такі слова: «Я розумію Тараса, я розумію інших людей со Львова і Києва. Ви завжди знали про Україну і перед вами не стояв питання любити чи не любити Україну? Ми ж, жителі Донбаса, як когдато жителі Великої Римської імперії, на утро проснулись в другой стране. Нам теперь надо понять, что для нас Украина?»

На жаль, значна частина жителів Донбасу так і не пододала кризу радянської ідентичності і не прийняла українську ідентичність, що і стало передумовою агресії Росії та відторгнення частини Донбасу від України.

Варто також розуміти, що з іншого боку, будь-який перехід від традиційного суспільства до сучасного, а передовсім до інформаційного, супроводжується вибухом нових ідентичностей, які по-новому фрагментують

¹³ Овчиннікова Л.В. Локальна ідентичність як соціокультурний феномен: чинники формування та відтворення. // Дисертаційне дослідження. – Харків, 2012. – С.22.

суспільство, акцентуючи на особистих інтересах на протипагу загальним. Як наслідок – сучасні синтетичні ідентичності багатоскладові.

Таким чином, соціальна ідентичність є **результатом ототожнення індивіда із соціальними групами (спільнотами), внутрішнього прийняття (інтеріоризації) їх цінностей, норм та/або інтересів, що проявляється у його поведінкових практиках** – як громадянина, як носія статі (жінка/чоловік), як фахівця в тій чи іншій галузі, як віруючої людини, як представника певної етнічної групи, класу тощо.

ЗАПИТАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ

- 1. Що таке ідентичність?*
- 2. Які процеси лежать в основі механізму ідентифікації?*
- 3. Які функції ідентичності?*

РОЗДІЛ 3

ЛОКАЛЬНА ІДЕНТИЧНІСТЬ У СИСТЕМІ ТЕРИТОРІАЛЬНО- ПРОСТОРОВОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ

Як уже зазначалося вище, сучасна наука, досліджуючи феномен соціальних ідентичностей, виділяє колективну, індивідуальну, громадянську, етнічну, національну, професійну, гендерну, вікову, територіально-просторову тощо.

Територіально-просторова або **територіальна ідентичність** — це сприйняття індивідом себе як представника певної «уявленої спільноти», яка ґрунтується *на єдності території проживання, історії та традицій, соціо-культурного досвіду, ціннісних орієнтацій та способу життя*¹⁴. Вона може виникати з об'єктами різного масштабу та змісту, такими, як місце проживання, мікрорайон, район, локальна община, село, селище, місто, територіальна громада, регіон, країна, субконтинент, континент або земна куля.

Поняття «уявлена спільнота» у науковий обіг увів Бенедикт Андерсон (робота «Уявлені спільноти»). Дослідник, аналізуючи передумови формування націоналізму в епоху раннього модерну, дійшов думки, що **будь-яка спільнота** (етнос, клас, нація тощо), більша за первісне поселення з безпосередніми контактами між мешканцями (хоча можливо й воно), **є уявленою**, оскільки представники навіть найменшої нації ніколи не знатимуть більшості зі своїх співвітчизників, не зустрічатимуть і навіть не чутиимуть нічого про них, і все ж **в уяві кожного житиме образ їх співпричетності**¹⁵.

Осмилюючи природу територіально-просторових ідентичностей, від глобальної до локальної, в різних системах координат, слід зауважити,

¹⁴ Коржов Г. Територіальні ідентичності: концептуальні інтерпретації в сучасній зарубіжній соціологічній думці. // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. — 2010. — №1. — С.107-124.

¹⁵ Андерсон Б. Уявлені спільноти. — Київ: Критика, 2001.

що в працях низки дослідників наголос незмінно робиться на «визнанні тією чи іншою територіальною спільнотою таких спільних цінностей, які не тільки визнаються «своїми», але й здатні становити тривку основу для консолідації»¹⁶. У свою чергу **консолідація виступає вагомим передумовою для організації політичного життя на демократичних засадах**, політичної участі громадян та їх впливу на прийняття суспільно значущих рішень. Відповідно **ієрархія територіальних ідентичностей**, де нижчі рівні співіснують з вищими, **виступає тим каркасом**, на якому будується **культура субсидіарної демократії**¹⁷.

Територіально-просторова ідентичність, як правило, представлена наступними рівнями:

- локальний (місцевий);
- регіональний;
- державний/національний;
- глобальний.

Отже, «локальна ідентичність» уособлює первинний (базовий, основний) рівень територіально-просторової ідентичності. Термін «локальний» є похідним від латинського «localis», що означає «конкретне місце» або «розташування у просторі».

Своєрідну характеристику місця та простору дав американський географ китайського походження І-Фу Туан. «Простір, – зазначав він, – у західному світі є загальноприйнятим символом свободи. Простір відкритий, передбачає майбутнє й спонукає до дії... Закритий й олюднений простір стає «місцем». У порівнянні з «простором», «місце» є спокійним центром певних цінностей. Людям необхідне як місце, так і простір. Місце – це безпека, простір – це свобода; ми прив'язані до першого й тужимо за другим. Немає кращого місця, ніж дім...»¹⁸.

Рідний дім, як головний символ місця, зберігає сліди, які залишила історія, він пов'язаний із сім'єю, її долею. **Дім виступає** головним елементом малої батьківщини для багатьох поколінь, **основною, що формує локальну ідентичність**. Певну роль в її формуванні **відіграють самотутні люди, магічні місця**.

¹⁶ Нагорна Л.П. *Регіональна ідентичність: український контекст [Текст]: [Моногр.] / Л.П. Нагорна. – К.: ІПіЕНД імені І.Ф. Кураса НАН України, 2008. – 405 с.*

¹⁷ Панченко Т.В. *Регіональна і локальна ідентичності як складові культури субсидіарної демократії. Серія 22. Політичні науки та методика викладання соціально-політичних дисциплін, Київ. 2010. – Вип. 4. – С. 72-77.*

¹⁸ Tuan Yi – Fu. *Przestrze i miejsce / Yi – Fu Tuan; prze o y a Agnieszka. Morawi ska. – Warszawa: Pa stwowy Instytut Wydawniczy, 1987. – 253 s. 8, – С. 75.*

Локальна ідентичність – результат ототожнення себе з певним «місцем» фізичного простору, яке має символічну та ціннісну значущість, специфічну культуру, – моє село, моя річка, мій ліс, мої сусіди..., а у нас краще співають.

Локальна ідентичність поєднує у собі як структурні (наявність окремого місця поселення, локальної спільноти тощо), так і культурні характеристики, що проявляються в уявленнях щодо місця самої особи в цій системі цінностей.

Локальна ідентичність може реалізовуватися через ідентифікацію з окремими елементами, зокрема:

- з місцем народження/малою батьківщиною;
- з особливостями місцевого ландшафту і клімату;
- із відомими місцевими історико-культурними подіями;
- із значимими людьми: з близькими та рідними, друзями (безпосередні контакти); колегами по роботі; відомими особами;
- з економічною спеціалізацією місця і рівнем його соціально-економічного розвитку;
- з особливими реальними або приписуваними межами колективної поведінки¹⁹.

Багатоманітність елементів локальної ідентичності свідчить, що її формування відбувається під впливом багатьох чинників. До них російський етнолог С.С. Савоскул додає також уявлення про сучасний стан суспільства, в якому перебуває індивід та з яким він себе в тій чи іншій мірі ототожнює, оціночні судження про свою спільноту та її соціокультурне та природне середовище, уявлення про сусідні та інші співтовариства, з якими взаємодіють представники даної групи тощо.

Таким чином, локальна ідентичність (далі – ЛІ) – це результат ототожнення людиною себе з певним місцем фізичного простору, що має символічну і ціннісну значущість, специфічну культуру. Вона формується під впливом колективного та індивідуального досвіду і взаємодії в межах локальної спільноти.

Ремарка: Про просторову основу місцевої ідентичності.

Інститут громадянського суспільства працює в різних територіях з різними категоріями жителів територіальних громад. Але у нас є традиція проводити «майстер-класи» із старшокласниками у школах громад. Ми задаємо школярам питання – що у вашій громаді є таке, чим ви можете пишатися і такого немає у інших. Школяр може обрати не більше трьох ва-

¹⁹ *Локальная идентичность: формы актуализации и типы / Морозова Е.В., Улько Е.В. – ПОЛИТЭКС. – 2008. – № 4. – С. 139-151.*

ріантів. Як правило, перше-друге місце поділяють: об'єкт природи – річка Турунчук, озеро Ялпуг, морський пляж, грибний ліс... та «працьовиті, розумні, привітні... люди».

Природна чесноть дітей тут є чітким індикатором – в основі місцевої ідентичності лежить «сакральний» для місцевих людей природний об'єкт та спільнота людей, які живуть на цій території.

Важливими **чинниками формування ЛІ** є:

- **місце** як специфічний простір значимих смислів, цінностей та норм;
- **первинна соціалізація**, агентами якої виступає близьке локальне оточення;
- **взаємодія** в межах локальної спільноти;
- **колективна пам'ять** спільноти щодо значущих подій та персоналій в історичному розвитку місця²⁰.

За характером ЛІ може бути **номінальною та реальною**. У першому випадку особа або група виділяє себе із соціуму та відносить до певної спільноти, у другому – на основі усвідомлених та прийнятих цінностей або інтересів локальної спільноти особа добровільно включається до здійснення діяльності на благо своєї спільноти. Деякі науковці розглядають існування латентної ЛІ, яка лежить в основі номінальної та реальної, коли особа себе не самоідентифікує, а лише відносить до кола «місцевих», «наших», «своїх» на противагу до їх антонімів («Мы – пскопские» (у розумінні псковские – Авт.) фраза із фільму «Ми з Кронштадту», 1936 рік).

Сформована ЛІ індивіда проявляється на трьох рівнях:

- 1) емоційному;
- 2) когнітивному (пізнавальному);
- 3) поведінковому.

Емоційний рівень включає емоції, настрої, почуття, які відчуває індивід стосовно своєї належності до локальної спільноти. Вони можуть бути **як позитивними, так і негативними**, варіювати від повного неприйняття членів спільноти до повної підтримки, від почуття сорому до гордості, від приниження до зверхності тощо. Даний рівень ЛІ включає й емоційну **прив'язаність до місця**, відчуття близькості, спорідненості із ним, з його природою, із фізичним, соціальним та культурним середовищем. Кожен індивід має сильне почуття або прихильність до певних місць, об'єктів та просторів, що може бути описаним за допомогою таких словосполучень як «*родинне гніздо*», «*шкільні друзі*», «*улюблене крісло*», «*старі сусіди*», «*моє місто*» або «*улюблена кімната*».

²⁰ Овчиннікова Л.В. Локальна ідентичність як соціокультурний феномен: чинники формування та відтворення. // Дисертаційне дослідження. – Харків, 2012. – С. 7.

До **когнітивного (пізнавального) рівня** ідентичності слід віднести **інформованість щодо локальної спільноти**, до якої належить індивід – про її **спосіб життя, традиції, історію, соціально-економічний та політичний стан місця**, про типові характеристики представників цієї спільноти, про своє місце в ній тощо. Провідними факторами формування даного рівня є соціальні потреби, пов'язані із включенням особистості до первинних груп і відповідних їм соціальних ситуацій. Особливої значущості тут набуває **колективна пам'ять**, за допомогою якої і **відтворюються смисли, уявлення та системи оцінок** як щодо «своєї групи», так і соціальної реальності загалом.

Поведінковий компонент характеризує певну готовність до дії, а також **сукупність мотивацій до дії**, що сформовані на основі когнітивно-емоційного сприйняття себе в якості представника локальної спільноти, на основі вищих соціальних потреб особистості (зокрема, потреби бути включеним у соціальне середовище, мати поле для самореалізації) та відповідно до способу життя індивіда, в якому можуть бути реалізовані соціальні та індивідуальні цінності особистості²¹.

ВИЗНАЧЕННЯ МЕЖ ЛОКАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ

Отже, ЛІ є результатом ідентифікації індивіда/групи з місцевою спільнотою, відчуттям причетності до подій, що відбуваються на території безпосереднього мешкання (району, міста, мікрорайону, селища, села). Вона виявляється у формуванні певної системи цінностей і норм поведінки жителів території. При цьому **спільноти** району, міста, мікрорайону, селища, села, громади **володіють**, умовно кажучи, **різними властивостями** локальності. Іншими словами, не усі вони є у повній мірі локальними спільнотами. Щоб оцінити їх відповідність категорії «локальна спільнота», варто виокремити її головні ознаки, які дадуть уявлення про межі.

По-перше, **відносини, що виникають між членами локальної спільноти, мають характер безпосередніх контактів**. Членів спільноти об'єднує певна єдність цілей і засобів, що впливає із спільноти повсякденного життя. Вони сприяють розвитку й мобілізують суспільну поведінку²². Отже, організація безпосередніх відносин між людьми й підтримка кон-

²¹ Овчиннікова Л.В. Локальна ідентичність як соціокультурний феномен: чинники формування та відтворення. // Дисертаційне дослідження. – Харків, 2012. – С. 64.

²² Слиз А. Локальная и региональная идентичность в процессе глобализации. // Вісник СевДТУю Вип. 94: Філософія: зб. наук. пр. – Севастополь: Вид-во: СевНТУ, 2009. – С. 3-7.

тактів між ними, властиві для локальної спільноти, зумовлює обмежену кількість її членів. Вважається, що в ідеалі локальне співтовариство на- раховує не більше 5000 жителів. Не випадково у різноманітних концеп- ціях адміністративно-територіального поділу саме ця кількість населен- ня вважалась оптимальною для адміністративно-територіальної одиниці базового рівня. Якщо число жителів збільшується, зростає анонімність та зменшується суспільний контроль. Але нинішні технології комунікацій, мобільність населення та необхідність концентрації ресурсів стимулюють утворення все більших адміністративно-територіальних одиниць, що є но- вими викликами для місцевих ідентичностей. Попри це, в європейських країнах, де відбулись подібні реформи у новоутворених муніципалітетах/ громадах, дуже дбайливо ставляться до кроків, які дозволяють формувати уже більшу, модернову ідентичність, необхідну для розумного зростання.

По-друге, локальна спільнота відчуває необхідність у певних соціаль- них інститутах, з якими пов'язане життя кожної людини. Оскільки люди- на народжується, вчиться, працює, відпочиває, хворіє й вмирає, місцево- му співтовариству потрібні лікарні з пологовим відділенням, дитячі садки, школи, підприємства, церкви, пункти побутового обслуговування, місця відпочинку і, звичайно, цвинтарі як особливі місця суспільної пам'яті, що об'єднують тих, хто пішов, й тих, хто залишився²³.

Отже, **лише спільноти окремих сіл, селищ, малих міст відповідають цим ознакам локальних співтовариств.** На урбанізованих територіях ло- кальні співтовариства витісняються територіальними співтовариствами (community), для яких властиві менш стійкі зв'язки між членами, більш низький рівень індивідуальної та колективної ідентифікації, готовність до міграції, менш тісні відносини з родиною, а також слабке почуття спільного господарювання²⁴.

За великим рахунком, ідентифікацію мешканця великого міста з відпо- відним містом лише з певною умовністю можна назвати локальною, вона ближче до регіональної. Його локальне співтовариство розширюється в ок- ремих випадках до кількох мільйонів жителів, в результаті чого втрачаються ознаки «локальності». Лише в окремих випадках можливе формування до- даткового, базового рівня ідентичності — ідентифікації з районом, мікрора- йоном. Хоча, оскільки відповідна спільнота є переважно утворенням штуч- ного характеру, вона володіє лише обмеженими властивостями локальності.

²³ Панченко Т.В. *Регіональна і локальна ідентичності як складові культури субсидіарної демо- кратії. Серія XXII. Політичні науки та методика викладання соціально-політичних дисциплін, Київ. 2010. — Вип. 4. — С. 72-77.*

²⁴ Слиз А. *Локальная и региональная идентичность в процессе глобализации. // Вісник СевДТУю Вип. 94: Філософія: зб. наук. пр. — Севастополь: Вид-во: СевНТУ, 2009. — С. 3-7.*

ЛОКАЛЬНА ІДЕНТИЧНІСТЬ У СОЦІОЛОГІЧНОМУ ВИМІРІ

За результатами соціологічних досліджень, які представлені у виданні Інституту соціології НАН України «Українське суспільство: моніторинг соціальних змін» (вип. 1, том 2, Київ, 2014 р.), можливо отримати уявлення про деякі показники, які характеризують локальну ідентичність. Зокрема, прослідкувати динаміку віднесення себе респондентами до представників територіальних спільнот, насамперед, локального та регіонального рівнів, а також до складу громадянської та етнічної ідентичності.

На запитання «*Ким ви себе передусім вважаєте?*» респонденти надавали впродовж зазначених років наступні відповіді:

Відповідь/Рік	1992	2000	2002	2004	2005	2006	2008	2010	2012	2013	2014
громадяни-ном України	45,6	41	41	44,2	54,6	51,6	51,7	51,2	48,4	50,6	64,4
мешканцем села, району, міста	24	31,3	31,6	30,5	24,6	27,7	24,5	27,2	29,8	28,6	16,1
мешканцем регіону (області)	6,8	6,9	5,9	6,7	6,4	6,6	9,3	6,6	7,6	7,8	8
представником етносу	-	-	3	3,1	2,1	1,8	2,6	3,1	1,8	2	2,1

У даному дослідженні, окрім вказаних чотирьох, було ще зазначено экс-радянську, європейську та світову ідентичність, рівень значення яких несуттєвий та коливається у межах 0,3–5,4 пункта).

Наведені у таблиці дані показують наступне:

- ЛІ за кількісними показниками посідає друге місце у рейтингу серед семи видів ідентичностей та демонструє відносну стабільність;
- протягом значного часового відрізка вона переважає регіональну у середньому в три рази, і, у свою чергу, приблизно у 2,3 рази поступається громадянській;
- потенційно ЛІ може переходити у загальногромадянську ідентичність (2014 р.), у регіональну – меншою мірою (2008 р.).

Наступне опитування виявляло підстави та рівень готовності респондентів залишити місце проживання, а також дало можливість скласти рейтинг мотивів таких вчинків.

На запитання «*Як ви вважаєте, які причини могли б Вас змусити виїхати з Вашого населеного пункту?*», відповіді розподілилися наступним чином:

Відповідь*/Рік	1994	1996	2000	2004	2005	2006	2008	2010	2012	2014
Не хочу виїздити зі свого населеного пункту**	55,9	59,7	54,3	36,8	51,9	51,9	52,2	52,2	53,3	57,7
Бажання знайти нове місце роботи	7,1	9,8	18,0	22,9	17,6	18,1	15,8	19,9	18,9	13,9
Шкідливі для здоров'я екологічні умови	18,6	16,3	15,4	16,8	15,4	16,4	16,8	16,7	15,4	9,8
Остерігаюся між-національних конфліктів	3,1	1,6	1,2	2,1	1,3	1,2	1,6	1,2	1,3	8,4
Просто хочу змінити місце проживання	5,3	7,1	6,8	8,4	7,8	7,5	8,4	9,0	8,6	5,8

* у зазначеному переліку відповідей не вказано наступні причини з огляду на їх незначний рівень:

1. Інші причини (показники 1994 – 3,2; 2014 – 5,0).
2. Хочу переїхати ближче до родичів, друзів (показники 1994 – 6,2; 2014 – 3,6).
3. Хочу змінити кліматичні умови (показники 1994 – 3,0; 2014 – 1,8).
4. У зв'язку із навчанням (показники 1994 – 1,9; 2014 – 1,7).
5. Хочу повернутися на батьківщину, де зростав, навчався (показники 1994 – 2,5; 2014 – 1,5).
6. Через труднощі з мовою спілкування (показники 1994 – 0,3; 2008 – 1,1.; 2014 – 0,2).
7. Не відповіли (показники 1994 – 1,7; 2014 – 0,2).

** у 2004 році замість відповіді «Не хочу виїздити зі свого населеного пункту» була відповідь «Важко сказати».

Наведені дані свідчать про досить **значний і стійкий** у часовому вимірі **рівень прив'язаності** респондентів до місця свого проживання і **відсутність вагомих підстав**, які б змінили таку настанову. Конкуренцію цьому тренду складає бажання знайти нове місце роботи (у зазначеному дослідженні на запитання «Чи важко знайти роботу у Вашому населеному пункті?» – легко – зазначили – 18; **важко** – **60**; не знаю – 20,9; не відповіли – 0,3), однак у разі появи робочих місць вдома, що має бути одним із напрямів політики місцевого розвитку, цей показник знизиться.

Таким чином, багаторічні **дослідження суспільної думки** фактично за усі роки незалежності України **свідчать про наявність об'єктивних та тривалих чинників, які лежать в основі локальної ідентичності**.

Власне, це дає підстави зробити узагальнюючий висновок, що **попри світову тенденцію розмивання територіально-просторових ідентичностей, локальна ідентичність є стійкою завдяки її «органічному» походженню** – емоційному та фізичному зв'язку індивіда з місцем, спільнотою та її культурою, які визначаються індивідом як «свої», тобто прийнятні, зрозумілі, рідні²⁵.

²⁵ Овчиннікова Л.В. *Локальна ідентичність як соціокультурний феномен: чинники формування та відтворення. // Дисертаційне дослідження. – Харків, 2012. – С.8.*

ЛОКАЛЬНА ТА РЕГІОНАЛЬНА ІДЕНТИЧНІСТЬ: СПІЛЬНЕ ТА ОСОБЛИВЕ

Регіональна ідентичність, як зазначалося вище, є наступним після локальної, рівнем територіально-просторової ідентичності.

Під поняттям **регіональна ідентичність** розуміється сприйняття індивідом себе як представника «уявної спільноти», яка базується на єдності території проживання, соціально-культурного досвіду, ціннісних орієнтацій та способу життя²⁶.

Розвиток регіональної ідентичності передбачає наявність принаймні двох видів передумов: культурних та соціально-економічних²⁷. Важливими чинниками формування регіональної ідентичності є:

- **«територія»** регіону як значно більше географічне утворення, на відміну від «місця» у локальній;
- його певна **соціально-економічна цілісність**;
- особлива **регіональна культура та історія**.

Спробуємо здійснити аналіз зазначених чинників формування регіональної ідентичності шляхом порівняння з аналогічними, які лежать у основі локальної ідентичності.

Насамперед в українських реаліях, на відміну від західноєвропейських, зокрема Німеччини чи Об'єднаного Королівства, виникає проблема визначення меж регіону, тобто його просторового розташування, а також чіткого визначення суті змісту цього поняття. Ще французькі дослідники наголосили, що регіон – це нечітко зафіксоване просторове утворення, що охоплює певні реалії, які є надзвичайно різноманітними за масштабом і змістом²⁸. Отже, за просторовим критерієм відмінність є суттєвою:

- локальна передбачає чіткі межі місця, які, як правило, збігаються з межами таких поселень, як село, селище, місто, котрі у своїй більшості мають природньо-історичне походження;
- межі регіонів, які у нас збігаються з межами областей, Автономної Республіки Крим та двох міст – Києва та Севастополя, мають переважно штучний характер, зумовлений, насамперед, інтересами зручності адміністративно-управлінської діяльності Центру, та є рудиментом управлінської культури колишнього СРСР.

²⁶ Коржов Г. Регіональна ідентичність Донбасу: генезис та тенденції розвитку в умовах суспільної трансформації. // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2006. – №4. – С.41.

²⁷ Бусыгина И.М. Политическая регионалистика: [Учеб. пособие] / Бусыгина И.М. – М.: Университет; РОССПЭН, 2006. – 280 с.

²⁸ Lacoste Y. Dictionnaire de géopolitique / Lacoste Y. – Paris: Flammarion. – 1995. – 1699 p.

Відповідно «територія» регіону, як чинник, має значно менший потенціал щодо формування відповідної ідентичності, ніж «місце» у локальній.

Критерій «соціально-економічна цілісність», як підґрунтя регіональної ідентичності, є важливим та визначальним насамперед для східних та південно-східних регіонів нашої держави з усіма відомими наслідками, які випливають з цього. Так, наприклад, у європейському контексті цей критерій поступається культурно-історичному, котрий у багатьох країнах посідає перше місце серед чинників у формуванні регіональної ідентичності.

Зокрема, аналізуючи регіональну ідентичність Донбасу, М. Коржов у дослідженні «Регіональна ідентичність Донбасу: генезис та тенденції розвитку в умовах суспільної трансформації» так описує зміст соціально-економічного буття цього регіону: *«Гіпертрофована індустріалізація призвела до формування так званих монозаводських міст, усе життя яких концентрувалося навколо одного або декількох підприємств. Це створювало ситуацію технологічної залежності працівників, які з року в рік працювали в одних і тих же умовах і які набували вузькопрофесійні навички, що закріплювали їх на одному місці. Не було можливості ні змінити напрямку діяльності, ні місце зайнятості. Це створило майже необмежені можливості для керівників таких підприємств, перетворюючи їх у реальних господарів міст, фактично в удільних князків. Так створювалися умови для розквіту патронально-клієнтських стосунків, які на першому етапі обмежувалися патерналістською моделлю поведінки, коли директор виступав у ролі «батька рідного», що піклувався за матеріальний та соціальний стан робітників, вимагаючи натомість безумовної лояльності та самовідданої праці. Важка фізична праця, постійне відчуття загрози, примітивний побут, примушувальні форми соціальності сформували певний тип особистості, принципово відмінного від західного типу. Домінантними рисами поведінки стали примітивне споживання, підлабузництво, імператив підлеглості та кар'єрних змін існування.*

Заволодівши в процесі «прихватування» більшістю промислових підприємств, нові господарі зрозуміли ментальність (переважно радянську — Авт.) своїх працівників, і не тільки швидко відновили патерналістські стосунки, але надали їм нового імпульсу. В умовах дикого капіталізму ця залежність отримала нові більш глибокі форми і поширилася на усі суспільні сфери, зокрема і на політичну поведінку. Заради доброго ставлення господаря, робітники уже сплачували своїми голосами на виборах, втягувалися в специфічну політичну діяльність аж до фальсифікацій та махінацій. Це породжувало у них ілюзію особливих близьких та довірливих стосунків з босом, тим самим посилювало психологічну залежність»²⁹. Зазначене, на наш погляд, розкриває основ-

²⁹ Коржов Г. Регіональна ідентичність Донбасу: генезис та тенденції розвитку в умовах суспільної трансформації. // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. — 2006. — №4. — С.41.

ні причини виникнення та зміст нинішнього стану, точніше довоєнного, регіональної ідентичності Донбасу.

Повертаючись до предмета нашого аналізу, зазначимо, що на локальному рівні цей чинник не є суттєвим. З іншого боку, у контексті специфіки Донбасу він є чинником, що унеможлиблює формування повноцінної локальної ідентичності, адже фактично вся енергія мешканця умовного шахтарського містечка йде на важку працю, жорстко контрольовану громадянську активність (голосування за визначеного кандидата, а не вибори). Тому часу та особливого бажання на суспільну діяльність хоча б у масштабах вулиці, взаємодію у межах своєї спільноти, ототожнення себе з місцевими краєвидами тощо за таких умов не існує і вони у пересічного мешканця Донбасу не є внутрішньо необхідними. Ми свідомо надали аналізу цього чинника у його донбаському прояві більшої уваги з огляду на необхідність та актуальність розуміння передумов національної трагедії, яка, серед іншого, спровокована такою формою ідентичності зазначеного регіону.

Особлива регіональна історія, традиції або міфи (які виступають часто як інтерпретації минулого), мова, релігія, регіональна література, музика, фольклор складають передумови розвитку регіональної ідентичності культурного характеру. Саме на цій основі будуються регіональні ідентичності європейських етнічних регіонів. Проте окремі регіональні культури можуть стимулювати процеси соціального навчання та інновації, а інші, навпаки, стримувати. Класичним прикладом є південь і північ Італії – Сицилія і Ломбардія.

У певний історичний період культурні чинники були підґрунтям регіональної ідентичності Галичини та Буковини. Зазначений чинник у багатьох своїх компонентах відіграє тотожну роль і при формуванні локальної ідентичності. Однак в загальнодержавному масштабі його потенціал залишається незначним – більшості українських регіонів набагато важче «винаходити традицію» на такому ґрунті 30.

У радянські часи тотальна пропаганда створювала нову регіональну ідентичність «радянського типу». Харків – «перша столиця», Донбас – інтернаціоналісти, Одеса – Південна Пальміра, Галичина – бандерівці... Попередня історична самобутність регіонів просто ігнорувалась і підмінялась російською чи радянською інтерпретацією історії, аби нівелювати українську складову ідентичності.

Завершуючи розділ, слід вказати на наступні особливості, які ще не згадувалися вище:

- регіональна ідентичність зазвичай проявляється у тих суспільствах, де тільки йде становлення національної ідентичності як феномена вищого порядку;

³⁰ Нагорна Л.П. *Регіональна ідентичність: український контекст [Текст]: [Моногр.] / Нагорна Л.П. – К.: ІПіЕНД імені І.Ф. Кураса НАН України, 2008. – 405 с.*

-
- регіональна ідентичність більшою мірою конструюється зовнішніми акторами, ніж формується природно, що характерно для локальної, і вона не є такою цілісною, як друга. Зокрема, регіональна ідентичність Донбасу, Буковини, Полісся, Подніпров'я різняться більшістю критеріїв, точніше, кожна із вказаних регіональних ідентичностей будується на своєму фундаменті. У локальної фундамент є більш універсальний;
 - регіональна ідентичність для мешканців південно-східних регіонів України виконує компенсаторну функцію, яка заміняє їм втрачену радянську і ще не набуту державну або національну (у розумінні політичну, а не етнічну);
 - ця різновидність ідентичності має ознаки партикулярності (обособленості, домагання власних інтересів на протигагу загальним) і конкурує з більш універсальною – національною (етнічною або політичною).

ФУНКЦІЇ ЛОКАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ

Соціологи виявили закономірність, що чим більшою мірою проявляється локальна ідентифікація індивідів, тим більш вираженою є їхня громадянська ідентичність. Це дає підстави розглядати ЛІ як чинник консолідації українського суспільства.

В умовах суспільної нестабільності ЛІ, як і національна, може слугувати опорою людині щодо визначеності власного становища в системі суперечливого соціального простору та бути підставою для діяльнісної активності і частково компенсувати втрату інших важливих соціальних ідентичностей.

З іншого боку, роль та значення феномену ЛІ в процесах державотворення, зокрема, їх спроможності конкурувати з іншими видами ідентичностей, насамперед, збалансовувати регіональну, яка, як зазначалося вище, є підставою сепаратизму та створює загрозу територіальній цілісності держави, зумовлюють увагу до пошуку інструментів конструювання та підтримки ЛІ.

ЗАПИТАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ

1. *Що таке локальна ідентичність?*
2. *Які основні чинники формують локальну ідентичність?*
3. *Що поєднує локальну та регіональну ідентичність?*
4. *Які функції локальної ідентичності?*

РОЗДІЛ 4

ІНСТРУМЕНТИ ТА ПРАКТИКИ ФОРМУВАННЯ І КОНСТРУЮВАННЯ ЛОКАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ

Зазвичай ідентичність формується індивідом або групою в процесі їх соціалізації, який має переважно природний характер. У попередніх розділах йшлося про латентну, номінальну та реальну локальну ідентичність та її характерні особливості. Цілком зрозуміло, що латентна чи номінальна локальна **ідентичність** індивіда або групи *може формуватися самостійно* залежно від наявних для цього передумов та ресурсів – внутрішніх (особистісних) та зовнішніх (насамперед природних, культурних тощо).

У формуванні реальної локальної ідентичності як запоруки створення активної територіальної громади, окрім самоідентифікації індивіда або групи, також може брати участь зовнішня по відношенню до них інституція.

Свідому діяльність інституцій **щодо конструювання, збереження, корегування або трансформації локальної ідентичності** можна визначити як **політику ідентичності**. Така політика передбачає відповідні суб'єкти, практики, інструменти та механізми і реалізується переважно в ідеологічній та гуманітарній сферах (про це нижче).

Розглянемо детальніше характерні особливості процесу самоідентифікації на локальному рівні, що приводить до формування відповідної ідентичності. Для цього проаналізуємо необхідні ресурси.

ВИДИ РЕСУРСІВ ДЛЯ ФОРМУВАННЯ ЛОКАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ

Основними видами ресурсів для формування ЛІ є:

- **особистісні**, які представляють *коло значимих осіб* – батьків, рідних, близьких, друзів, сусідів, вчителів, колеґ, земляків тощо;
- **географічні**, які представляють *перелік уявлень* про локалізацію територіального утворення та його природні особливості (рельєф, клімат, флора, фауна);
- **культурні**, які представляють перелік уявлень, пов'язаних із сукупністю матеріальних та духовних цінностей, створених людьми у межах локального територіального утворення;
- **етнічні**, що включають *перелік уявлень* про етнічні групи, що населяють дану територію;
- **історичні**, що включають *асоціативні уявлення*, пов'язані з історичним процесом розвитку місцевої спільноти³¹.

Отже, *коло значимих осіб*, насамперед батьків, рідних, близьких, друзів, сусідів тощо, **виступає** для індивіда (дитини) і у ролі об'єкта **первинного розрізнення, самовиділення та самоототожнення** з ними (її *первинна самоідентифікація*), і у ролі агентів **первинної соціалізації** індивіда (сім'я, двір, вулиця, дитячий садочок, школа). Первинна соціалізація, агентами якої виступає близьке оточення, – це, як зазначалося вище, перша цеглина у формуванні ЛІ. Оскільки механізми тут переважно емоційні, відтак стійкі, і діють на підсвідомому рівні, вкрай важливо забезпечити позитивний характер зазначеного процесу. Негативний перебіг соціалізації дитини у подальшому відобразяться на її психотипі та характері (рівні) її локальної ідентичності.

Аналіз інших видів **ресурсів** (географічні – історичні) актуалізує необхідність наявності *носіїв певних знань*, які формуватимуть у свідомості членів локальної спільноти *перелік зазначених уявлень*. Місія вказаних осіб полягає у збереженні, примноженні та поширенні зазначених знань серед членів локальної спільноти. Ця функція, як правило, виконується окремою категорією місцевої громади, зокрема, вчителями, старшокласниками та творчою молоддю, працівниками місцевих ЗМІ та закладів культури, активними та компетентними пенсіонерами (краєзнавцями, дослідниками), служителями культури тощо. Важливе значення мають видатні земляки, які хоча і полишили рідний

³¹ Семененко І.С., Фадеева Л.А., Лапкін В.В., Панов П.В. Ідентичність як предмет політичного аналізу. Збірник статей за підсумками Всеросійської науково-теоретичної конференції. М., ІСЕМВ РАН, – 2011, – 299 с. // Режим доступу: <http://rua.pp.ua/morozova-kubanskiy-gosudarstvennyiy-37705.html>

край, проте не втрачають зв'язків і є прикладом для наслідування, дослідників, меценатів або спонсорів місцевого культурного розвитку.

Традиційними каналами поширення таких знань є заклади освіти, заводи інформації, культурні та видовищні події (концерти, урочистості, святкування), обряди, ритуали тощо, якими, тією чи іншою мірою, охоплюються усі вікові категорії мешканців локальної спільноти.

Залучення потенціалу зазначених осіб приводить до **формування** відповідного **ресурсу** у формі *уявлень про «місце»* як специфічний простір значимих смислів, цінностей та норм, **з яким прагне самоототожнитися особа**, та про *уявлення*, які становлять *колективну пам'ять* спільноти щодо *значущих подій та персоналій* в історичному розвитку місця. Таким чином, маємо другу та третю цеглини локальної ідентичності.

Завершуючи розгляд особливостей процесу самоідентифікації на локальному рівні, необхідно зробити декілька зауважень щодо останньої цеглини, а саме *взаємодії* в межах місцевої спільноти.

Насамперед слід *відзначити роль взаємодії* у становленні ідентичності. **Взаємодія** індивіда з безпосереднім, найближчим оточенням є основною **умовою формування** ним своєї **ідентичності** (свого індивідуального «Я»), оскільки у її процесі суб'єкт отримує зворотну реакцію. На її підставі, а саме оцінок інших, індивід створює власний «Я-образ», виділяє основні свої риси та особливості. Оточення відіграє роль своєрідного соціального дзеркала, і індивіду для самоусвідомлення необхідно туди час від часу навідуватися. Відповідно рівень розвитку, притаманний членам локальної спільноти, та її характерні особливості, які зумовлені, зокрема, ступенем засвоєння низки вищевказаних уявлень, відіграє значну роль у становленні особистості.

По-друге, як уже зазначалося вище, *відносини*, що виникають *між членами локальної спільноти, мають характер безпосередніх контактів*.

Мешканці локальної спільноти об'єднані певними цілями і засобами, що обумовлено спільністю їх повсякденного життя. Натомість характер їх життя визначається специфікою та спеціалізацією конкретного місця, станом його соціального, демографічного, економічного, екологічного та культурного розвитку. І тут у кожного місця – села, селища, міста – тільки своє, індивідуальне обличчя.

Узагальнюючи наведене вище, наголосимо, що необхідною **умовою формування локальної ідентичності є наявність** необхідних *ресурсів* та *взаємодія у межах місцевої спільноти* між її членами.

Практика засвідчує, що з проблемою дефіциту ресурсів для формування стійкої ЛІ частіше стикаються ті місця та громади, які зазнали багатьох «перекроювань» свого адміністративно-територіального устрою та перейменування назв населених пунктів.

Спогад³²:

Десь ще в 60-ті роки минулого століття, нас, мешканців одного села «Т», називали «свідками». Молодь не розуміла чому «свідки»? А старші люди, які пам'ятали дореволюційну історію, пояснювали це дуже просто. Там була «волесть», де діяв мировий суддя, який виносив рішення винятково на основі показів свідків. Тому свідків в основному наймали із цього села і вони свідчили на користь того чи іншого позивача. Через це в навколишніх селах дуже насторожено ставились до шлюбу із вихідцями з того села. Пройшли роки, люди, які пам'ятали походження такої назви «свідки», відійшли в інший світ. Про це вже всі забули і жодних застережень щодо шлюбу уже ні в кого не виникає. Таким чином, окрім складові місцевої ідентичності можуть змінюватись з часом.

КОНСТРУЮВАННЯ ЛОКАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ

Під терміном «**конструювання**» ми розумітимемо насамперед свідому та цілеспрямовану діяльність, у результаті якої у мешканців локальної спільноти формуватиметься місцева ідентичність. Конструювання ідентичності є складовою частиною політики ідентичності.

Практика формування нової локальної ідентичності у різних країнах, які проводили політику укрупнення муніципалітетів, а також досвід останніх 3-х років української децентралізації, зокрема утворення об'єднаних територіальних громад показує, що є певний набір елементів, які якраз є тим скелетом, на якому формується локальна ідентичність:

- **Сакральність ключового місця** — як правило, це найвизначніша пам'ятка природи чи історії у громаді, про яку знають усі і ніхто не може запропонувати щось більш визначне. Наприклад — озеро, водоспад, гора, замок...
- **Довіра у громаді.** Це коли Центр довіряє периферії, а периферія центру. Це збалансований статут, прозорий та справедливий розподіл бюджету.
- **Спільна робота та спільне святкування.** Спільне свято для всієї громади є дуже важливим, коли у ньому беруть участь жителі різних поселень. Підтримання щорічного святкування днів села у кожному із поселень громади не завжди йде на користь спільній ідентичності і може проковувати певні ревності, де це пройшло краще. На жаль, поки що спільна діяльність в межах усієї громади є не настільки поширеною, як святкування. Але спільна робота об'єднує краще, ніж спільне святкування.

³² Примітка Ткачука А.Ф.

- **Спільна футбольна/чи інша спортивна команда.** Спільна спортивна команда громади, яка ще й може перемагати, є дуже важливим чинником, що формує в членів громади почуття «МИ», тому це слід вітати. Вшанування своїх спортсменів-переможців в межах усієї громади також створює позитивний ґрунт для єдності.
- **Музичний/хоровий колектив, унікальна майстерність жителів у окремих сферах** – це також важливий елемент для місцевої ідентичності (опішнянські баранці, зінківські ковбаси, решетилівські гобелени...).
- **Власна символіка, яка «зачіпає».** Герб, прапор, логотипи, традиції... все, що творить позитивний образ місцевої спільноти, що використовується формально і неформально жителями громади для власної ідентифікації, є цеглинкою у будівництві нової ідентичності ОТГ.
- **Провідна/головна школа, яка краща, ніж у інших, хор, музичний колектив...**

ПОЛІТИКА ІДЕНТИЧНОСТІ

Мета політики ідентичності. Загальною метою політики ідентичності є комунікативна цілісність локальної спільноти, її суб'єктність, здатність формувати й відтворювати спільні уявлення, норми і цінності, приймати спільні рішення і досягати спільних цілей³³.

Щоб спільнота була здатна до цього, вона мусить спиратися на сукупність колективних уявлень і принципів самоусвідомлення як на данність, що не піддається сумніву, або є продуктом усвідомленого компромісу.

Суб'єкти політики ідентичності. Зазвичай у цій ролі виступають: органи місцевого самоврядування та місцеві органи державної влади; осередки політичних та громадських рухів й організацій; органи самоорганізації населення; конфесійні, професійні та інші об'єднання громадян; місцеві культурні діячі; краєзнавці; освітяни; місцеві медіа; представники креативного класу (соціальні та політичні технологи, іміджмейкери, дизайнери, урбаністи), а також впливові фінансові та економічні структури, меценати, що забезпечують ресурсами названих вище суспільних акторів.

Залежно від місцевої ситуації, **політика ідентичності** може бути **спрямована** на вирішення **відмінних завдань**. Їх постановка залежить від характеру локальної спільноти, її чисельності та складу, історико-культурних, географічних передумов формування, а також від актуальної політичної, культурної, ідеологічної ситуації у регіоні, країні та світі.

³³ Розумний М.М. *Політика ідентичності: основні завдання та механізми реалізації Київ, 2011.* // Режим доступу: www.niss.gov.ua/.../files/polyt_ident-e871d.pdf

На різних етапах становлення та розвитку локальної спільноти можуть бути актуалізовані відмінні завдання політики ідентичності:

- аналіз наявних ідентитетів формування локальної ідентичності та визначення їх спроможності забезпечувати відтворення ідентичності або пошук/створення нових, більш дієвих ідентитетів;
- підтримання (відтворення) прийнятної моделі локальної ідентичності засобами соціального (у т.ч. державного) управління та регулювання;
- корекція уявлень про локальну ідентичність та форми її відтворення як відповідь на нові виклики, що постають перед спільнотою.

Отже, політика ідентичності може бути за своїм типом креативною, стабілізуючою або коригуючою.

Ремарка: В селищі М, з кінця 19-го століття був цукровий завод, навколо якого формувалась вся місцева економіка, більшість мешканців селища працювала на заводі чи була пов'язана родинними зв'язками з цукроvarами. Цукровий завод був ключовою сакральною точкою місцевої ідентичності. В 90-тих роках 20-го століття завод припинив своє існування. Деякий час місцеві люди сподівались на його відновлення, навіть пробували не допустити нових власників заводу до демонтажу обладнання та розбирання приміщень. Тим не менше заводу більше немає. Це був сильний удар не тільки по місцевій економіці, традиціям, але й по ідентичності. Старші люди досі не можуть змиритись, що їхнє селище тепер нічим не відрізняється від інших. Молодь, яка виростає без цукрозаводу, уже не розуміє тут ностальгію старших. Тепер це новоутворена ОТГ, для якої має місце криза місцевої ідентичності і для якої потрібно шукати новий просторовий об'єкт, що може бути певним якорем формування нової ідентичності.

ФУНКЦІЇ ПОЛІТИКИ ІДЕНТИЧНОСТІ ³⁴

Важливість політики ідентичності серед інших сфер суспільного управління та видів політики **визначається функціями, які виконує механізм локальної ідентифікації** в системі суспільної організації та саморегулювання. Основними елементами такої організації є:

Моральна та ціннісна консолідація локальної спільноти

Локальна ідентичність завжди пов'язана з набором певних цінностей та норм, які індивід визнає і підтримує як свої власні. Ефект ціннісного і нормативного консенсусу, що досягається в межах такої ідентичності,

³⁴ Розумний М.М. *Політика ідентичності: основні завдання та механізми реалізації Київ, 2011.* // Режим доступу: www.niss.gov.ua/.../files/polyt_ident-e871d.pdf

забезпечує стабільність суспільних зв'язків та дає відчуття захищеності кожному члену спільноти.

Колективне самовизначення

Об'єднана на основі спільних уявлень спільнота стає здатною до колективного мислення і колективної дії. Локальна ідентифікація створює передумову для постановки і реалізації колективних цілей, артикуляції та реалізації колективних інтересів. Життя кожного члена спільноти таким чином набуває додаткового сенсу, оскільки ці інтереси і цілі стають, певною мірою, і його власними. Тим самим **створюються передумови для утвердження в даній спільноті активістського типу політичної культури.**

Нотатка: Ми – українці, ми – подоляни! Це все досить відоме і знайоме, а от далі, ми хто? Мешканці Баглайок чи Іванковець? Це для нас важливо? Чим ми відрізняємось від сусідів? От тут і проявляється наша відмінність – у нас величезний ставок і до нас на рибалку ідуть з міста; у нас найкращі огірки і ми їх солимо за особливим рецептом; у нас виробляють найсолодший у світі цукор; у нас Глібов написав свій найвідоміший твір... Такі «у нас» у кожного своє. Але якщо для більшості місцевих мешканців ця ознака є однаково позитивною, то вона стає якорем місцевої ідентичності.

Зараз в більшості країн світу є проблема знелюднення сільських територій. Це пов'язано з інтенсифікацією сільськогосподарського виробництва, його спеціалізацією, що суттєво зменшує потребу в зайнятості. До цього додаються спокуси для молоді, яка прагне все більших благ цивілізації великих міст і яка хоче заробляти більше грошей за меншу працю, що навряд чи можливо у сільських територіях. Ще однією проблемою у нинішніх розвинутих суспільствах є досить швидка зміна споживчих уподобань населення через вплив медіа, моду, поширення веганства тощо. Раптом поширюється міф, що вершкове масло є шкідливим для організму. Люди скорочують його споживання і фермери, які тримають молочних корів, попадають у скруту, аж до банкрутства. Відмова від хутра позбавляє роботи працівників звіроферм. Перехід на споживання лохини замість чорниці створює свої проблеми. Перелік тут може бути дуже довгим. Але ж селяни за своєю суттю є досить консервативними людьми, та й перебудовувати своє фермерське господарство на нове виробництво не так і просто.

Така ситуація веде до значних стресів та депресивного стану жителів сільських територій, втрати орієнтації щодо свого майбутнього. От тут на виручку може прийти комунікація та співробітництво на горизонтальному рівні. Долати труднощі спільнотою краще, людина у спільноті відчувається більш захищеною. Тому місцева ідентичність і тут може стати фактором,

що допомагає здолати страхи перед майбутнім, створити умови для більш швидкої адаптації до світу, що стрімко змінюється.

Легітимація влади

Організована навколо локальної ідентичності **спільнота** природним чином **структурується, виділяючи зі свого складу керівне ядро** — групу, уповноважену приймати рішення та реалізовувати інтереси спільноти.

Функція влади в такій спільноті є невід’ємною від процесів делегування повноважень і політичної відповідальності. Спільна ідентичність виступає проміжною (опосередковуючою) смисловою структурою у відносинах довіри між народом і владою.

В наші часи формування органів влади у територіальній громаді відбувається за законом, відповідно до встановлених процедур, шляхом виборів, у яких беруть участь і політичні партії, роль яких у формуванні місцевої ідентичності можуть бути не надто позитивними.

Місцева влада, яка сформована не завдяки природному виокремленні кращих із спільноти, а завдяки інформаційним технологіям чи підкупу голосів, може в подальшому стати не цементуючим елементом місцевої ідентичності, а навпаки фактором її руйнування.

Особливо важливо це розуміти у великих ОТГ, до складу яких входить досить багато поселень. Тут важливо аби місцеві політичні структури, що готуються до виборів, не використовували вибори на основі протиставлення жителів одного поселення іншому, Наш — Не наш.

Ремарка: В одній ОТГ — Н, досить сильними є традиції окремішності поселень, які зараз входять до складу цієї громади. Жителі одного поселення не надто шанують жителів з іншого. Тому тут сталась досить дивна історія, головою ОТГ обрали людину взагалі з іншої громади. (До речі такі приклади мають місце і в Латвії, яка провела укрупнення своїх муніципалітетів). Але як це сприймається у громаді тепер? Ця людина, незважаючи на досить активну роботу в інтересах усієї громади, бажання бути максимально справедливою до розподілу коштів між поселеннями громади, так і не стала своєю. В кожному селі існує своє бачення його ролі і своя підозра. Напевне дуже гарний крок, зроблений на початку — обрання головою громади людини з поза громади — не знайшов подальшого розвитку у площині комунікації у громаді та створення позитивного прикладу входження його у нову місцеву ідентичність, що тільки починає формуватись.

Іміджева та репутаційна підтримка

На конкретних формах локального усвідомлення (історія, культура, особливості етнічного характеру, побуту) будується узагальнений образ

представника даної спільноти. Даний образ накладає відбиток на взаємодію кожного члена спільноти із зовнішнім світом, надаючи йому, відповідно, **певні переваги** чи завдаючи **репутаційні збитки**, залежно від конкретної ситуації. Оскільки глобалізація та комунікаційні технології нині стрімко розширюють число контактів, у тому числі і міжнародних, **престижність певної локальності чи упередженість щодо її носіїв стає вагомим чинником життя і діяльності для дедалі більшого загалу людей.**

В Україні, так само як і в Європі, серед жителів різних українських регіонів склались свої уявлення щодо інших регіонів. Часто це виглядає іронічно чи жаргівливо, але по цих уявленнях можна робити висновки і органам влади, і жителям різних регіонів аби формувати свій позитивний імідж в очах інших.

Нижче пропонуємо поглянути на карти сприйняття різних регіонів, що є доступними у мережі Інтернету.



Рисунок 7. Карта України очима киян

Стереотипи, які формуються досить довго, складно побороти за короткий відрізок часу, але при нинішніх можливостях для комунікацій це значно простіше, ніж було ще років 30 тому.

Зазвичай перед здійсненням певних заходів з реалізації політики ідентичності, відповідним суб'єктом має бути організоване ґрунтовне дослідження (бажано багатофакторний аналіз) локальної спільноти щодо її соціально-економічного, соціально-психологічного, культурного, демографічного стану. Після цього слід виробляти певну концепцію реалізації політики ідентичності.

Практика засвідчує, що місцеві органи влади (ОМС та місцеві органи виконавчої влади (далі – МОВ) є на сьогодні, як правило, основним суб'єк-

том організації та проведення політики ідентичності на локальному рівні. Хоча останнім часом конкуренцію їм становлять громадські організації різного спрямування, а подекуди і окремі громадяни³⁵.

ОСНОВНІ ІНСТРУМЕНТИ ФОРМУВАННЯ ЛОКАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ

Аналізуючи досвід МОВ щодо формування/конструювання та підтримки ЛІ, можемо виділити такі **основні інструменти**³⁶:

- територіальний маркетинг;
- соціальна політика;
- символічна політика;
- формування/підтримка місцевого патріотизму.

Територіальний маркетинг — це аналіз, планування, реалізація планів та контроль за здійсненням заходів в інтересах території (місця), її внутрішніх та зовнішніх суб'єктів, зацікавлених цією територією (зазвичай інвестори). Територіальний маркетинг (далі — ТМ) передбачає системне вивчення стану та тенденцій розвитку території для ухвалення раціональних рішень, спрямованих на створення та підтримку привабливості та престижу території в цілому, а також привабливості наявних на ній ресурсів та активів.

Центральною категорією ТМ є **територіальний продукт**, який містить:

- конкретну характеристику території (природні ресурси, клімат, рівень безпеки тощо);
- територію як об'єкт соціальних та економічних інтересів її мешканців у визначені часові відрізки — «сьогодні»-«завтра»-«у перспективі»;
- систему організації та якості менеджменту території.

Цей напрям зумовлений конкуренцією територій за дефіцитний інвестиційний ресурс. Він ґрунтується на конструюванні і розповсюдженні бажаних уявлень про місце, які зумовлені його особливостями — природно-кліматичними, історичними, культурними, духовними тощо та рівнем розвитку його соціальної та виробничої інфраструктури.

³⁵ Одеська група ВГО Української Миротворчої школи впродовж лютого 2015 року здійснювала проект «Локальна ідентичність та міжетнічні відносини» // Режим доступу: <http://rease.in.ua/proekt-ya-hromadyanyn-ukrajiny>; Проект «Сильні локальні громади — ключ до успіху реформи місцевого самоврядування» впродовж літа та осені 2015 року здійснювався Фондом «Освіта для Демократії» (Варшава, Польща), Вінницькою МГО «Наше Поділля», Товариством Лева (Львів) та Мережею «Громадські ініціативи України». // Режим доступу: <http://ngonet.org.ua/blog/konkurs/750.html#cut>

³⁶ Морозова Е.В. Локальная идентичность и проблемы ее конструирования. Идентичность как предмет политического анализа, М., ИМЭМО РАН, 2011. — 299 с. // Режим доступу: <http://www.imemo.ru/files/File/ru/publ/2011/11002.pdf>

Стратегії ТМ реалізуються за допомогою розробки та реалізації місцевих цільових програм, брендингу та іміджу території, проведення спеціальних подій (виставок, форумів, конференцій і т.п. заходів). Показником ефективності здійснення ТМ є кількість залучених інвестицій для розвитку території, зростання продажів регіональних продуктів за межами регіону. Наразі територіальні громади окремих міст, фахові інституції залучаються до розробки брендів міст, а ОМС затверджують їх відповідними положеннями на сесіях рад. Практика засвідчує, що розробка доволі інтелектуально місткого продукту, яким є бренд місця (території, міста), має здійснюватися фаховою установою, за участі якомога більшої кількості активних мешканців громади, адже бренд має стати своїм для громади і буде одним із важливих елементів, що впливає на місцеву ідентичність.

У якості іншого інструменту формування локальної ідентичності може бути використана **соціальна політика** через застосування наступних пріоритетів:

- освіта;
- охорона здоров'я;
- соціальне забезпечення;
- особиста безпека.

Спосіб – передача зазначених функцій на місцевий рівень з метою їх удосконалення шляхом збільшення кола мешканців території, залучених до надання відповідних послуг, стимулювання до заохочення отримання послуг через розширення їх асортименту та підвищення якості обслуговування. Виміром ефективності здійснюваної соціальної політики є рівень сформованого на території людського капіталу.

Під цим поняттям розуміємо капітал, який сформований чи розвинений і накопичений людьми (людиною), зокрема, певний запас здоров'я, знань, звичок, здібностей, мотивацій, що цілеспрямовано використовується в тій або іншій сфері суспільного виробництва, сприяє зростанню продуктивності праці і, завдяки цьому, впливає на зростання доходів його власника, а також і суспільства в цілому.

Чинники, що впливають на формування і якість людського капіталу, включають виховання, освіту, охорону здоров'я, науку, особисту безпеку, підприємницький клімат, інформаційне забезпечення праці, а також культуру в широкому розумінні – як сукупність норм, правил, ритуалів і цінностей.

Символьна політика також є одним із вагомих інструментів формування ЛІ. Вона полягає у здійсненні заходів, спрямованих на формування певної спільноти і досягається завдяки апелюванню до національних, етнічних та інших почуттів мешканців, до їх громадянськості чи довіри до влади.

Символьна політика виконує наступні функції в суспільно-політичному житті:

- ритуалізація (впорядкування) масових дій;
- контроль за масовими емоціями у ситуаціях соціальних стресів;
- надання локальному суспільно-політичному досвіду позитивно-емоційного забарвлення та змісту.

Механізми символізації дозволяють здійснювати семантичне опрацювання значущої інформації миттєво та підсвідомо. Символи та символні процедури покликані зміцнювати у мешканців впевненість у стабільності та передбачуваності їх стану сьогодні та у найближчій перспективі.

У практичній площині символізація реалізується через розробку та затвердження символіки територіальної громади, зокрема таких елементів, як герб, прапор, гімн, логотип територіальної громади/міста.

Ритуалізація передбачає встановлення офіційних церемоній та регулярних святкувань, під час яких члени громади починають відчувати свою приналежність до неї, зокрема, день Міста, храмовий день, день Європи тощо.

Нотатка: при розробці символіки громади варто не тільки залучити професійного геральдиста, а синхронізувати роботу над символікою із роботою з брендування території. В Україні нинішні області створені в радянські часи з досить вільним підходом до розділення територій історичних регіонів між різними областями. Так, Поділля і Волинь зараз розділене між трьома областями. Це знають місцеві історики і геральдисти. Тому на гербах окремих міст з'являються складові, наприклад Поділля та Волині. Але чи є такий підхід з точки зору своєї впізнаваності виправданим, чи можна при цьому створити синергетичний ефект від брендування області та громади? Навряд чи. Якщо область позиціонує себе Поділлям, а громада в області — Волиню, то для зовнішнього світу це виглядає проблемно.

Формування/підтримка місцевого патріотизму передбачає здійснення низки заходів, покликаних прищепити почуття любові до малої батьківщини, гордості за минуле та сьогодення свого краю. Серед них:

- відповідні освітні програми та практики в навчальних закладах (краєзнавство, народознавство, відкриті уроки в музеях, пам'ятних місцях, пошукова робота тощо);
- культурна політика (підтримка об'єктів місцевої культурної спадщини, розвиток місцевих традицій та ремесел, майстрів декоративно-прикладного мистецтва);
- військово-спортивне виховання та пропаганда нових суспільних практик — волонтерства, ветеранських об'єднань та спілок, земляцтва у столицях;
- залучення потенціалу місцевих конфесійно-релігійних об'єднань, природно-екологічних осередків.

Характеристика наведених інструментів конструювання ЛІ свідчить, що місцеві органи влади є лише одним із обов'язкових суб'єктів цього процесу, проте необхідна участь і інших учасників: суспільно-орієнтованих представників бізнесу (меценати), громадських та культурних діячів, авторитетних культових служителів, представників креативного сектору (рекламісти, іміджмейкери, PR-спеціалісти).

СТАТУТ ГРОМАДИ ЯК ЕЛЕМЕНТ ЛОКАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ

До утворених ОТГ інколи входить 10-40 поселень зі своєю історією, своїми традиціями, своїми пам'ятками природи, культури чи архітектури.

Для таких громад дуже важливим елементом формування ЛІ є не тільки сам статут ОТГ, а особливо і процес його підготовки та ухвалення.

Статут має містити короткий опис всієї громади, її поселенську структуру, структуру управління. Важливо у статуті визначити особливо цінні території, культурні та історичні надбання, свята, а також підходи до порядку прийняття рішень щодо використання таких об'єктів. При цьому проект статуту має пройти всебічне обговорення в різних поселеннях громади, щоб всі були причетні до процесу і бачили, що їхнє село є так само цінним для всієї громади, як і її центр.

Визначення у статуті спільного для громади свята, спільної символіки і її використання у громаді є хорошою основою для зближення між собою мешканців різних поселень і творення нової спільноти.

Скоординована владою діяльність зазначених акторів у напрямку формування ЛІ сприяє досягненню поставленої мети, що дозволяє залучити її потенціал для потреб місцевого розвитку, зокрема становленню спроможної територіальної громади.

ЗАПИТАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ

- 1. Дайте визначення політики ідентичності та вкажіть її основні суб'єкти.*
- 2. Назвіть основні функції політики ідентичності.*
- 3. У чому, на Ваш погляд, різниця між термінами «формування» та «конструювання» локальної ідентичності?*
- 4. Які інструменти конструювання локальної ідентичності?*

РОЗДІЛ 5

ПРАКТИКИ ФОРМУВАННЯ ТА КОНСТРУЮВАННЯ ЛОКАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ

У цьому розділі представлені приклади дій різних суб'єктів: органів влади, громадських організацій, окремих осіб, які спрямовані на формування/підтримку локальної ідентичності. Відповідно, зазначені суб'єкти у цьому процесі застосовуватимуть властиві їм інструменти та можливості.

ЛЬВІВСЬКА МІСЬКА РАДА

Зазначений ОМС може вважатися в Україні взірцевою інституцією, яка здійснює планомірну та послідовну політику ідентичності, застосовуючи усі наявні для цього інструменти. Зупинимось лише на **територіальному маркетингу** та його двох компонентах – стратегуванні розвитку міста та брендингу міста.

Стратегування розвитку міста

У Львові **розроблено та схвалено низку стратегічних середньострокових документів**, зокрема:

- Комплексну стратегію розвитку Львова на 2012–2025 роки.
- Стратегію підвищення конкурентоспроможності м. Львова.
- Генеральний план розвитку Львова до 2025 року та ін.

Особливістю створення зазначених документів, зокрема Комплексної стратегії, стало врахування усіх ключових ідей щодо розвитку Львова, які народжувались у різних середовищах та в різний час. Тому у процесі підготовки Стратегії:

- були залучені управлінці Львівської міської ради для аналізу попередніх планів розвитку із врахуванням їх сильних та слабких місць;
- проведено круглі столи з представниками вищих навчальних закладів, наукових установ, громадських організацій та представниками бізнесу;

- проведено консультації з представниками різних міжнародних організацій;
- вивчався досвід попередніх розробок та досвід іноземних колег;
- враховувались експертні думки представників депутатського корпусу;
- враховувалися результати опитувань громадської думки.

Отже, сама процедура розробки стратегічних документів у Львові є механізмом, який ініціював змістовну взаємодію членів міської громади як вагомий чинник формування локальної ідентичності.

Крім того, зазначене стратегування на середньострокову перспективу дає чіткий сигнал інвесторам, мешканцям міста щодо перспектив розвитку та, відповідно, відкриває можливість знайти своє місце і роль у цьому процесі.

Брендинг міста

У Львові міська влада активно та послідовно здійснює заходи щодо конструювання позитивного образу та іміджу міста, а також супутнього їм асоціативного ряду у свідомості людей, навіть тих, які у ньому не були. Ця діяльність називається брендинг (брендування) міста.

Метою брендингу є забезпечення присутності міста у інформаційному просторі, щоб здійснювати вплив на цільові групи (інвестори, державні органи, мешканці міста, туристи), а також отримувати фінансові ресурси для зміцнення конкурентної позиції та створення додаткових переваг території як у вітчизняному, так і в світовому економічному просторі.

Досягнення мети брендингу сприяє вирішенню інших завдань, зокрема:

- створення привабливого туристичного продукту;
- формування інвестиційної привабливості території.

У Львові щорічно відбувається декілька значних фестивалів та свят, які відвідують у середньому до 100 тисяч туристів та гостей міста. Серед них: «Свято пампуха» (січень), свято «На каву до Львова» (вересень), свято «Сиру та вина» (жовтень), Новорічно-різдвяні святкування (грудень – січень). Крім іміджевої складової, ці заходи мають економічний ефект³⁷: прибуток міських закладів громадського харчування складає за три дні умовного свята близько 10 млн 800 тис. грн, а закладів розміщення туристів та гостей близько 5 млн 400 тис. грн. Надходження від сплати туристичного збору у Львові за 2015 рік склали 2562,6 тис. грн, місто відвідало більше 2 млн гостей. Для порівняння, у Одесі за цей період туристичний збір склав 2501,6 тис. грн.

³⁷ Андрій Сидор. Презентація «Події Львова: переваги для міста». Режим доступу // <https://prezi.com/xfjjirjysjyd/mega-events/>

Львів є одним із лідерів серед міст України щодо залучення інвестиційних та кредитних ресурсів. Впродовж першого кварталу 2016 року підписано кредитний договір з ЄБРР, Північною екологічною фінансовою корпорацією (НЕФКО) та грантовий договір зі Східноєвропейським партнерством у сфері енергоефективності та екології вартістю 15,5 та 7,5 млн євро відповідно, і власними коштами 5 млн євро для реалізації проекту модернізації інфраструктури очищення стічних вод міста та будівництва потужностей для виробництва біогазу.

Варто зауважити, що на Львівщину зайшли і системні інвестори, які побудували нові заводи, наприклад, відкрито завод з виробництва автомобільного електрообладнання японської компанії Фуджікура, де буде створено 800 робочих місць для мешканців міста³⁸. Інвестиції японців становлять 8 млн. євро, а загалом інвестор має намір вкласти у виробництво близько 75 млн. дол. США. Біля Стрия відкрито аналогічний завод Leonі.

Зараз в Україні Львів та Галичина загалом мають найкраще «розкручений» територіальний бренд, який використовується у різних сферах економіки і рекламує регіон в інших регіонах України. Львівські франшизи: Львівські плячки, Львівські наливки, Львівський круасан, Львівська майстерня шоколаду та інші можна побачити в різних українських містах. Будівельні компанії ІнтерГалбуд, ГалБуд, житлові масиви – Львівський, Львівський маєток... тепер далеко поза Львівщиною.

Таким чином, здійснення активного територіального маркетингу Львівською міською/обласною владою, а головне – львівськими підприємцями, – не тільки забезпечує підтримку львівської локальної ідентичності, але й сприяє сталому соціально-економічному та культурно-історичному розвитку міста.

КООРДИНАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ САМООРГАНІЗАЦІЇ НАСЕЛЕННЯ, М. ДИМИТРОВ, ДОНЕЦЬКА ОБЛАСТЬ

Координаційний комітет самоорганізації населення м. Димитров (далі – ККСН) – це орган самоорганізації населення зазначеного міста, який створено у 2005 році. Його поява була викликана відомими подіями зими 2005 року у м. Алчевську та аналогічною ситуацією в мікрорайоні м. Димитров – Новатор. На одному із засідань місцевого осередку ВГО «Громадський контроль» виникла ідея звернутися до мешканців міста,

³⁸ *Міський портал.* // Режим доступу: <http://city-adm.lviv.ua/portal-news/economy/229635-a-sadovyi-my-dali-budemo-ity-tsym-shliakhom-zaproshuvaty-investoriv-vidkryvaty-vyrobnytstva-u-lvovi>

щоб залучити їх до попередження поширення комунальної катастрофи на усе місто. Було вирішено створити домові комітети, які контролюватимуть технічний стан будинків. З цією метою розробили відповідний документ – «Картку будинку», який дозволяв мешканцям враховувати у поточних платежах за ЖКП у розрізі кожного будинку, і таким чином здійснювати планування ремонту будинкової інфраструктури та контроль за цим процесом.

Організаційно ККСН складається із 6-ти комітетів мікрорайонів багатоповерхової забудови та 7 квартальних комітетів (приватний сектор), які охоплюють усю територію міста. Відповідно до комітету мікрорайону входять старости від кожного будинку, а до квартального комітету – старости вулиць приватного сектору. Голови зазначених 13 комітетів входять до складу ККСН м. Дмитров. Всього у 13 комітетах міста бере участь 292 члени міської громади. Очолює Координаційний комітет м. Дмитров В'ячеслав Сирота, який також входить до складу Дмитрівського міськвиконкому.

Повноваження:

- контроль за системою ЖКГ міста;
- контроль за організацією міських перевезень;
- перевірки стану благоустрою міста;
- соціальна робота з переселенцями із зони АТО;
- інша діяльність (повноваження, делеговані міською радою), про яку щомісячно звітуються до міськвиконкому.

Результати діяльності

Активна і чітка позиція міської влади м. Дмитров за підтримки ККСН, окремих активістів та патріотів унеможливила впродовж 2014 року появу у місті ДНРівських блокпостів та захоплення адміністративних будинків, хоча у м. Красноармійську (близько 14 км) такі блокпости були впродовж квітня-травня 2014 року. Таким чином було зруйновано плани російських стратегів щодо створення «Дуги Стрелкова» (Гіркаіна) – Слов'янськ – Краматорськ – Костянтинівка – Дмитрів – Красноармійськ.

Впродовж літа-осені 2014 року разом з міською владою, підприємцями, окремими громадянами та ККСН було організовано водопостачання міста після виведення із ладу унаслідок бойових дій Карлівського гідро-накопичувального вузла (липень 2014 року).

Впродовж 2014–2015 років ККСН активно долучився до організації прийому із зони АТО тимчасово переміщених осіб. Станом на березень 2015 року прийнято 14 943 особи (або 30% від усіх мешканців міста). З

них: 11 483 – пенсіонери, 955 – інваліди, 965 – діти і 1 540 – особи працездатного віку. Всього у м. Димитров мешкає близько 49 000 місцевого населення.

Отже, цей приклад цікавий насамперед тим, що засвідчує, **як організована діяльність невеликої частини громади міста** – 300 осіб (0,6% від їх загальної кількості), – зосередженої у ККСН, стала запорукою не тільки її спроможності у критичні періоди (зима 2005 року, літо – осінь 2014 року), коли допомоги від центральної влади фактично не було, але й унеможливила втрату державного суверенітету на цій території, як це відбулося у інших шахтарських містечках Донецької та Луганської областей, де мешканці не вийшли на захист України. Це яскрава демонстрація ролі та значення локальної ідентичності, яка пододала регіональну – донбаську, про яку йшлося вище.

Наразі ККСН та його інфраструктура, крім вищезазначених напрямів діяльності, активно залучається адміністрацією м. Димитров до організації надання мешканцям міста публічних послуг, насамперед соціальних.

МИКОЛА СЕРГІЙОВИЧ ОГОРОДНИК

Микола Огородник, 1963 року народження – майстер народного мистецтва України із міста Здолбунів Рівненської області, близько 20 років займається соломоплетінням та іншими видами декоративно-прикладного мистецтва.

У 2005 році у нього виникла ідея: заснувати на малій батьківщині своєї дружини, в мальовничому селі Дермань, що у Здолбунівському районі, ремісничий хутір. Старовинне село Дермань, яке на цей час складається з двох частин – Дермань Перша та Дермань Друга, має і інші визначні місця – Дерманський монастир, збудований у XVI столітті на кошти князя Василя Острозького «Красного». З 1575 по 1576 роки маєтком монастиря управляв славетний першодрукар Іван Федоров.

Крім того, тут є старовинна, понад чотириста років, гімназія (яка, до речі, діє і досі) та інші старожитності. З історією села пов'язані долі визначних історичних постатей України – козацького ватажка Дмитра Наливайка, культурних та релігійних діячів Герасима та Мелетія Смот-рицьких, Іова Борецького, письменників Уласа Самчука, Бориса Тена та інших.

Огородник розробив проект ремісничого хутора під назвою «Плуга-ки». Він уявив собі туристичний осередок не просто у вигляді однієї будівлі, а повноцінного господарського об'єкта. Придбав у одного з дер-

манських господарів садибу на 30-ти сотих землі та старовинну трикамерну хату, якій уже 150 років, її первісний вигляд майже повністю зберегіся – було перекрито лише дах. У подальшому пан Микола збудував тут клуню та інші будівлі.

Він також перевіз до хутора пасіку і заклав фітосад. Туристи, які відвідували Дермань, та місцеві жителі села отримали нагоду не лише оглянути предмети місцевого побуту. Тут відразу можна було почастиватися медом з хутірської пасіки, поласувати фруктами та оздоровитися лікарськими рослинами.

Власник садиби впродовж 2005–2013 років проводив екскурсії, знайомив відвідувачів з місцевими легендами, народними повір'ями, історією краю. Тодішня сільський голова Дермані Першої – Любов Андрощук, – висловила припущення, що ремісничий хутір започаткує цілий туристичний кластер, де туристів прийматимуть і обслуговуватимуть не один чи два господарі, а ціла громада. Це забезпечить жителям села, де занепала промисловість, зайнятість, а місцевому бюджету – додаткові надходження.

Однак у подальшому ці наміри не втілились у життя. М.Огородник, місцева влада та громада села не знайшли з різних причин спільної думки щодо розвитку ремісничого хутора, що й унеможливило формування тут згаданого туристичного кластеру. Зазначений досвід свідчить, що будь-яка прогресивна ініціатива та її практична реалізація для свого успіху потребує виваженого та узгодженого плану дій з усіма учасниками, від яких вона залежить, та їх солідарної діяльності. Неврахування чи нехтування інтересів будь-кого з учасників процесу може призвести до зриву виконання задуманого, як це нині має місце в Дермані.

Отже, приклад М.Огородника свідчить, що власними силами, без державної чи комерційної допомоги можливо відновити традиційні народні промисли та створити об'єкти туристичної інфраструктури, що надаватиме місцю ті ресурси та можливості, які по-новому формуватимуть локальну ідентичність його мешканців. Однак вкрай важливо при цьому знайти порозуміння з місцевою громадою та владою, вибудувавши відповідні канали та механізми комунікації і, таким чином, стимулювати появу позитивної взаємодії і взаємозв'язків у локальній спільноті, оскільки саме вони у кінцевому підсумку визначатимуть успіх і майбутнє будь-якого проекту, навіть самого оригінального та інноваційного.

БАРАНІВКА ФОРМУЄ СВОЮ ІДЕНТИЧНІСТЬ ТА СВОЄ МАЙБУТНЄ

Цікавим може виглядати досвід Баранівської міської ОТГ, що на Житомирщині. Це одна з найбільших ОТГ України, яка об'єднує місто та 33 більших і зовсім маленьких сіл навколо на території 593,7 км².

За останні кілька років громада здійснила цілу низку кроків, аби визначитись із стратегією свого розвитку, виокремити себе серед інших громад області та й України новітніми підходами до власної візуалізації.

Громада, за підтримки Інституту громадянського суспільства, підготувала Стратегічний план розвитку громади до 2020 року, який визначає місію громади, стратегічні та операційні цілі розвитку, базуючись на конкурентних перевагах громади, Схему планування території громади, яка по суті є просторовим відображенням Стратегічного плану.

Громада створила свою нову символіку та визначилась із територіальним брендуванням.

Герб виконано за всіма правилами геральдики Олексою Руденком, а його складові базовані на традиціях, що є притаманними населеним пунктам цієї громади. В лівій частині герба – фігурка «баранця», ці давні керамічні фігурки дали назву Баранівці, квітка льону та сніп жита символізують сільські території Баранівської громади, а могутнє дерево вказує на давні традиції лісового господарства. Міська рада громади затвердила також музику та текст гімну громади, який тепер виконується на урочистих заходах у громаді.

При підготовці стратегії розвитку громади було визначено ключовою конкурентною перевагою громади – чисте довкілля та наявність органічного молочного виробництва. Це дало змогу обрати ключовим напрямом розвитку місцевої економіки – органічне виробництво і новим гаслом громади стало дуже містке словосполучення «органічний простір».



Рисунок 8. Герб Баранівської міської територіальної громади

Слово «органічний» тут розуміється дуже широко – це гармонійне/органічне поєднання мальовничої природи, ощадливого до природи виробництва, підприємливих людей, дружнього до жителів громади управління.

Такий підхід було досить креативно відображено у логотипі громади, використання якого врегульовано у «брендбуці». По суті, громада вперше серед ОТГ України зробила реальні кроки для свого власного брендуння.



Рисунок 9. Логотип Баранівської ОТГ

На логотипі поєднано у вигляді стилізованого будиночку, виконаного червоним кольором, форма якого є традиційною формою керамічного оздоблення старого фарфорового заводу Баранівки, з ключовими явищами природи – сонцем, рослинністю та водою.

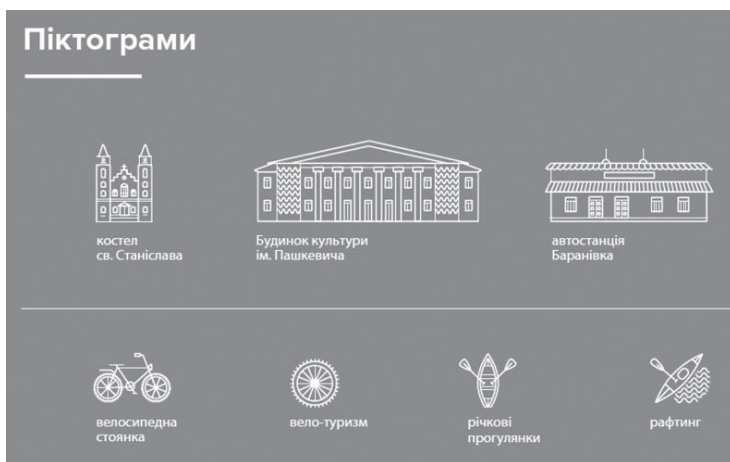


Рисунок 10. Піктограми, розроблені для єдиного стилю брендуння



Рисунок 11. Зразок використання логотипу на футболках



Рисунок 12. Варіанти використання логотипу громади на упаковках

Приклад Баранівки свідчить, що нові підходи для формування нової ідентичності можуть бути досить успішними.

Варто зауважити, що зараз громада розпочала новий великий проект, спрямований на власне економічне зростання, який впливає із ідеї «органічного простору» – розвиток молодіжного кластеру органічного виробництва.

Як узагальнюючий висновок – саме відновлення усього спектру соціальних зв'язків та взаємодії між членами територіальних громад є визначальним чинником не тільки формування локальної ідентичності, але і фактором набуття громадами спроможності та самодостатності. Без врахування зазначеного дії різних суб'єктів формування та/або конструювання локальної ідентичності будуть половинчасті і не матимуть очікуваного успіху.



Підготовлено і видано за сприяння Програми Ради Європи
«Децентралізація і територіальна консолідація в Україні»
www.slg-coe.org.ua, www.facebook.com/slgcoe/

Інформаційне видання

Котенко Ярослав Володимирович
Ткачук Анатолій Федорович

Локальна ідентичність і об'єднані територіальні громади

*Видання друге,
виправлене та доповнене*

Підписано до друку 19.02.2018. Формат 60×84 1/16.
Друк офсетний. Папір офсетний. Гарнітура NewtonС.
Умов. друк. арк. 2,8. Обл. вид. арк. 3,0.
Тираж 2000 прим. Замовлення № 190218