



МІСЦЕВА ІДЕНТИЧНІСТЬ

ДЛЯ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ
ГРОМАД І НЕ ТІЛЬКИ



ПОСІБНИК

Серія «Бібліотечка місцевого самоврядування»



Інститут
Громадянського
Суспільства

COUNCIL OF EUROPE



CONSEIL DE L'EUROPE

Анатолій Ткачук, Ніна Наталенко

МІСЦЕВА ІДЕНТИЧНІСТЬ

Для територіальних громад і не тільки

Київ
ТОВ “Видавництво “Юстон”
2020



Розроблено за сприяння Програми Ради Європи
«Децентралізація і реформа місцевого самоврядування в Україні».

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

Т48 **Ткачук А. Ф., Наталенко Н. В.**

Місцева ідентичність. Для територіальних громад і не тільки / А. Ткачук,
Н. Наталенко. – К.: ТОВ «Видавництво «Юстон», 2020. – 97 с.

ISBN 978-617-7854-36-3.

Ця робота є певним логічним підсумком реалізації різних проєктів, спрямованих на розвиток територіальних громад в Україні. В основу цієї роботи покладено видання Інституту громадянського суспільства: «Локальна ідентичність як умова розвитку об'єднаних територіальних громад» 2016 року та навчальний посібник «Локальна ідентичність і об'єднані територіальні громади» 2017 року, які були розроблені за сприяння Програми Ради Європи «Децентралізація і територіальна консолідація в Україні».

Тут проаналізовано різні теоретичні аспекти територіальної ідентичності, її важливість для розвитку та збереження громади як первинної одиниці місцевого самоврядування, зроблено спробу показати загрози від розмивання місцевої ідентичності чи навпаки її надмірного виокремлення серед інших ідентичностей. У виданні приведено різні інструменти впливу на ідентичність, а також способи її формування на основі українського досвіду.

Видання розраховане на широке коло читачів насамперед депутатів місцевих рад, голів територіальних громад, місцевих активістів, учителів шкіл, молодь.

УДК: 352.07

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 під час копіювання, перевидання та поширення є обов'язкове посилання на автора і суб'єкта майнового права на цю інформацію та розробки.

© Рада Європи, 2020

ISBN 978-617-7854-36-3

© Інститут громадянського суспільства, 2020

Вступ	4
Розділ 1. Ідентичність, загальний дискурс	6
Ми та вони (хто і навіщо?)	6
Розділ 2. Міжрегіональні відмінності та регіональні ідентичності	11
Етнічна ідентичність	11
Регіональна ідентичність	13
Мовна ідентичність	15
Між Європою та радянськими стереотипами	17
Територіальна ідентичність для новоутворених територіальних громад	23
Розділ 3. «Ідентичність»: поняття, зміст, структура	28
Види ідентичностей	31
Структура ідентичності	31
Функції ідентичності	32
Розділ 4. Місцеве, регіональне, національне. Як поєднуються і як конкурують ідентичності	34
Визначення меж місцевої ідентичності	43
Місцева і регіональна ідентичність: спільне та особливе ...	46
Функції місцевої ідентичності	50
Вплив на ідентичність. Криза ідентичностей	51
Згуртованість як умова ідентичності й ідентичність як результат згуртованості	53
Розділ 5. Практики формування та конструювання місцевої ідентичності	58
Герби і прапори громад. Загальні підходи до розробки герба та прапора територіальної громади	58
Бренди громад	72
Фестивалі, концерти, спортивні заходи як формування місцевої ідентичності	83
Варіант концепції створення народного музею територіальної громади	90
Замість підсумку	95

ВСТУП

Якщо ще кілька років тому про ідентичність згадували передусім у контексті «націоналізму», то тепер ситуація суттєво змінилася і продовжує змінюватися, особливо тепер, під час пандемії коронавірусу, вимушеного карантину та самоізоляції.

Навіть нобелівські лауреати у сфері економіки у своїх популярних монографіях тепер мають по кілька параграфів, присвячених ідентичності.

Наша нова робота у сфері місцевої ідентичності базується на попередньому виданні «Локальна ідентичність і об'єднані територіальні громади» (2018 р.), але є суттєво доопрацьованою та розширеною, виходячи із нового світового й українського досвіду, а також з урахуванням сучасних досліджень у цій сфері.

Для того, щоб розпочати говорити про ідентичність, як важливу обставину, що впливає не тільки на якість життя та темпи економічного розвитку, а є й певним гарантом безпеки держави, спробуємо розглянути поняття «ідентичність» із різних боків.

Найбільш рельєфно ідентичність проявляється в найбільш кризовій ситуації – війні. Там усе спрощується: ті, що зі мною в танку чи в бліндажі – свої, а ті, хто з іншого боку – чужі, вороги! В мирний час такого жорсткого розмежування вже немає, проте в різний час та за різних обставин ідентичність дає про себе знати.

Коли на чемпіонаті світу грає збірна України, в різних містах і селах країни біля телеекранів сидять вболівальники, які, незалежно від свого майнового чи соціального статусу, етнічної належності, вболівають за національну українську збірну. Вони ідентифікують себе з Україною. Сьогодні всі вони – українці, всі – патріоти збірної.

У матчах за кубок України, за «Чорноморець» чи «Металіст», відповідно, вболівають передусім ті, хто ідентифікує себе одеситами чи харків'янами. І це також зрозуміло і логічно, адже тут спрацьовує відповідна ідентичність. Великі міста і маленькі села мають свою місцеву ідентичність, що є не такою домінуючою, як загальноукраїнська, але попри це є дуже важливою. Для чого? Для розвитку та безпеки!

Коли ми поглянемо на сучасний світ, то можемо побачити, що є три найрозвиненіші економічні пояси – Західна Європа, Північна Америка, Китай та Японія, зараз до них підтягується й Індія.

Кожен із цих поясів зростання відрізняється один від одного етнічним складом, релігією, культурними пріоритетами, але спільними для кожного з них є розуміння власної ідентичності. Американці горді за власну демократію, військову потугу й інновації; європейців об'єднує давня історія, спільні духовні цінності, традиції та взаємопідтримка; китайці, як ніхто інший, орієнтовані на спільну діяльність, на безкінечну історію та переконання у вищому призначенні Китаю у світі...

Для таких спільнот, у середині яких люди переконані, що, тримаючись разом, вони найбільше захищені від зовнішнього ворога та внутрішньої нестабільності, що їм завжди прийде на допомогу держава і вони матимуть захист, притаманним є стабільне економічне зростання і вони є конкурентоспроможними серед інших націй. Країни з сильними національними ідентичностями є стабільними системами, які складно розхитати та зруйнувати зовнішнім ворогам.

Натомість молоді нації, молоді держави, особливо ті, які складаються зі спільнот, що відмінні за етнічними, мовними, релігійними ознаками, є вразливими для зовнішніх ворогів і внутрішньої нестабільності. Для таких націй, формування спільної ідентичності є вкрай важливим і складним процесом, без якого сподіватися на стабільне зростання не надто доводиться.

РОЗДІЛ 1. ІДЕНТИЧНІСТЬ, ЗАГАЛЬНИЙ ДИСКУРС

У різних гуманітарних галузях є різні визначення ідентичності: у філософії ідентичність – це відношення, яке кожна річ має лише до себе. Все ідентичне саме із собою і ні з чим іншим; у психології ідентичність – це якості, переконання, зовнішній вигляд, які роблять особистість особистістю; у культурології ідентичність – це тотожність або почуття приналежності до групи; у комп'ютерних науках ідентичність – це інформація про сутність, яку комп'ютерні системи використовують для представлення зовнішньому агенту (особа, додаток або пристрій).

Слово ідентичність походить від латинського *iden* – такий же, те, що схоже лише саме на себе. Інакше кажучи, це унікальне, не схоже ні на що інше.

Ми та вони (хто і навіщо?)

Поняття ідентичності багатозначне, що робить розгляд доволі складним і неоднозначним, різні ідентичності взаємопов'язані унікальним способом. Тому в цій роботі ми розглядатимемо ідентичність переважно через призму місцевої ідентичності (MI).

Ми люди – маємо тіла, складність яких може порівнятись із планетою загалом. Досвід, що ми здобуваємо, проходить багаторазове фільтрування, розшифрування, запам'ятовування, фільтрацію, сортування, і ще безліч операцій, для яких можна знайти багато назв у спеціалізованій літературі. Цей досвід формує те, що ми називаємо ідентичністю «Я» або «Ми».

Самовказ, слово «Я», використовують, коли особа вказує на себе. В старому алфавіті слов'янського походження букви «я» не було, з'явившись, вона замінила дві букви А – «малий юс» і ІА – «йотоване А» й остаточно увійшла до абеток після «реформи Луначарського» в 1918 році. До того самовказом на себе було слово «Аз», літера «А» образ якої вказував на божественне походження людини. З абетками тривалий час провадились реформи, проте об-

разність з абетки забрала саме реформа 1918 року, яка значно спростила грамоту, букву «малій юс» переробивши в «Я», так «Більшовики поставили людську індивідуальність на останнє місце». Так ми отримали слово з однієї літери, яким ідентифікуємо «себе» в розмові на останньому місці абетки.

А з «Я», з людини, що з'являється між землею і небом, як кажуть китайці, з'являється десять тисяч речей, тобто всі нам відомі речі.

Саме з цих персональних ідентичностей виростає групова ідентичність, як з піщинок виростає купка піску. Але купка піску, це скільки піщинок? Три, триста, тридцять тисяч чи тридцять мільйонів? На жаль, арифметичного виміру купки піску немає. Загалом це філософська проблема, вирішенням якої ми пропонуємо постулат, що купка виникає з піщинок тоді, коли з'являється нова якість, якої не було в окремих піщинок. За аналогією, можна стверджувати, що поняття «Ми» виникає тоді, коли виникає нова властивість, якої немає в кожному окремому «Я». Між цими новими спільнотами, які виникають на основі об'єднання персональних ідентичностей, для яких наявні якісь спільні риси, є свої відмінності, але водночас і подібності.

Відмінність між різними людськими спільнотами є різною, але для різних спільнот є визначальним сприйняття «своїх» – через займенник «ми», а чужих – через «вони».

Коли ми говоримо про нашу сім'ю, ми використовуємо слово «ми» саме до членів нашої сім'ї, далі наші найближчі родичі також у 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» відбулося сприйняття світу і будувалися 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» розуміють певну 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).

Коментар: є багато цікавих прикладів, коли люди, які належали за походженням до одного етносу, за якихось обставин стали відносити й ідентифікувати себе патріотами іншого етносу. Чи не найбільш промовистим є приклад Вільгельма Франц фон Габсбурга-Лотарінзького. Австрійський архієпископ (ерцгерцог) династії Габсбургів полюбив Україну, українську культуру, став полковником Легіону Українських Січових Стрільців Василем Вишиваним, активним діячем українських визвольних змагань 1917–1920 років, був замордованим спецслужбами СРСР як український буржуазний націоналіст¹.

Ідентичності зараз приділяють увагу історики, економісти, релігієзнавці, психологи... політологи. Особливо активно обговорення – позитивного чи негативного впливу на суспільство посилення ідентичностей стає в період криз, зокрема це загострилося за період світової пандемії коронавірусу, коли не тільки країни стали відгороджуватись один від одного, але й регіони, міста і села, а часом навіть у середині одного невеликого поселення відбулося відчуження між тими, хто захворів на коронавірус чи можливо просто контактував із хворим, рештою жителів поселення.

Власне кажучи, пандемія стала таким жорстким випробуванням сталих ідентичностей на міцність і не завжди це випробування було успішним.

Ми в цій роботі не будемо говорити про родинну чи загальноєвропейську ідентичність, ми говоритимемо саме про локальну/місцеву ідентичність, яка, з одного боку, є досить стійкою, але з другого – зараз знаходиться в періоді значних трансформацій. Ми також спробуємо подивитися на зв'язок, інтеграцію місцевих ідентичностей у загальноукраїнську ідентичність, а також ризики та загрози ідентичностям у сучасному інформаційному світі та способи мінімізації цих загроз.

¹ Детальніше про Василя Вишиваного можна прочитати в інтернеті, зокрема тут: <https://sites.google.com/site/xatachytalnya1/pismenniki-prikarpatta/vasilko-visivaniij>.

У наступних параграфах ми спробуємо розкрити поняття «ідентичність», її структуру, виходячи із певного узагальнення праць науковців, соціологів, політологів, іноземного й українського досвіду.

Взаємодопомога та взаємопідтримка один одного в умовах пандемії та карантину на місцевому рівні показала, що локальна ідентичність є однією з тих ідентичностей, яка за період глобальних трансформацій і світових зрушень залишається однією з найважливіших, оскільки надає індивідові відчуття безпеки та є центром стабільних цінностей.

Ідентичність формується процесом ідентифікування. Він відбувається на різних рівнях. Ми пропонуємо для осмислення такі рівні: Людина, Сім'я, Рід, Громада, Народ, Країна, Світ.

Під час відповіді на запитання «Хто я?», на кожному рівні в цій відповіді є багато нових і нових складових. Кількість і якість подій, що формують ідентичність на кожному рівні, важко описати в межах однієї роботи. Ми не претендуємо на якусь єдино правильну інтерпретацію формування ідентичності, але пропонуємо наше бачення про процес ідентифікації особи та його результат.

Процес ідентифікації відбувається все життя, свідомо або несвідомо. Така ідентифікація відбувається через сприйняття різної інформації завдяки різним органам відчуття. Коли людина ідентифікує те, що потрапляє в її сприйняття, чи то реальний об'єкт, або об'єкт з пам'яті, включаються такі аспекти: сенсорний, фізичний, соціальний, пам'яті та зв'язки між ними.

Так, можемо говорити, що структура групової ідентичності – це зв'язки між тим як ми відчуваємо (сенсорно) та тим як ми пам'ятаємо фізичні об'єкти та соціальні зв'язки того чи іншого середовища.

Точність і відповідність реальності результатів процесу ідентифікації залежить від якості та досвіду роботи з цими аспектами.

Наприклад: досвідчений бариста за виглядом і запахом зерен кави може ідентифікувати тип, сорт, дібрати правильний спосіб її приготування. Він здобув цю навичку, здійснюючи спроби і вивчаючи каву, чим очистив і покращив свою специфічну сенсоріку, а тепер розрізняє ноти смаку.

Досвідчений антрополог, який володіє фізіономікою, за обличчям може сказати, звідки людина родом або які психологічні настрої і патерни поведінки притаманні особі.

Відтак, відповідати на запитання «Хто я?» простіше тим, хто своє життя пов'язав із певною місцією, певною спільнотою, певними цінностями. Знання історії, розуміння цінностей свого оточення, спільні релігійні уподобання, гордість за свою маленьку батьківщину, своїх земляків і ще десятки і десятки інших індикаторів характеризують ідентичність людини та спільноти.

Відповідь на запитання «Хто я?» може суттєво змінюватися впродовж життя і нам усім важливо, аби ця відповідь була приємною як для себе, так і тих, серед кого ми живемо і з ким поєднані сотнями різних зв'язків.

РОЗДІЛ 2. МІЖРЕГІОНАЛЬНІ ВІДМІННОСТІ ТА РЕГІОНАЛЬНІ ІДЕНТИЧНОСТІ

*«...люди незмінно матимуть ідентичності й
опікуватимуться ними, вони хочуть
висловити солідарність таким людям, як самі...»
Френсіс Фукуяма*

Вступний коментар: сьогодні, коли окуповано Крим, значну частину Донецької та Луганської областей, а в Україні з'явилося понад 1,5 млн вимушених переселенців, немає даних про нові кількісні характеристики, що могли б точніше ілюструвати нинішню ситуацію з регіональними ідентичностями. Ми скористалися даними 2012 року – до початку незворотних дестабілізаційних процесів в Україні та російської агресії. Але ці дослідження, що 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.

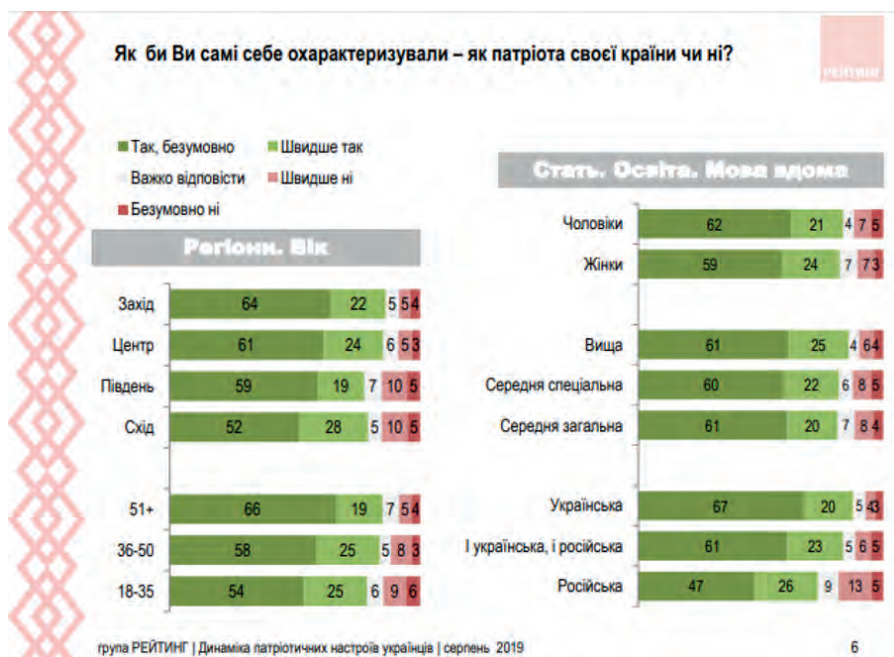
В Україні на рівні державних замовлень в Інституті соціології НАНУ, а також замовлень незалежних соціологічних кампаній, проводять соціологічні дослідження, які відстежують градус міжрегіональних відносин на рівні мешканців регіонів. Під час формування державної регіональної політики висновки, за результатами таких досліджень, слід ураховувати, адже взаємосприйняття один одного мешканцями різних регіонів є індикатором стабільності всього українського суспільства та держави загалом.

Етнічна ідентичність

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

усього населення. Проте можна стверджувати, що 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 і Миколаївській областях етнічні українці складають близько середньоукраїнського показника – 80%; в Одеській, Донецькій і Луганській областях кількість українців нижче середньоукраїнського показника, але вони складають понад 50% усього населення; в Криму українці є меншістю – близько 25% населення; у Закарпатській і Чернівецькій областях кількість українців близька до середньоукраїнського показника, але на відміну від решти регіонів,



Малюнок 1. Регіональні та мовні відмінності сприйняття себе як патріота України

другою національністю в цих областях є не росіяни, а відповідно угорці та румуни.

Наявна структура національного складу населення українських регіонів, накладаючись на рівень урбанізованості, а відтак – економічної спроможності регіонів, породжує додаткові проблеми в міжрегіональних відносинах, які стають часто жертвою політичних сил, особливо загострюючись перед кожними виборами. Така відмінність історії формування регіонів, їх етнічний склад впливає і на національну, і на регіональну ідентичність. Зокрема, це добре видно через результати соціологічних досліджень, які періодично проводять в Україні.

Як бачимо із малюнка 1, у східних регіонах України значно нижче усвідомлення себе патріотом України, ніж на заході та в центрі. Якщо подивитися ще на один індикатор – мову, якою послуговуються респонденти, і як мова кореспондується з відповіддю на запитання про патріотизм, то можна побачити, що ті, хто послуговуються російською, оцінюють свій патріотизм значно нижче, ніж інші. А саме у східних регіонах російськомовних жителів є найбільше і, напевне, саме через це є різниця у відповідях жителів різних регіонів на запитання про патріотизм.

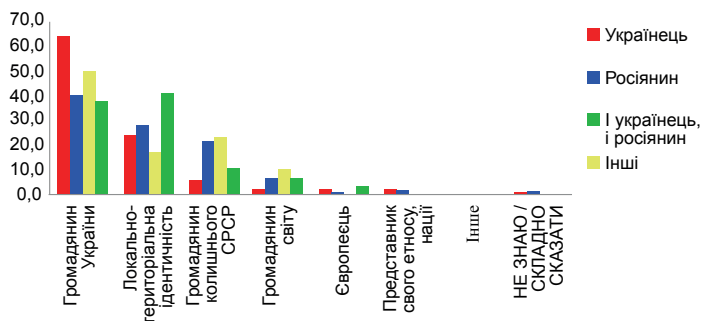
Регіональна ідентичність

Ми вже говорили про етнічну/національну ідентичність, але насправді є різні види ідентичностей на регіональному рівні. Часто регіональна ідентичність може мати сильний вплив на ситуацію в цілій країні (Каталонія, Шотландія, Квебек, Донбас).

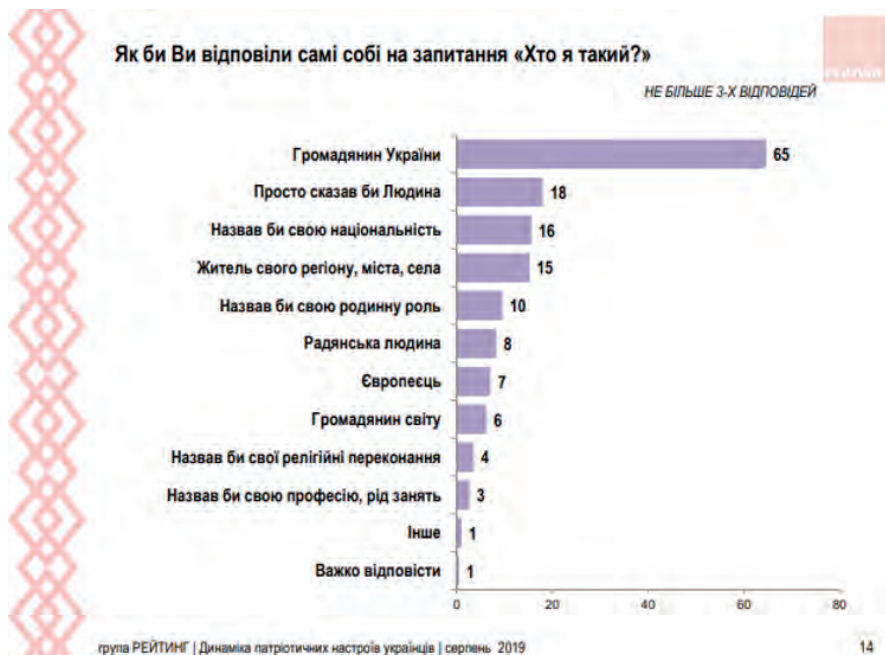
Мешканці різних українських регіонів не однаково відносять себе до української та регіональної спільноти. Загалом спостерігаємо тенденцію до зростання загальноукраїнської ідентичності (від менш, як 60% до понад 65%), проте в регіональному й етнічному вимірах є суттєві відмінності.

Насамперед ідентифікують себе громадянами України власне українці, відтак ця ідентифікація є домінуючою в західних, північних і центральних регіонах України, натомість для росіян та

осіб, які називають себе одночасно й українцями, й росіянами (це східні та південні регіони), значною мірою основою ідентичності є локально-регіональна й ідентичність громадянина колишнього СРСР.



Малюнок 2. Розподіл ідентичностей залежно від національної самоідентифікації особи (2012)²



Малюнок 3. Розподіл відповідей щодо ідентифікації особи (розподіл ідентичностей 2019)

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

Як би Ви відповіли самі собі на запитання «Хто я такий?»

НЕ БІЛЬШЕ 3-Х ВІДПОВІДЕЙ

РЕГІОНИ. ТИП ПОСЕЛЕННЯ	Захід	Центр	Південь	Схід	Міста	Села
Громадянин України	72	66	62	51	65	65
Просто сказав би Людина	12	20	24	15	18	17
Назвав би свою національність	20	18	7	18	15	17
Житель свого регіону, міста, села	13	13	15	26	15	17
Назвав би свою родинну роль	5	11	10	14	11	6
Радянська людина	3	6	14	14	9	7
Європеець	9	8	6	3	7	7
Громадянин світу	4	8	6	6	7	5
Назвав би свої релігійні переконання	4	3	3	5	3	4
Назвав би свою професію, рід занять	1	4	2	3	3	2
Інше	1			1	1	
Важко відповісти	1	1	1	1	1	1

група РЕЙТИНГ | Динаміка патріотичних настроїв українців | серпень 2019

16

Малюнок 4. Регіональний вимір ідентичності

Як бачимо із таблиці, на сході країни регіональна ідентичність і ностальгія за ідентичністю СРСР є значно вищою, ніж на заході.

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 в містах) – російська мова.

Домінування тієї чи іншої мови створює умови для формування в регіонах власного освітнього й інформаційного простору, які між собою не перетинаються і формують у мешканців регіону стереотипи сприйняття співвітчизників з інших регіонів своєї держави.

Північне наріччя (говори)

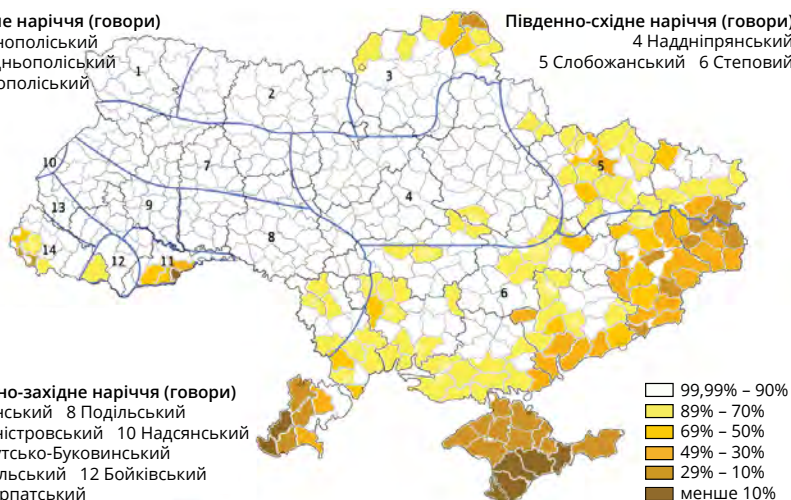
- 1 Західнополіський
- 2 Середньополіський
- 3 Східнополіський

Південно-східне наріччя (говори)

- 4 Наддніпрянський
- 5 Слобожанський
- 6 Степовий

Південно-західне наріччя (говори)

- 7 Волинський
- 8 Подільський
- 9 Наддністровський
- 10 Надсянський
- 11 Покутсько-Буковинський
- 12 Гуцульський
- 13 Закарпатський



Малюнок 5. Українська як рідна мова, поширення за регіонами та районами³

Дискусіям щодо ролі української та російської мов у єдності чи розколі України приділяють досить багато уваги різного роду політики чи діячі, які орієнтовані на Росію, чи маргіналізовані групи націоналістичного характеру. Ситуація тут в Україні не є унікальною – така ситуація є характерною для молодих націй, що вийшли з-під тіні колоніального управління, і де мова метрополії ще довго має досить сильні впливи на суспільство, політику та зовнішньополітичну орієнтацію.

Для нашої мети – ідентифікації та ролі локальної ідентичності – цікавими є і діалектні відмінності української мови, притаманні окремим регіонам чи місцевостям. Саме за окремими відмінностями української мови можна відразу ідентифікувати закарпатця чи полтавця, галичанина чи одесита. Попри те, що мова в містах більш уніфікована, але і вона має свої особливості, що також є певним маркером місцевої ідентичності (Малюнок 6).

³ Детальніше у статті «Українська мова в Україні: де вона, яка вона і скільки її?», автор Леся Белей: <https://tyzhden.ua/Society/187865>.

Назва діалекту/наріччя	Площа, км ²	Приблизна кількість носіїв	Густота (людей на км ²)
Західнополіський діалект	19 431	676 000	34,8
Середньополіський	33 345	943 000	28,3
Східнополіський	36 684	1 069 000	29,1
Північне наріччя загалом	89 460	2 688 000	30
Надсянський	2266	170 000	75
Гуцульський говір	7268	467 000	64,3
Покутсько-буковинський	8800	601 000	68,3
Бойківський діалект	9000	560 000	62,2
Середньозакарпатський	9758	800 000	82
Наддністрянський	18 909	1 740 000	92
Подільський	53 480	2 447 000	45,8
Волинський	44 610	2 575 000	57,7
Південно-західне наріччя загалом	154 091	9 360 000	61
Слобожанський	54 916	1666000	30,3
Наддніпрянський	96 416	3960000	41
Степовий	202 606	4467000	22
Південно-східне наріччя загалом	353 928	10 093 000	28,5

Малюнок 6. Таблиця діалектних відмінностей української мови³

Коментар: у 2013 році група українців на сафарі у Південній Африці перетнулася із групою німців. І раптом один із німецьких туристів запитав англійською: «Ви з України?». Автор цих рядків відповів: «Так. А як ти здогадався?». На що німець відповів: «Ви єдиний народ, що спілкується між собою різними мовами». Це справді слушне зауваження, адже українці в кузові Лендровера між собою говорили українською і російською. Така двомовність у розмові між собою виявляється вже стала певним маркером української ідентичності за її кордонами.

Між Європою та радянськими стереотипами

Певні міжрегіональні відмінності існують не тільки у мовній сфері. У соціополітичному вимірі між групами українських регіонів досі зберігаються значні відмінності щодо ставлення їх мешканців до розпаду СРСР. На Заході, Півночі та в Центрі більшість

громадян не шкодують за колишньою радянською державою, нато- мість на Півдні та Сході – досі шкодують за СРСР.

Структура регіональних економік, особливо концентрація ви- робництва та монополізація окремих сфер діяльності, є відмінною в різних українських регіонах і групах регіонів: від великої концен- трації та монополізації на Сході, де переважають великі підпри- ємства та корпорації, до багатогалузевої регіональної економіки з дрібними та середніми виробниками на Заході чи в Центрі.

В умовах такої економічної структури разом із певними мен- тальними стереотипами між групами регіонів є серйозні відмінно- сті щодо ставлення їхніх мешканців до планової та ринкової еконо- міки, а відтак – ролі держави в житті людини.

Зі старих радянських часів у регіонах сходу та півдня Укра- їни існує якась недовіра до Заходу, НАТО і навіть Європейського Союзу (ЄС). І це існує попри те, що саме ці регіони економічно найбільш орієнтовані на ринки ЄС, ніж на ринки Росії.

Якби сьогодні проводився референдум щодо вступу України в Європейський Союз, як би Ви проголосували?

Відповілі: **"За вступ України в ЄС", %**



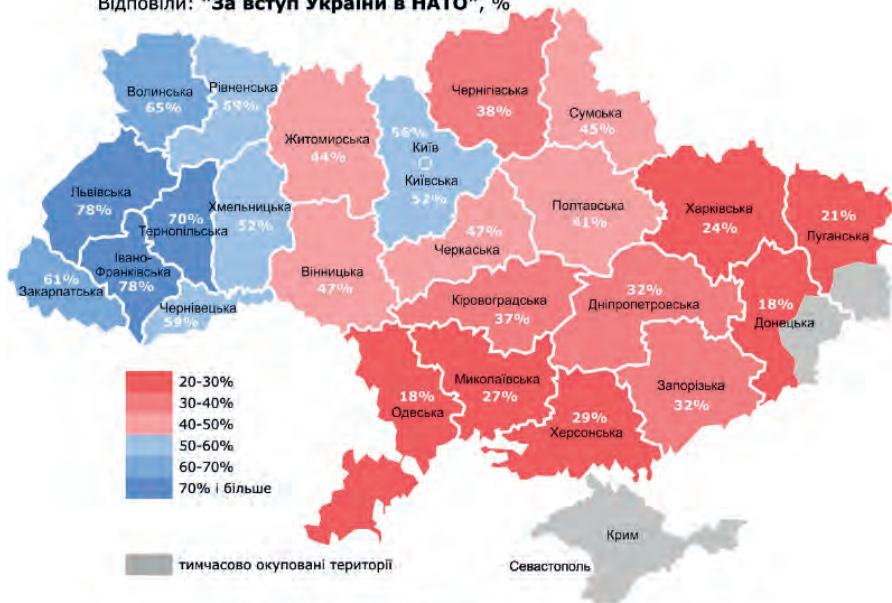
Карта створена на основі результатів опитування

Спеціальний проект групи Рейтинг "ПОРТРЕТИ РЕГІОНІВ". УКРАЇНА, грудень 2018

Малюнок 7. Регіональний вимір підтримки вступу України в ЄС

Якби сьогодні проводився референдум щодо вступу України в НАТО, як би Ви проголосували?

Відповіли: "За вступ України в НАТО", %



Карта створена на основі результатів опитування

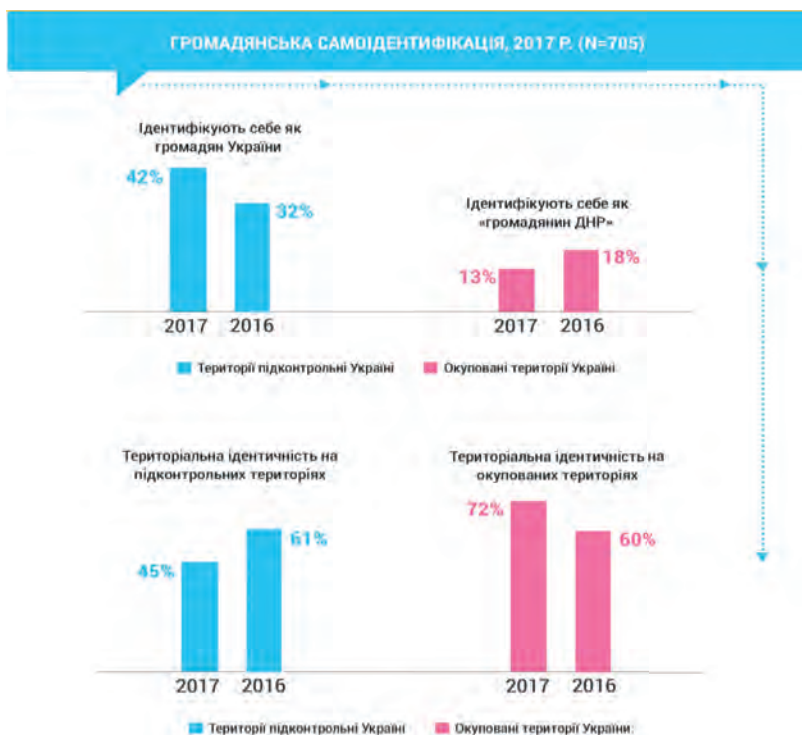
Спеціальний проект групи Рейтинг "ПОРТРЕТИ РЕГІОНІВ". УКРАЇНА, грудень 2018

Малюнок 8. Регіональний вимір підтримки вступу України у НАТО

Як бачимо із наведених вище малюнків, мають місце досить суттєві відмінності між зовнішньополітичними орієнтирами жителів різних регіонів. 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 є справжньою загрозою стабільності всієї держави.

Територіальна ідентичність в Україні, як показували різні соціологічні дослідження, в «довоєнний» період більш виразно проявлялася 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.



Малюнок 9. Зміна самоідентифікації жителів окупованих і неокупованих територій

Як можна побачити із малюнку 9, 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.

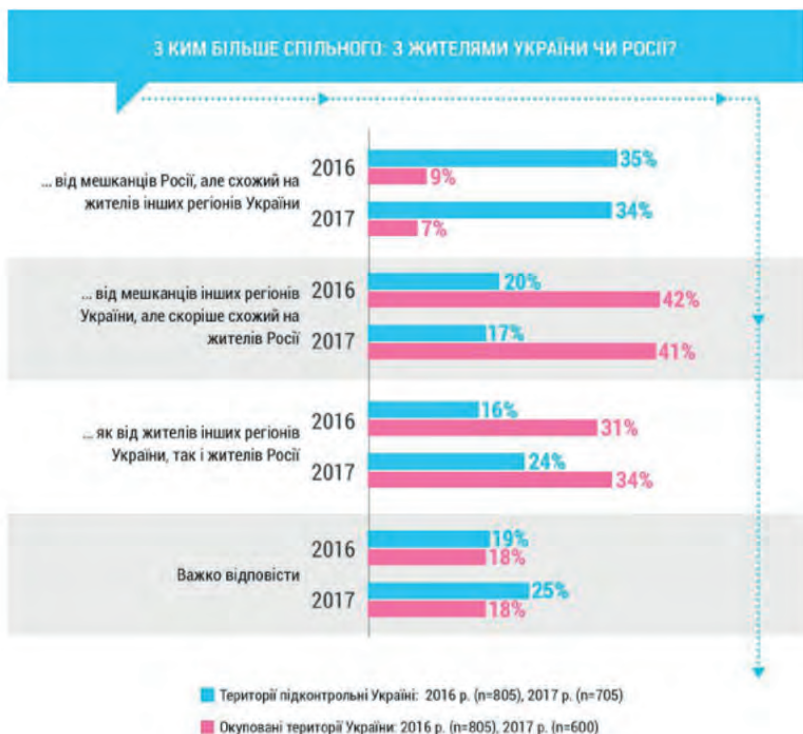
Рівень територіальної ідентичності на окупованих територіях помітно підвищився і становить загалом 72% у 2017 р. (60% у 2016 р.). Зокрема, 37% вважають себе, насамперед, жителями Донбасу, 22% – жителями Донецької області, 13% – свого міста, села⁴.

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

⁴ Звіт Міністерства інформаційної політики, 2018 рік.

Одним з індикаторів територіальної ідентичності є її наявність і рівень впливу (як ми вже говорили вище, є порівняння себе із жителями інших регіонів). Традиційно найбільше відмінностей між собою показували жителі українських західних і східних регіонів, особливо Донбасу.

Зараз тут ситуація загострилася ще більше. Останні опитування показують суттєвий крен територіальної ідентичності жителів окупованих територій у бік отождолення себе з жителями російських, а не українських регіонів!



Малюнок 10. Громадянська та територіальна ідентичності (аналітичний звіт Мінінформполітики, 2018 рік)

(Відповіді на запитання цього опитування формували так: «За моїми цінностями та способом мислення я суттєво відрізняюся від жителів інших регіонів України, але, скоріше, подібний до жителів Росії»).

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 в 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 в ідентичності територіальні, якраз і дали можливість зовнішнім силам, насамперед Росії, підтримувати рухи та політиків, які робили все навпаки – регіональну ідентичність протиставляли ідентичності українській.

Восени 2019 року Український інститут майбутнього опублікував цікаву соціологію настроїв на окупованих територіях Донецької та Луганської областей⁵. Процес формування власної ідентичності, відмінної від решти регіонів України тут продовжується. Так, молодь уже практично не відвідує іншу частину України (старші люди роблять це постійно задля отримання пенсії), так само кількість людей, які замислюються про виїзд за межі цих територій, є менше 20% від опитаних.

А серед тих, хто замислювався про виїзд із ЛДНР, понад 58% мріють виїхати до Росії і лише 27% до України. Серед молоді 18–24 роки, хто думає про виїзд, аж 76% охочих виїхати до Росії.

Отже, по суті, на сьогодні окуповані території Донбасу значно віддалилися від решти регіонів України за більшістю соціоментальних показників, що є значною перешкодою вирішення питання повернення цих територій в Україну.

Проте тут варто зауважити, що ідентичність не базується «на генах», а формується завдяки внутрішнім і зовнішнім чинникам.

Про це дуже аргументовано говорять відомі у світі дослідники історії, економіки, суспільної думки.

⁵ Детально тут: <https://www.slideshare.net/UIFuture/ordlo-zvit-lystopad>.

Популярний у всьому світі Ювал Ной Харарі, розмірковуючи про ідентичність та її витоки, перебуваючи в Києві сказав таке: «Поглянемо знову на німців. У XX столітті вони пройшли складний шлях: імперія, республіка, нацистський рейх, розподіл на Східну і Західну Німеччину і врешті об'єднання в ліберальну демократичну Німеччину. Увесь час вони були одними і тими ж німцями, які мали однакову географію, жили в один час і мали однакові ДНК. Ще в 1945 році люди думали, що в генах німецької нації є щось радикально мілітаристське. А нині німці побудували одну з найбільш розвинутих і мирних демократій у світі»⁶.

Саме тому сьогодні в умовах світу, що швидко змінюється, коли завдяки демократії та верховенства прав людини вибудовуються все нові й нові ідентичності різних груп людей, формування сталих локальних ідентичностей в окремих територіальних громадах, заснованих на спільних цінностях, є дуже важливим елементом стабільності та розвитку таких громад.

Можна з високим ступенем імовірності припустити, що зараз наявні два різних процеси – один інтегруючий, який характеризується формуванням домінуючої української ідентичності по більшості українських регіонів, інший – формування окремих ідентичностей на окупованих територіях Донбасу та Криму, що все більше віддаляє ці території від України й ускладнює їх повернення та інтеграцію в загальноукраїнський простір.

Територіальна ідентичність для новоутворених територіальних громад

Оскільки об'єднані територіальні громади, а після виборів 25 жовтня 2020 року і решта територіальних громад, можуть складатися з 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 загалом.

⁶ Більше тут: <https://www.the-village.com.ua/village/knowledge/lecture/289223-harari-kyiv>.

Відмінності в місцевих ідентичностях усередині 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.

У процесі реформи, питанням організаційної, бюджетної, економічної спроможності територіальних громад приділяють досить багато уваги.

На ці теми є безліч публікацій. Ми ж намагаємося звернути увагу на аспект не зовсім помітний, але дуже важливий – формування спільного простору для розвитку територіальних громад на основі нової ідентичності громади. Ця нова ідентичність не має стати антагоністом до місцевих ідентичностей людей, що проживають у різних поселеннях громади, а є інтегральним творенням нової спільноти, базованої на взаємній довірі, спільних цінностях та інтересах.

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

- неспроможність членів громад до солідарних дій, спрямованих на досягнення спільних цілей розвитку громади, захист своїх прав, інтересів і 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 «центрального 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 їхніх членів; невикористання ресурсного потенціалу цього сектору в місцевому розвитку;

- відсутність кроків щодо формування спільних цінностей ОТГ на основі спільних програм розвитку, спільної роботи, а не тільки святкування «днів села»;
- слабе використання позитивного досвіду інших територіальних громад і відсутність партнерства між громадами, спрямованого на розвиток.

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

Відповіді	Уявлення про суспільство	Уявлення про себе
Підвищилася	39,3	20,2
Залишилася без змін	37,4	60,1
Зменшилася	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
Підвищилася	50,5	17,7
Залишилася без змін	26,9	61
Зменшилася	7,5	12,4
Важко відповісти	15,1	9

Отже, визначені соціально-психологічні чинники лежать в основі слабкої спроможності 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 в 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, комунального житлового фонду, а також ризик виникнення техногенних катастроф;
- незадовільну у більшості територіальних громад демографічну ситуацію (старіння населення, знелюднення сільських територій і монофункціональних міст);
- скорочення в територіальних громадах мережі навчальних і лікарняних закладів, об'єктів інфраструктури, культури: клубів, бібліотек, будинків культури, місцевих музеїв тощо без значного покращення спроможності нової мережі в задоволення потреб людини.

Висновок: без появи й утвердження нової позитивної ідентичності територіальної громади як основного суб'єкта (єдиного соціального організму), зацікавленого та спроможного взяти відповідальність за власний розвиток, успіх децентралізації, всі 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 загальний мешканців, які проживають у поселенні – селі, селищі, 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.

Як можна було вже помітити в попередніх параграфах, ідентичність у сучасному світі почала відігравати вкрай важливу роль, яка може бути як дуже продуктивною, так і дуже контрпродуктивною.

Територіальні громади в Україні після свого суттєвого перерформатування за наслідками реформи неминуче зіткнулися чи зіткнулися з боротьбою двох протилежних трендів – конструктивного, формування спільної ідентичності новоутвореної громади, спрямованої на згуртованість і майбутній розвиток, і деструктивного – атомізацією суспільства та творенням малих, замкнутих спільнот, яким притаманна своя ідентичність, агресивно спрямована на зовні, що привело в обіг нове слово «геттоїзація суспільства».

Здається, ми вже певним чином окреслили важливість ідентичності для людини, суспільства, громади, країни, а тепер спробуємо знову поміркувати над теоретичними підходами до поняття та змісту ідентичності. Адже «теорія без практики мертва, а практика без теорії не повноцінна».

У різних публікаціях щодо ідентичності можна натрапити на два поняття: «локальна» ідентичність і «місцева» ідентичність. Виходячи з того, що в Україні територіальні громади належать саме до базового, місцевого рівня територіального устрою та враховуючи походження понять, ми в цій роботі будемо послуговуватися поняттям «місцева» ідентичність, яка здебільшого є тотожною поняттю «локальна» ідентичність.

РОЗДІЛ 3. «ІДЕНТИЧНІСТЬ»: ПОНЯТТЯ, ЗМІСТ, СТРУКТУРА

Процеси трансформації суспільства впродовж світової історії характеризувалися появою та занепадом міст, народів, цивілізацій. Особливо бурхливі зміни виникали за періоди зміни джерел енергії, що ставали основними для людини, а також матеріалів, які використовували для створення засобів виробництва та зброї. Якщо кам'яний він тривав дуже довго, то бронзовий – промайнув надто швидко. Якщо від сільськогосподарської революції до промислової пройшли багато тисячоліть, то в промислову епоху кардинальні зміни відбуваються дуже швидко. До промислової революції глобального зростання світу майже не відбувалося (0,1% річно), додана вартість була невеликою, капіталізм, базований на промисловості та торгівлі привів до бурхливого економічного зростання у 3–10% річно. Саме в цей час і відбулася конвергенція близьких за мовою, вірою, територією проживання народностей і сформувалися сучасні європейські нації, які утворили національні європейські держави з досить виразною власною національною ідентичністю⁷.

Україна тоді залишилася на узбіччі процесів націє- та державотворення і змогла досягнути своєї незалежності лише наприкінці ХХ століття в умовах досить складної етнічної, мовної, світоглядної, економічної ситуації в регіонах. Власне кажучи, саме зараз відбувається остаточне оформлення сучасної української національної ідентичності, а також регіональних і місцевих ідентичностей.

Отже, трансформація українського суспільства наприкінці ХХ – початку ХХІ століть характеризуються становленням нових і зміною старих соціальних груп, а також спільнот, що супроводжується глибокими трансформаційними явищами суспільної свідомості людей. Це проявляється у втраті окремими особами та їх спільнотами звичних орієнтирів, норм, цінностей, світогляду, що в радянський період формувалися та підтримувалися державою, а також її інститутами.

⁷ Варто зауважити, що в сучасному світі національні ідентичності цих держав також знаходяться на стадії нової трансформації вже на основі поєднання глобального і локального.

Коментар: така ситуація, пов'язана із втратою людьми орієнтирів, характерна для багатьох країн перехідних суспільств – від колишніх африканських колоній до нових незалежних держав, що утворилися після розпаду СРСР. Десь стабілізаційні процеси пройшли швидше, десь суттєво затягнулися. Зокрема, у РФ було проведено цікавий соціологічний експеримент⁸. Людям запропонували вільно розповісти, як вони бачать своє майбутнє, майбутнє Росії та майбутнє свого міста/села у 2025 році. Виявилося, що вони не можуть нічого розповісти про своє майбутнє та Росії, але досить багато думок є про майбутнє свого міста/села, що тут слід зробити і як. Дуже цікавий результат, який підтверджує тезу, що територіальна основа – місце проживання людини є доброю основою для її самоідентифікації та визначення своєї належності до цієї місцевої спільноти, де вона почувається більш безпечно, ніж на одинці чи в масштабах усієї країни.

В умовах дезорієнтації під час швидких і великих змін люди намагаються самостійно ідентифікувати себе насамперед як представників тих груп чи спільнот, що видаються найбільш близькими, очевидними та зрозумілими⁹.

Повернення до запитань «хто я? і хто ми?» старе, як світ, але люди весь час повертатимуться до нього, особливо у складні періоди своєї історії.

Мотивом таких дій є передусім бажання мати певність, розуміння щодо самих себе (хто ми такі?, чому так вчиняємо?, чому це важливо?) та ще, більш важливо, щодо інших – чужих (хто вони?, що в них на думці? чого від них очікувати?). Таке розуміння або визначення відбувається завдяки розрізненню де «свої», а де «чужі» та самоототожнення себе зі «своїми», «рідними»,

⁸ Журнал «Огоньок», «Вера в смутное будущее. Социолог Игорь Задорин рассказал Ольге Филиной, какой хотят видеть страну простые россияне»: <https://www.kommersant.ru/doc/3725214>.

⁹ Овчинникова Л. В. Локальна ідентичність як соціокультурний феномен: чинники формування та відтворення // Дисертаційне дослідження. – Харків, 2012. С. 4.

«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 функцією самоопису, самовизначення індивіда, 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)¹⁰. Відтак ідентичність означає одночасно й 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 й ототожнення. Вона виникає із розрізнення (порівняння) «Я» та «Інший», «Ми» та «Вони», а також ототожнення із близьким, привабливим об'єктом.

Коментар: цікаво, що в різних ситуаціях поняття «ми» може суттєво розширюватися. Наприклад, в умовах зовнішньої агресії зростає єдність усередині всього народу й ознаки, що відрізняють людей у мирний час відходять на другий план (мова, віра, походження), натомість у спокійні часи, особливо під час виборчих кампаній, відмінності стають важливими елементами політичної конкуренції, а місцева ідентичність тут стає дуже важливим фактором мобілізації виборців. Проте варто зауважити, що чим вищий ступінь місцевої ідентичності, порівняно із загальнонаціональною ідентичністю, тим більшою є схильність таких місцевих спільнот до автономізації і сепаратизму.

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

Види ідентичностей

Загалом ідентичностей є багато, вони формуються, змінюються, зникають.

Окремі дослідники¹¹ поділяють наявні ідентичності на природні, що 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 містить такі рівні:

- емоційний (афективний) – настрої, почуття індивіда/спільноти, що виникають до об'єкта ідентифікації (наприклад, почуття любові до місця народження – малої батьківщини; почуття гордості за державу, за приналежність до нації);
- 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. Я сплачую місцеві податки, оскільки я житель цієї громади і хочу її благополуччя).

¹¹ Естественные и искусственные идентичности, или почему национализм, расизм и либерализм идут рука об руку // Режим доступу: <http://ttrofimov.ru/2012/01/estestvennye-i-iskustvennye-identichnosti-ili-pochemu-nacionalizm-rasizm-i-liberalizm-idut-ruka-ob-ruku>.

Функції ідентичності

Виділяють такі функції ідентичності:

- *Адаптивну* – допомагає індивіду пристосуватися до нових соціальних обставин із метою підтримки особистісної цілісності, внутрішньої тотожності та безперервності свого буття.
- *Інтегративну* – об'єднує особистісні та зовнішні – соціокультурні параметри формування особистості.
- *Сенсоутворювальну* – ідентичність є простором утворення нових сенсів, узагальнень, знань тощо.

Завершуючи огляд ідентичності, слід наголосити, що вона як багатопланове наукове поняття є¹²:

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

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

З другого боку, будь-який перехід від традиційного суспільства до сучасного, а передусім до інформаційного, супроводжується вибухом нових ідентичностей, які по-новому фрагментують суспільство, акцентуючись на особистих та окремішніх інтересах на протигагу загальним. Як наслідок – сучасні синтетичні ідентичності є багатоскладовими.

Таким чином, соціальна ідентичність є результатом ототожнення індивіда із соціальними групами (спільнотами), внутрішнього прийняття (інтеріоризації) їх цінностей, норм та/або інтересів що проявляється в його поведінкових практиках – як громадянина, як

¹² Овчиннікова Л. В. Локальна ідентичність як соціокультурний феномен: чинники формування та відтворення // Дисертаційне дослідження. - Харків, 2012. С. 22.

носія статі (жінка/чоловік), як фахівця в тій чи іншій галузі, як віруючої людини, як представника певної етнічної групи, класу тощо.

Якщо спробувати певним чином коротко означити різні види ідентичностей, що базуються на територіальному вимірі, то їх можна ранжувати так¹³:

- Місцева ідентичність – я є жителем N-го села чи міста (я народився чи виріс тут і досі ототожнюю себе саме з цим поселенням, а не тим, де живу сьогодні).
- Регіональна ідентичність – я є подолянином, галичанином, луганчанином, належу до певного регіону/області.
- Державна ідентичність – я громадянин України.
- Етнічна ідентичність – я українець / білорус / німець.
- Інтеграційно-глобалізаційна ідентичність – я європеєць, я громадянин світу.

Коментар: відомий історик, футуролог Ювал Ной Харарі стверджує, що впродовж останніх 5 000 років «нації виникали, змінювалися і навіть зникали. Наприклад, німці – нація, яка утворилась не так давно завдяки об'єднанню саксонів, саксів, урогосів, що в минулому були ворогами. Німеччину об'єднав Отто фон Бісмарк після прочитання «Виникнення видів» Дарвіна»¹⁴. Можна дискутувати над таким припущенням, але в історичному контексті німецька нація, яка сьогодні є носієм наймогутнішої держави Європи, хребтом Європейського Союзу, сформувалася не так давно. Зараз німецька нація – це вже не лише етнічні німці, а мільйони турків, арабів, інших національностей, національна ідентичність якої суттєво відрізняється від періоду кінця XIX століття.

Варто зробити припущення, що ідентичність може формуватися під впливом різних чинників, які можуть бути, як природними – клімат, географія, розміщення, походження, так і штучно створеними – лідером, державою, окупацією чи інформаційним впливом.

¹³ Див. Кісла Г. О. «Локальна людина» в структурі ідентичностей українського населення.

¹⁴ <https://www.the-village.com.ua/village/knowledge/lecture/289223-harari-kyiv>

РОЗДІЛ 4. МІСЦЕВЕ, РЕГІОНАЛЬНЕ, НАЦІОНАЛЬНЕ. ЯК ПОЄДНЮЮТЬСЯ І ЯК КОНКУРУЮТЬ ІДЕНТИЧНОСТІ

Ми в попередніх параграфах уже розмірковували про різні види територіальної ідентичності. Справді, ключовою є національна/державна ідентичність, що часто базується на етнічній ідентичності народу, який створив цю державу.

Проте є випадки, коли така національна/державна ідентичність з'являється, як інтегруючий продукт із різних етнічних ідентичностей, які спочатку прилаштовуються до спільного життя, вироблять водночас нові, небачені досі, правила, звички, цінності тощо.

Найяскравішими прикладами творення таких нових національних ідентичностей є США та Сінгапур.

Перші білі переселенці, які прибули в Північну Америку, не асимільовувалися з аборигенними жителями Америки, а витіснили їх усе далі вглиб континенту. Так само самі індіанці не інтегрувалися з новоприбулими європейцями. Тут ідентичності індіанців і європейців настільки сильно відрізнялись одна від одної і настільки були нетерпимими, що це стало причиною втрати індіанцями Північної Америки, а також історичної перспективи на своїй землі.

Європейська ідентичність колоністів Північної Америки складалась із багатьох етнічних ідентичностей – англійців, ірландців, німців, шотландців..., які у старій Європі вели між собою довгі кровопролитні війни. Проте на новому континенті їм довелося жити разом і боротись з індіанцями, природою, а далі з англійською короною. Так нові умови життя творили нову унікальну американську національну/державну ідентичність у XVIII–XIX століттях.

Ще сучасніший приклад формування національної / державної ідентичності – Сінгапур (невелика, але потужна на сьогодні держава Південно-Східної Азії).

Історія Сінгапуру дуже цікава і повчальна. Маленька країна, що спочатку стала частиною Малайзії, а потім проголосила

незалежність, проти якої не виступала Малайзія. Країна іммігрантів, що до проголошення незалежності і після не мала домінуючої культури, мови, які б стали точкою кристалізації та інтеграції мігрантів. Це був серйозний виклик для будівництва успішної держави і лідер Сінгапуру, Прем'єр-міністр і голова правлячої партії Лі Куань Ю, почав творити нову ідентичність із тотального запровадження англійської мови, яка мала відкрити спільноті Сінгапуру двері у світ знань і хорошої освіти. Сінгапурці залишались етнічними китайцями, малайцями, англійцями..., але водночас ставали сінгапурцями, відмінними від своїх етнічних материнських народів ставленням до освіти, роботи, технологій, а також гордістю за свою малу, але успішну країну.

Протягом 70-80-тих років XX століття і сформувалася нова сінгапурська ідентичність на основі мультикультуралізму.

Проте не завжди політика мультикультуралізму спрацьовує і не завжди етнічні ідентичності поступаються місцем загальнонаціональній/державній ідентичності.

Показовим тут є приклад Західної Європи, де за останні десятиліття число мігрантів зросло дуже сильно, значна частина їх уже стали повноправними громадянами Німеччини, Франції чи Великої Британії, але здебільшого ці люди ведуть зовсім інший спосіб життя, не інтегруються в культуру цих країн, навіть заселяються територіально окремо, що періодично породжує значні соціальні напруженості.

Дестабілізація цілих кварталів у столицях європейських країн весною 2020 року протестуючими вихідцями з африканських країн, руйнування пам'ятників історичних діячів країн, що їх прийняли, свідчить, що політика формування спільної ідентичності у цих країнах виявилась не успішною. Розколи суспільства в країнах, регіонах, містах – це не тільки проблема безпеки співжиття різних соціальних чи етнічних груп, а й зниження конкурентоспроможності цих територій, відлякування потенційних інвесторів і відтік найбільш ефективних, але водночас мобільних спеціалістів.

Отже, стабільність у громаді, її привабливість для внутрішніх і зовнішніх інвесторів прямо залежить від того, наскільки

люди, які там проживають, відчувають себе єдиним колективом, якому притаманні спільні цінності, що переважають відмінності.

Якщо повернутися до науки, що досліджує феномен соціальних ідентичностей, то виділяють колективну, індивідуальну, громадянську, етнічну, національну, професійну, гендерну, вікову, територіально-просторову тощо ідентичності.

Територіально-просторова, або **територіальна ідентичність** – це сприйняття індивідом себе як представника певної «уявленої спільноти», яка *ґрунтується на єдності території проживання, історії та традицій, соціокультурного досвіду, ціннісних орієнтацій та способу життя*¹⁵. 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.

Цікавий приклад територіальної ідентичності, дуже відмінної від ідентичностей сусідів, це так звані «липовани», старообрядці, які переселилися в дельту Дунаю і зараз тут знаходиться місто на воді – Вилково¹⁶. Кілька століть ці люди живуть тут життям за своїми правилами, вони пережили зміну юрисдикції різним державам і політичним режимам, але зберегли багато традицій, що формують притаманну тільки їм ідентичність.

В умовах, коли туризм стає важливим елементом сучасної економіки, жителі Вилково, завдяки своїм особливостям, власному способу просторового планування, транспортній мережі у вигляді каналів, стародавнім кулінарним рецептам стали розвивати власні туристичні послуги приїжджим.

Ще одним цікавим прикладом особливої вже гуцульської ідентичності з місцевим колоритом є Печеніжинська територіальна громада, яка найбільш відома постаттю Олекси Довбуша¹⁷. Ця громада активно використовує свою місцеву ідентичність, як

¹⁵ Коржов Г. Територіальні ідентичності: концептуальні інтерпретації в сучасній зарубіжній соціологічній думці // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2010. – № 1. – С.107–124.

¹⁶ <http://ukrainaincognita.com/odeska-oblast/kiliiskyi-raion/vylkove/vylkove-ne-venetsiya-i-ne-zovsim-ukrainska>.

¹⁷ <https://tyzhden.ua/PrivateUrbanStudies/214200>.

конкурентну перевагу. Саме завдяки цьому громада виграла проєкт каналу 1+1 «Громада на мільйон»¹⁸.

Ідентичність та «уявлена спільнота». Поняття «уявлена спільнота» в 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 чутимуть нічого про них, і все ж *в уяві кожного житиме образ їх співпричетності*¹⁹.

Це поняття «уявленої спільноти» цілком справедливо застосувати і до сучасних територіальних громад, адже сучасні територіальні громади є досить великими, складаються із багатьох поселень, мають досить багато жителів, які точно не можуть бути всі знайомими між собою. Проте вони мають якісь спільні явні і неявні зв'язки, що об'єднують цих жителів.

Осмислюючи природу територіально-просторових ідентичностей – від глобальної до місцевої в різних системах координат, слід зауважити, що в працях низки дослідників наголос незмінно зроблено на «визнанні тією чи іншою територіальною спільнотою таких спільних цінностей, які не тільки визнаються «своїми», але й здатні становити тривку основу для консолідації»²⁰.

Цікавим проявом місцевої ідентичності є таке поняття, як «земляцтво». Люди, вихідці з однієї локальної території – міста чи регіону, проживаючи в іншому місті чи регіоні, намагаються контактувати з такими ж вихідцями з їхньої малої батьківщини, допомагати один одному.

Гарним позитивним прикладом тут є обласні земляцтва в Києві. Вони оформлені, як громадські організації, допомагають вихідцям із своїх регіонів «ставати на ноги» в Києві, просувають

¹⁸ <https://firtka.if.ua/blog/view/pechenizhinska-otg-peremozhets-shou-gromada-na-milion-1>.

¹⁹ Андерсон Б. Уявлені спільноти. – Київ: Критика, 2001.

²⁰ Нагорна Л. П. Регіональна ідентичність: український контекст [Текст]: [Моногр.] / Л. П. Нагорна. – К.: ІПіЕНД імені І. Ф. Кураса НАН України, 2008. – 405 с.

регіональні культурні продукти в столиці України, допомагають у реалізації соціальних проєктів на своїй малій батьківщині.

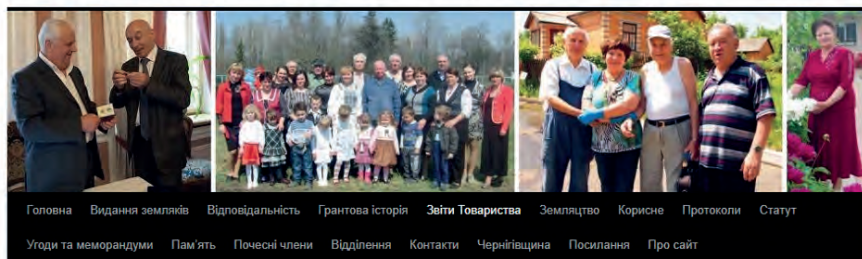
У Києві таких земляцтв є досить багато, хтось більш активний, хтось менше активний, але їхня діяльність, особливо у сфері культури та соціальної підтримки, завжди була помітною. Останніми роками ситуація в цій сфері дещо погіршилася через внутрішні проблеми, зовнішню агресію і поступову більшу атомізацію суспільних груп, що послаблює дух регіональної ідентичності.

За часів Януковича, «донецькі» – став таким негативним терміном для Києва, а продовження війни на Донбасі ще більше додало настороженості до вихідців із цих регіонів.

У цих умовах жителі Донбасу, які покинули окуповані території, створюють свої організації в Києві й інших містах не так на основі регіональної ідентичності, як на основі необхідності вирішення спільних проблем, як вимушених переселенців у рідній країні.

Товариство «Чернігівське земляцтво»

Сайт земляцтва



Звіти Товариства

[Про роботу в 2019 році](#)

Facebook

Малюнок 11. Сайт Чернігівського земляцтва

Місцева ідентичність як певна консолідація окремих груп людей, є вагомим передумовою для організації політичного життя на демократичних засадах, політичної участі громадян і їхнього впливу на прийняття суспільнозначущих рішень, але винятково за умови намагання узгодження спільних інтересів між різними групами на основі компромісу, а не домінування однієї

групи над іншими. Відповідно до цього *ієрархія територіальних ідентичностей*, де ідентичності нижчих рівнів територіального устрою співіснують із вищими, є *тим каркасом*, на якому будується *культура субсидіарної демократії*²¹.

Як уже було зазначено вище, територіально-просторова ідентичність, як правило, представлена такими рівнями:

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

Отже, «місцева / 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 у західному світі є загальноприйнятим символом свободи. Простір відкритий, передбачає майбутнє й побуджує до дії... Закритий й олюднений простір стає «місцем». Порівняно з «простором», «місце» є спокійним центром певних цінностей. Людям необхідне як місце, так і простір. Місце – це безпека, а простір – це свобода; ми прив'язані до першого й тужимо за другим. Немає кращого місця, ніж дім...»²².

Рідний дім, як головний символ місця, зберігає сліди, які залишила історія, він пов'язаний із сім'єю, її долею. *Дім* є головним елементом малої батьківщини для багатьох поколінь, *основою, що формує місцеву ідентичність*. Дім, сусіди, друзі, річка, ліс, школа, дід Петро, знахарка Явдоха, цукровий завод чи Іво Бобул... усе це елементи, які впливають на її формування.

²¹ 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.

²² Tuan Yi – Fu. *Przestrzeń i miejsce* / Yi – Fu Tuan ; przełożyła Agnieszka. Morawińska. – Warszawa : Państwowy Instytut Wydawniczy, 1987. – 253 S. 8, С. 75.

Місцева ідентичність формується через сприйняття індивідами окремих елементів, що є для нього важливими і спільними для багатьох людей, які проживають поруч. Зокрема, може йтися про:

- місце народження / мала батьківщина (ми хлопці з Бандерштадту);
- особливості місцевого ландшафту чи клімату (краще гір можуть бути лише гори, але краще Карпат гір нема!);
- відомі місцеві історико-культурні події (Холодний Яр, Гуляйполе);
- значимі люди, що тут народилися чи стали відомими (Івасюк, Яремчук – всі чернівецькі);
- економічна спеціалізація території, її соціально-економічний розвиток (Маріуполь – місто металургів!);
- з особливими реальними або приписуваними межами колективної поведінки (одесити – народ «гуморний»)²³.

Багатоманітність елементів місцевої ідентичності свідчить, що її формування відбувається під впливом багатьох чинників і ці чинники не є статичними, а можуть змінюватися. Наприклад: 30 років тому місто Хмельницький мало кому було відомим своєю розвиненою електронікою, проте тепер чи не вся Україна знає про Хмельницький ринок і хмельницькі товари легкої промисловості. Хмельничани стали активними підприємцями.

Отже, місцева ідентичність (далі – МІ) – це *результат отождошення людиною себе з певним місцем фізичного простору, що має символічну і ціннісну значущість для цієї людини і групи інших людей, які там проживають. МІ формується під впливом колективного й індивідуального досвіду і взаємодії в межах місцевої спільноти.*

Важливими чинниками формування МІ є:

- *місце* як специфічний простір значущих смислів, цінностей і норм;
- *первинна соціалізація*, агентами якої є близьке місцеве оточення;
- *взаємодія* в межах місцевої спільноти;

²³ Локальная идентичность: формы актуализации и типы / Е. В. Морозова, Е. В. Улько. – ПОЛИТЭКС. – 2008. – № 4. – С. 139–151.

- *колективна пам'ять* спільноти щодо значущих подій і персоналій в історичному розвитку місця²⁴.



Малюнок 12. Чотири аспекти ідентичності

За характером МІ 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 і прийнятих цінностей або інтересів локальної спільноти особа добровільно долучається до здійснення діяльності на благо своєї спільноти. Деякі науковці розглядають існування латентної МІ, яка лежить в основі номінальної та реальної, коли особа себе не самоідентифікує, а лише відносить до кола «місцевих», «наших», «своїх» на протигагу до їх антонімів («бандери – східняки», «Донбас порожняк не гоніт!»).

Сформована МІ індивіда проявляється на трьох рівнях:

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

Емоційний рівень містить емоції, настрої, почуття, які відчуває індивід щодо 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. Цей рівень МІ містить й емоційну *прив'язаність до місця*, відчуття близькості, спорідненості із ним, із його природою, із фізичним, соціальним і культурним середовищем. Кожен індивід має сильне

²⁴ Овчиннікова Л. В. Локальна ідентичність як соціокультурний феномен: чинники формування та відтворення // Дисертаційне дослідження. – Харків, 2012. С. 7.

почуття або прихильність до певних місць, об'єктів і просторів, що може бути описаним за допомогою таких словосполучень: *«родинне гніздо»*, *«шкільні друзі»*, *«улюблене крісло»*, *«старі сусіди»*, *«моє місто»* або *«улюблена кімната»*.

Навіть через десятки років, однокласники, яких доля розкидала по різних світах намагаються зібратися у своєму селі, місті, школі, витрачають на це час, кошти заради кількох годин емоцій причетності до свого місця дитинства та юності. Ця емоційна складова є дуже важливою в найдраматичніші періоди життя. У фільмі *«В бій ідуть одні старики»* є сильний епізод, де головний герой картини розповідає, що над Україною і небо блакитніше і зелень зеленіша, а його товариші відразу починають розповідати про красу своїх малих батьківщин²⁵.

Цей епізод фільму показує наявність власної ідентичності людей різних національностей із різних територій СРСР, яка раптом проявилася від однієї фрази командира про особливість України.

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

*«Лемківська ватра»*²⁶ – щорічний фестиваль-зібрання лемків із усього світу на Тернопільщині. Багато років, розкидана волею тиранів, війнами й репресіями, територіальна спільнота лемків збирається в одному місці для того, щоб показати себе, почути інших, дізнатися про те, хто, де і як живе, як зберігає лемківські цінності. Загалом це дуже сильний приклад, як лемківська місцево-просторова ідентичність вийшла за територіальні межі і є по-

²⁵ <https://www.youtube.com/watch?v=jozxnUcNWpw>.

²⁶ <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/2513886-dva-desatilitta-bila-lemkivskoi-vatri.html>.

тужним маркером ідентифікації лемків. Таке бажання зберегти свою ідентичність, просування її елементів на національний рівень дає свої плоди. Лемківська пісня «Пливе кача по Тисині»²⁷ стала національною піснею-реквіємом за загиблими на Майдані. Вже мало хто навіть замислюється над тим, що ще нещодавно це була досить вузько регіональна пісня. Українська співачка Христина Соловій є гарним прикладом просування лемківського культурного надбання в національне надбання усієї України.

Поведінковий компонент характеризує певну готовність до дії, а також *сукупність мотивацій до дії*, що сформовані на основі когнітивно-емоційного сприйняття себе як представника локальної спільноти, на основі вищих соціальних потреб особистості (зокрема, потреби бути долученим до соціального середовища, мати поле для самореалізації) та відповідно до способу життя індивіда, у якому можуть бути реалізовані соціальні й індивідуальні цінності особистості²⁸.

Місцева ідентичність є і певним мотиватором до спільних дій. Так на Закарпатті об'єдналися багато різних людей за збереження Боржавських полонин: від громадських протестів до зібрання коштів на адвокатів, аби зупинити встановлення на полонинах вітрових генераторів, які по суті знищували сакральне місце, що впливає на формування місцевої ідентичності цих людей.

Початок війни на Донбасі в умовах руйнації української армії стимулював об'єднання людей для збору необхідної амуніції для добровольців і військових частин у різних українських регіонах, появі самих частин із регіональними назвами – Айдар, Київ, Харків, Чернігів, Слободжанщина, Кривбас, Донбас...

Визначення меж місцевої ідентичності

Отже, МІ є результатом ідентифікації індивіда / групи з місцевою спільнотою, відчуттям причетності до подій, що відбуваються на території безпосереднього мешкання (області, тери-

²⁷ <https://www.youtube.com/watch?v=3afvyGNbGoE>.

²⁸ Овчиннікова Л. В. Локальна ідентичність як соціокультурний феномен: чинники формування та відтворення // Дисертаційне дослідження. – Харків, 2012. С. 64.

торіальної громади, міста, мікрорайону, селища, села). Вона виявляється у формуванні певної системи цінностей і норм поведінки жителів території. Водночас територіальні *спільноти* області, району, територіальної громади, міста, мікрорайону, селища, села *володіють*, умовно кажучи, *різними властивостями* локальності. Інакше кажучи, не всі вони є повною мірою місцевими / локальними спільнотами. Щоб оцінити їх відповідність категорії «місцевої / локальної спільноти», варто виокремити її головні ознаки, що дадуть уявлення про межі.

Насамперед *стосунки, що виникають між членами локальної спільноти мають характер безпосередніх контактів*. Членів спільноти об'єднує певна єдність цілей і засобів, що слідує із спільності повсякденного життя. Вони сприяють розвитку й мобілізують суспільну поведінку²⁹. Отже, по-перше, організація безпосередніх відносин між людьми й підтримка контактів між ними властиві для локальної спільноти, що зумовлює обмежену кількість її членів. Уважають, що в ідеалі локальне співтовариство нараховує не більше 5000 жителів. Це напевне і є першим кількісним показником спільноти нижчого територіального рівня. Щоправда, для міських спільнот ця цифра стає значно більшою, починаючи з Риму. Римляни були горді за свою належність до спільноти Риму і зберігали цю гордість у різних куточках імперії.

По-друге, локальна спільнота відчуває необхідність у певних соціальних інститутах, із якими пов'язане життя кожної людини. Оскільки людина народжується, вчиться, працює, відпочиває, хворіє і вмирає, місцеве співтовариство потребує лікарень з пологовими відділеннями, дитячих садків, шкіл, підприємств, церков, пунктів побутового обслуговування, місць відпочинку й нарешті – цвинтарів як особливих місць суспільної пам'яті, що об'єднує тих, хто пішов, і тих, хто залишився³⁰.

Отже, *лише спільноти окремих сіл, селищ, малих міст відповідають цим ознакам територіальних спільнот, які є*

²⁹ Слиз А. Локальная и региональная идентичность в процессе глобализации // Вісник СевДТУ. Вип. 94: Філософія: зб. наук. пр. – Севастополь: Вид-во: СевНТУ, 2009. – С. 3–7.

³⁰ Панченко Т. В. Регіональна і локальна ідентичності як складові культури субсидіарної демократії. Серія XXII. Політичні науки та методика викладання соціально-політичних дисциплін, Київ. 2010. – Вип. 4. – С. 72–77.

першим рівнем просторово-територіальної місцевої ідентичності.

На урбанізованих територіях та в об'єднаних територіальних громадах, що складаються із багатьох поселень, існують інші види спільнот – територіальні співтовариства (communities), для яких властиві менш стійкі зв'язки між членами, більш низький рівень індивідуальної та колективної ідентифікації, готовність до міграції, менш тісні стосунки з родиною, а також слабе почуття спільного господарювання³¹.

Тобто ідентифікацію мешканця великого міста чи великої територіальної громади з відповідним містом чи громадою можна вважати ідентичністю, яка ближча до регіональної і тому є менш стійкою. Це не є перевагою для громади, а навпаки, ускладнює взаємодію жителів громади між собою, викликає певну недовіру до влади громади.

Що формує ідентичності спільнот



Малюнок 13. Ландшафт місцевої ідентичності

³¹ Слиз А. Локальная и региональная идентичность в процессе глобализации. // Вісник СевДТУ. Вип. 94: Філософія: зб. наук. пр. – Севастополь: Вид-во: СевНТУ, 2009. – С. 3–7.

Соціологічні дослідження, які в різні часи проводили в Україні, а також наведені в попередніх параграфах 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 ситуацію. Конкуренцію цьому тренду складає бажання знайти нове місце роботи*, однак у разі появи робочих місць удома, що має бути одним із напрямів політики місцевого розвитку, цей показник втрачатиме свій рівень.

Власне, це дає підстави зробити узагальнювальний висновок, що *попри світову тенденцію розмивання територіально-просторових ідентичностей, місцева ідентичність є стійкою завдяки її «органічному» походженню* – емоційному та фізичному зв'язку індивіда з місцем, спільнотою та її культурою, які індивід визначає як «свої», тобто прийнятні, зрозумілі, рідні³².

Місцева та регіональна ідентичність: спільне та особливе

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

Під поняттям **«регіональна ідентичність»** розуміють сприйняття індивідом себе як представника «уявної спільноти», яка базується на єдності території проживання, соціально-культурного досвіду, ціннісних орієнтацій і способу життя³³.

Розвиток регіональної ідентичності передбачає наявність принаймні двох видів передумов: культурних і соціально-економічних³⁴. Важливими чинниками формування регіональної ідентичності є:

- «територія» регіону, як значно більше географічне утворення, на відміну від «місця» в локальній;

³² Овчиннікова Л. В. Локальна ідентичність як соціокультурний феномен: чинники формування та відтворення // Дисертаційне дослідження. – Харків, 2012. С. 8.

³³ Коржов Г. Регіональна ідентичність Донбасу: генезис та тенденції розвитку в умовах суспільної трансформації // Соціологія: теорія, методи, маркетинг, 2006, № 4, С. 41.

³⁴ Бусыгина И. М. Политическая регионалистика: [Учеб. пособие] / И. М. Бусыгина. – М.: Университет; РОССПЭН, 2006. – 280 с.

- його певна соціально-економічна цілісність;
- особлива регіональна культура й історія.

Спробуємо здійснити аналіз зазначених чинників формування регіональної ідентичності шляхом порівняння з аналогічними, що лежать в основі місцевої ідентичності.

Насамперед в українських реаліях, на відміну від західно-європейських, 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 змістом³⁵. Отже, за просторовим критерієм відмінність між місцевою та регіональною ідентичностями є суттєвою:

- МІ передбачає чіткі межі місця, які, як правило, збігаються з межами таких поселень, як село, селище, місто, що здебільшого мають природно-історичне походження;
- межі регіонів, що в нас збігаються з межами областей, Кримської автономії та двох міст – Києва та Севастополя, мали у своєму походженні досить штучний характер – створені радянською владою після руйнування губерньського та воєводського поділу, який був тісно пов'язаний із географічними регіонами. Проте за майже сторічне існування областей у нинішньому форматі тут склалась уже своя «обласна» ідентичність. Так, Хмельниччина, Вінничина та Тернопільщина історично належать до Поділля, але зараз жителі цих областей ототожнюють себе не з «великим Поділлям», а саме своєю областю. В означеннях себе серед людей цих областей є свої відмінності.

Варто зауважити, що «територія» регіону, як чинник має значно менший потенціал щодо формування відповідної ідентичності, ніж «місце» в місцевій, тут більшим складовим є інші економіка та послуги.

Тому за радянських часів критерій «соціально-економічна цілісність» став ключовим підґрунтям регіональної ідентичнос-

³⁵ Lacoste Y. Dictionnaire de geopolitique / Y. Lacoste. – Paris: Flammarion. – 1995. – 1699 p.

ті. Особливо важливим і визначальним, насамперед, цей критерій став для східних і південно-східних регіонів нашої держави, які заселялися й розвивалися у більш пізні часи і не зовсім природним способом, а через рішення спочатку Російської імперії, а потім СРСР. На відміну від України в європейському контексті цей критерій поступається культурно-історичному, адже саме він 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 небагаточисельних підприємств. Це створювало ситуацію технологічної залежності працівників, які з року в рік працювали в одних і тих же умовах і які набували вузькопрофесійних навичок, що закріплювали їх на одному місці. Не було можливості ні змінити напрямок діяльності ні місце зайнятості. Це створило майже необмежені можливості для керівників таких підприємств, перетворюючи їх у реальних господарів міст, фактично в удільних князів. 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 відмінний від західного типу. Домінантними рисами поведінки стали примітивне споживання, підлабузництво, імператив підлеглості та кар'єрних змін існування.

Заволодівши в процесі «прихватизації» 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 вже сплачували своїми голосами на виборах, втягувалися у специфічну політичну діяльність аж до фальсифікацій та махінацій. Це породжувало у них ілюзію особливих близьких і довірливих стосунків із босом, тим самим посилювало психологічну залежність», – наголошує автор³⁶. Зазначене, на наш погляд, розкриває основні причини виникнення та зміст ознак довоєнної регіональної ідентичності Донбасу.

Власне кажучи, конфлікт у 2014 році, який виник на Донбасі завдяки підтримці і прямій агресії РФ, став можливим і тому, що населення цього регіону продовжувало жити в парадигмі патерналізму, а населення центральних і західних регіонів прагнуло більше свободи і меншого втручання держави у своє життя.

Коріння цього слід шукати ще на початку 90-х років минулого століття. До 90-х років у всіх регіонах більшість найманих працівників працювали на великих державних заводах, проте ці заводи, залежно від регіонів, належали до різних сфер економіки. Якщо на заході та в центрі це були заводи радіоелектроніки та ВПК, то на сході-півдні – металургія та хімія, добувна промисловість.

Після розпаду СРСР заводи в центрі та на заході України були зупинені і їх працівники були змушені шукати доходи в інших сферах – торгівля, підприємництво. До 2014 року структура економіки та зайнятості між цими групами регіонів стала дуже сильно відрізнятись, адже великі підприємства металургії, хімії просто змінили власника, а для працівників нічого не змінилося. Так змінювались психологічні орієнтири і цінності жителів центральних і західних регіонів і практично нічого не змінювалося на сході-півдні.

Особлива регіональна історія, традиції або міфи (які часто є інтерпретаціями минулого), мова, релігія, регіональна література, музика, фольклор складають передумови розвитку регіо-

³⁶ Коржов Г. Регіональна ідентичність Донбасу: генезис та тенденції розвитку в умовах суспільної трансформації // Соціологія: теорія, методи, маркетинг, 2006. – № 4. – С. 41.

нальної ідентичності культурного характеру. Саме на цій основі будуються регіональні ідентичності європейських етнічних регіонів. Проте окремі регіональні культури можуть стимулювати процеси соціального навчання й інновації, а інші – 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 під час формування місцевої ідентичності. Однак у загальнодержавному масштабі його потенціал залишається незначним – більшості українських регіонів набагато важче «винаходити традицію» на такому ґрунті³⁷.

Завершуючи розділ, слід зосередитися на особливостях, про які ще не було згадано вище:

- регіональна ідентичність зазвичай проявляється в тих суспільствах, де ще тільки йде становлення національної ідентичності як феномену вищого порядку;
- регіональна ідентичність більшою мірою конструюється зовнішніми акторами, ніж формується природним чином, що характерно для місцевої, і вона не є такою цілісною, як місцева; регіональна ідентичність для мешканців південно-східних регіонів України виконує компенсаторну функцію, яка замінює їм втрачену – радянську і ще не набуту державну або національну (у розумінні політичну, а не етнічну);
- ця різновидність ідентичності має ознаки партикулярності (домагання власних інтересів на протигагу загальним) і конкурує з більш універсальною – національною (етнічною або політичною).

Функції місцевої ідентичності

Соціологи виявили закономірність, що чим більшою мірою проявляється локальна ідентифікація індивідів, тим більш вира-

³⁷ Нагорна Л. П. Регіональна ідентичність: український контекст [Текст]: [Моногр.] / Л. П. Нагорна. – К.: ІПіЕНД імені І. Ф. Кураса НАН України, 2008. – 405 с.

женою є їхня громадянська ідентичність. Це дає підстави розглядати МІ як чинник консолідації суспільства.

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

З другого боку, роль і значення феномену МІ у 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 МІ.

Вплив на ідентичність. Криза ідентичностей

Криза ідентичності породжена редукцією, хаотизацією мислення та сприйняття. Ми живемо на межі між біологічною та організмичною ерою за Фукуямом або на межі 5-го та 6-го технологічного укладів за Глазьевим. Це епоха змін. Ми стаємо свідками змін світу, бачимо, як він піддається впливам, що ніколи не були можливі.

Відома орієнтовна «ціна ідентичності» під час прийняття рішень у маркетингових технологіях. Через рекламу нас запевняють, що ми можемо висловити свою ідентичність через ті чи інші предмети та дії, їжу та напої, слова та дії. Наприклад, мобільні телефони стали частиною персональної ідентичності в частини населення землі. А в цей час місцева ідентичність, її глибина та зміст, стала одним з основних товарів для туристів і займає гідне місце в інтересах зрілих особистостей.

Інтенсивний вплив на різного рівня ідентичності привів до колапсу, коли індивід не може знайти у своєму чуттєвому досвіді підтвердження своїм уявленням про себе та своє оточення.

Намагання сприйняти себе нездійсненне, бо той, Хто сприймає, з іншого боку залежний від того, Що сприймається. Очевидно, що з нашим тілом ми маємо тісний зв'язок, проте без нас тіло не

живе. За аналогією можемо говорити про місцеву ідентичність. Тіло місцевої ідентичності – це те, що ландшафт та архітектура, особистості і групи випромінюють у світ і що сприймається та запам'ятовується як «ознака» місцевості і людини з цієї місцевості.

Сприйняття достатнє для самоідентифікації в місцевій ідентичності заміняється переживанням. Для переживання необхідна взаємодія або з людьми, або з місциною. Вочевидь ефективної взаємодії сьогодні на місцевому рівні є недостатньо. Атомізація суспільства і занурення цілих груп людей у віртуальний світ дійшла і до невеликих спільнот у малих поселеннях. Спільна діяльність стає радше винятком ніж правилом, поширення неправдивої інформації, страхів стає нормою соціальних мереж і ЗМІ, що підриває довіру між людьми остаточно і не дозволяє ухвалювати рішення, які мають позитивний вплив на майбутнє.

Це і є криза місцевої ідентичності, яка є небезпечною для майбутнього громади і місцевої спільноти.

Чому збереження/формування МІ є важливим для громади?

- МІ виконує у громаді важливі функції, які не можуть бути замінені чимось іншим.
- Підвищення зрозумілості. Люди, що ідентифікують себе однаково, розуміють один одного більше, ніж зазвичай.
- Підвищення ефективності взаємодії, через покращення розуміння.
- Мнемонічна схема світоглядної основи. Світогляд, що сформувався через переживання та є в пам'яті, формується в місцевому ландшафті як фізичному, так і соціальному, а цей ландшафт формує мнемонічну схему для них.

Ідентичність є джерелом сили і ресурсу. Ми говорили про взаємозв'язок багатьох факторів у середині ідентичності та різних ідентичностей між собою, так ось, ці зв'язки є ресурсом, що породжують і підтримують взаємодію, що, своєю чергою, відкриває можливості. Якщо відчуття ідентичності є позитивним, то це дає додаткові сили та ресурс, якщо негативне, то це відтік сил і ресурсів на інші рівні ідентичності або до інших суб'єктів.

Згуртованість як умова ідентичності й ідентичність як результат згуртованості

Простір обмежує нас, час об'єднує, а, об'єднавшись і діючи, з часом починаємо діяти більш ефективно і тим ефективніше, чим сильніше відчуття згуртованості, відчуття «Ми».

Наприклад: коли духові оркестри пожежних частин грали разом, то тренували дихальну систему, її витривалість і це вкрай необхідно пожежникам (хоча не лише це). Вони вчилися бути однією командою, тренували розуміння, розпізнавання, емпатію та відчуття взаємозв'язку учасників. Зараз такий метод вважають застарілим, а для тренування таких навичок використовують інші методики.

Ідентичність в індивіда формується, коли він відчуває взаємозв'язок між усіма аспектами себе та відгуком від «зовнішнього світу», що його оточує. Під аспектами себе мають на увазі: сенсорику, почуття, мислення, дії, іншими словами, відчуття себе цілісним. Аналогічно можемо побачити, що місцева ідентичність людини тим сильніша, чим більша згуртованість у переживаннях, думках, планах, діях і успіху цих дій у «зовнішньому світі».

Наприклад: можемо це відчути під час подорожі, коли, зустрічаючи свого земляка, швидко знаходимо порозуміння того, що це – «Ми», бо обидва знаємо спільний простір нашої малої батьківщини.

У місцевої ідентичності, на нашу думку, є дві «функціональні мережі» або два «контури»:

- Відкрита – відповідає за комунікацію та взаємодію з зовнішнім світом (комунікація, розуміння, емпатія, взаємодія, співчуття, розпізнавання, породження, поглинання, «опилення» тощо).
- Закрита – відповідає за збереження цілісності й інтроспекцію (структурна цілісність, генератор сили, енергообмін, відновлення, адаптація, перетравлення тощо).

Відкритий контур допомагає «чужого навчатися», а закритий – «берегти своє».

Якщо повернутися до теми впливу на ідентичність, а саме на вплив на МІ, то можна розділити його на конструктивний (народження, ріст) і деструктивний (розпорошення, смерть).

Для досягнення своїх цілей різні суб'єкти впливають:

- На розуміння факту буття того, що є людина чи група людей чи якась річ. Тут загальний принцип впливу запевнити, що Ваше гірше Нашого. Наприклад: *«це імпортне» і вже є образ, що воно краще, не зрозуміло для чого і не факт загалом.*
- На характеристики (властивості, можливості, потенціал, стан тощо), що визначають дії (думки, рішення, відношення, сприйняття) людини чи групи людей. Наприклад: *будь з нами, і ти зможеш стати ким завгодно.*
- На сприйняття фактів, що дозволяють встановити, хто є власником, або носієм, ідентичності забирають їхні імена або інші деталі самоідентифікації. Наприклад: *Росія виставляє себе правонаступником Київської Русі, хоча була Московією.*
- На приєднання, запевнення у близькості, схожості або спорідненості. Наприклад: *Путін: ми з українцями – один народ.*

Ми вже говорили про те, що ідентичність – це, насамперед, людська пам'ять, яка може запам'ятовувати як позитивний, так і негативний досвід. Як правило, позитивний досвід пов'язаний зі своїми батьками, домівкою, сусідами, ріднею, земляками... саме така пам'ять, яка формується з дитинства, є найбільш тривалою.

Пам'ять закарбовує побачене – батьки, природа навколо, якась споруда...; почуте – історії бабусі, розповіді сусідів, ветеранів, людей, які виросли тут і зробили карколомну кар'єру, пісні на весіллі (радіо-телевізор...); запах і смак – борщ від мами, вареники з вишнями, запах серпневого саду, флокси під вікном у першої коханої...; дотик – руки матері, вода у ставку, стругане дерево в майстерні сусіда, кований меч у шкільному музеї...

Ці відчуття формуються у людей, які проживають у цій місцевості, і саме так у різних людей є багато спільного в пам'яті, що і робить їх близькими, творить спільноту «МИ». МИ загалом

сильніше, ніж кожен Я окремо, тому і результативність об'єднаних спільнот є значно вищою, ніж просто сукупності людей.

Одним із найсильніших впливів місцевої ідентичності в сенсорному аспекті – це смак. Згадайте вашу подорож, де була несмачна їжа і де було смачно, так ви зрозумієте про що йдеться. Кухня тоді, коли не було телефонів та пошти, відігравала роль мотивації повернення додому, до унікальних рідних смаків. Чоловіки повертались додому за смаком страв відомих із дитинства та приготованих дбайливими руками матерів, сестер і дружин. На сьогодні смаків дуже багато, але кожен розуміє, що таке його смак та хто цей смак вміє створити.

Смак страв кухні регіону – це базове переживання, це враження, яке не забуваєш довго та переказуєш друзям, наприклад, що таких вареників на молоці ніде як на Полтавщині не куштував.

Кухня, як частина нашої ідентичності, була докорінно змінена великою кількістю впливів. Останнім часом почався зворотний процес відновлення, або точніше творення заново місцевих страв із місцевих продуктів, і це дуже стабільний тренд. Міста швидко обростають легендарними їдальнями, кав'ярнями, пивними і чайними. Достатньо подивитись на заклади Львова і їх наявність у всіх містах країни. Показова є поведінка жителів східних країн. Переїжджаючи тимчасово або на постійне місце проживання, перше, що вони привозять – це «свій смак», свою кухню, зі своїми спеціями та продуктами. За це відповідальні «перші поселенці».

Форматування своєї місцевої і ще до того здорової кухні – це один із найсильніших, приємніших, ефективніших впливів на формування місцевої ідентичності. Їжа підтримує наше життя, впливає на його якість і невід'ємно пов'язана зі святами.

Ми завжди є під впливом часу. Для нас час – це вервечка подій, якісь із них відчутно сильніші, от їх ми і називаємо святом. Свята, що мають підтвердження у відчуттях, назвемо «живі свята» – це події нашого життя, що породжують внутрішнє відчуття піднесення, яке важко описати прозою.

Живі свята і їх спільне святкування, це не тільки частина ідентичності, а й дуже сильний інструмент розв'язання внутріш-

ніх конфліктів сім'ї, родини, громади, регіону. І, звичайно, проведення таких свят може бути дієвим інструментом конструювання ідентичності. Неформальне спілкування, що може відбуватися на таких святах, варте багатьох місяців, а то й років, переговорів. Свята, що підкреслюють сьогоднішнє, те, що можна пережити тут і зараз, формує спільноту як уявлення про «ми». Напевно, кожен знає з власного досвіду, що коло родинних свят об'єднує рід.

Для використання свят як інструменту конструювання місцевої ідентичності необхідно бачити, що події людство описує циклами, а точніше рухом по спіралі, як наша планета рухається у космічному просторі. В кожному циклі, в кожному витку спіралі є свої визначні події, які ми можемо споглядати на різних рівнях. Жива природа має свої, метафорично кажучи, дні народження, перемоги, весілля, початок і завершення – це її свята. Коли найдовша ніч, а після неї день починає рости взимку – свято, коли найдовший день улітку теж свято тощо.

Формування спільноти на основі відчуттів, а також створення в пам'яті на цій основі спільного для багатьох образу й об'єктивної реальності, робить можливим процес поступової зміни чи переформатування ідентичності через вплив на ці відчуття. Цей вплив може бути як позитивним, так і негативним. У сучасному світі, на жаль, негативні впливи є дуже сильними. Вони спрямовуються на роз'єднання людей, на атомізацію спільнот, що є згубно для цілих держав і народів. Ми ж маємо орієнтуватися на творення сильних, спроможних до розвитку, територіальних громад на основі спільної ідентичності, яка має формуватися і з урахуванням минулого, так і на основі того, які риси ідентичності ми хочемо мати в майбутньому.

У наступних параграфах ми спробували показати, які елементи позитивного впливу на нову ідентичність уже використовують в українських територіальних громадах. Поки що це відбувається навіть не свідомо, не базуючись на якихось теоріях чи дослідженнях, а винятково на основі здорового глузду лідерів громад і їхнього бажання зробити щось важливе для майбутнього своєї малої батьківщини.

Отже, наша ідентичність значною мірою залежить від того, що я бачу, чую, смакую, нюхаю, за що переживаю, що люблю, що боюся втратити. Якщо ми це зрозуміємо і зрозуміємо, що ми хочемо мати сьогодні, завтра, через багато років, то зможемо вибудувати свої дії для того, аби наша спільнота жителів громади отримала свою унікальну ідентичність, яка стане рушієм розвитку та безпеки громади.

РОЗДІЛ 5. ПРАКТИКИ ФОРМУВАННЯ ТА КОНСТРУЮВАННЯ ЛОКАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ

У процесі створення об'єднаних територіальних громад формуються спільноти із своєю МІСЦЕВОЮ ІДЕНТИЧНІСТЮ, а відтак із своєю історичною, культурною, соціальною, економічною, конфесійною та іншою специфікою, особливими стосунками. Це може призвести до виникнення конкуренції або і до конфліктів зазначених локальних ідентичностей, що стимулюватиме соціальну напруженість і дезорганізацію. Врахування цієї обставини слід брати до уваги керівництву громади під час формування нової локальної ідентичності об'єднаної територіальної громади.

Розпочати спільне формування локальної ідентичності можна через прийняття спільної символіки – герба, прапора, гімну, бренду, гасла, організацію культурних подій, ярмарок, фестивалів.

Герби і прапори громад

Одним із елементів формування ідентичності громади є місцева символіка. Оскільки в Україні не було якихось визначених нормативних правил щодо місцевої символіки, зокрема таких найбільш важливих символів територіальної громади, як герб чи прапор, в об'єднаних громадах часом справді створюють не зовсім вдалі герби, які в принципі не надто придатні не тільки до використання у стосунках із зовнішнім світом, а й не відповідають геральдичним традиціям, які не оформлені в нормативний акт, який потрібно виконувати.

У законі «Про місцеве самоврядування в Україні» йдеться: «Стаття 22. Символіка територіальних громад сіл, селищ, міст, районів і областей

1. Територіальні громади сіл, селищ, міст можуть мати власну символіку (герб, прапор тощо), яка відображає їх історичні, культурні, соціально-економічні й інші місцеві особливості і традиції.

2. З урахуванням пропозицій органів місцевого самоврядування сіл, селищ, міст районними, обласними радами може бути затверджена символіка відповідно району, області.
3. Зміст, опис і порядок використання символіки територіальних громад сіл, селищ, міст, районів і областей визначаються відповідною радою згідно з законом».

Отже, у законі йдеться власне про символи територіальних громад. Якою має бути символіка об'єднаної територіальної громади? Це має вирішувати власне територіальна громада в особі відповідної місцевої ради, але ця символіка має мати об'єднувальний характер, який сприйме вся громада, а не лише мешканці одного, нехай центрального містечка чи села. Адже наше завдання поступово на основі досить механічного об'єднання різних сілрад в одну територіальну громаду перейти до нової місцевої ідентичності, де всі жителі цієї громади, не залежно в якому поселенні вони проживають, відчували себе однією сім'єю.

Під час розробки нової символіки слід розуміти як вона допоможе громаді сформувати своє обличчя, створити успішний територіальний бренд, сприятиме розумному зростанню цієї великої території, якою зараз є нові ОТГ. На жаль, частина гербів сіл, селищ, які стали центрами нових ОТГ, навряд чи можуть впоратися з таким завданням. Часто геральдисти, які готували такі герби, поєднували в них непоєднуване. Але раніше на це не звертали уваги, а сьогодні і герб, і логотип, і ключове гасло мають корелюватись одне з одним, створювати цілісний образ територіальної громади. Саме тому роботу із створення нової символіки об'єднаних громад, якщо її вести розумно і з прицілом на розвиток громади, слід вітати і допомагати, а не гальмувати її.

У 2017 році Інститут громадянського суспільства зробив спробу зібрати за одним столом, художників, геральдистів, голів громад, щоби вийти на якийсь варіант регулювання питання місцевої символіки³⁸. Адже тут важливо знайти баланс – місцеві громади мають бути досить самостійними у виборі власних сим-

³⁸ <https://www.csi.org.ua/news/symbolika-ob-yednanyh-terytorialnyh-gromad-molode-vynou-staryh-mihah/>.

волів, але створені символи мають відповідати певним правилам – не провокувати сепаратизм, не ображати почуття різних етносів чи соціальних груп, відповідати українському законодавству, зокрема про декомунізацію. Символи, які реєструються державою, підпадають під державний захист, не тільки в частині їх використання третіми особами, але й встановленням відповідальності за їх паплюження.

Ми розробили проекти документів, які мали б вирішити деякі питання упорядкування місцевої символіки, що поки ще не розглянуті відповідними органами влади:

- Методичні рекомендації з питань місцевої символіки³⁹.
- Проект ЗАКОНУ УКРАЇНИ «Про внесення змін до Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні» (Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1997, № 24, ст.170) щодо використання місцевої символіки територіальними громадами, сіл, селищ, міст, районів і областей та підняття Державного Прапора України⁴⁰.
- ПОЛОЖЕННЯ про фахову комісію з питань місцевої символіки⁴¹.

У методичних рекомендаціях із питань місцевої символіки вписані правила до розробки, графічного та кольорового зображення герба та прапора. Розглянемо їх:

...2. Загальні підходи до розробки герба та прапора територіальної громади, району, області.

2.1. Розробка герба та прапора територіальної громади покладається на робочу групу, що створюється для цього розпорядженням відповідно сільського, селищного, міського голови чи рішенням відповідної місцевої ради.

2.2. Розробка проектів герба та прапора має бути максимально відкритою, до процесу пошуку матеріалів та ідей для місцевої

³⁹ <https://www.csi.org.ua/activity/metodychni-rekomendatsiyi-z-pytan-mistsevoyi-symvoliky/>.

⁴⁰ <https://www.csi.org.ua/activity/proekt-zakonu-ukrayiny-pro-vnesennya-zmin-zakonu-ukrayiny-pro-mistseve-samovryaduvannya-v-ukrayini-vidomosti-verhovnoyi-rady-ukrayiny-vvr-1997-24-st-170-shhodo-vykorystannya-mistsevoyi-symvoliky-te/>.

⁴¹ <https://www.csi.org.ua/activity/polozhennya-pro-fahovu-komisiyu-z-pytan-mistsevoyi-symvoliky/>.

символіки має бути залучено місцевих краєзнавців, активістів, жителів громади, консультантів-художників, геральдистів.

2.3. Під час підготовки проєктів герба та прапора територіальної громади слід урахувувати такі особливості:

1) для територіальних громад, що утворені на основі історичних міст, селищ та сіл (далі – поселень), котрі мали давніше міські права, проводиться:

- виявлення, вивчення та встановлення змісту і причин виникнення всіх давніх знаків, які було використано, з пізнішою реставрацією герба за можливим найдавнішим зображенням;
- у випадку використання в давньому гербі символів, поширених в інших знаках, допускається вводити додаткові елементи, що вказували б на приналежність нового герба конкретній території чи територіальній громаді;
- у разі використання в давньому гербі елементів, що не придатні для застосування в сучасних умовах (скажімо – знаки окупаційної влади, символи інших держав чи ідеологічні символи) та в разі відсутності будь-яких даних про давні герби здійснюється розробка нового знака;

2) для територіальних громад, що утворені на основі давніх поселень, які отримали міські права в кінці XIX початку XX ст. та мали власні символи на давніх печатках, можуть використовуватись ці символи із урахуванням положень пп.1);

3) для територіальних громад, утворених на основі поселень, які не мали власних символів, слід розробити зразок нового герба та прапора.

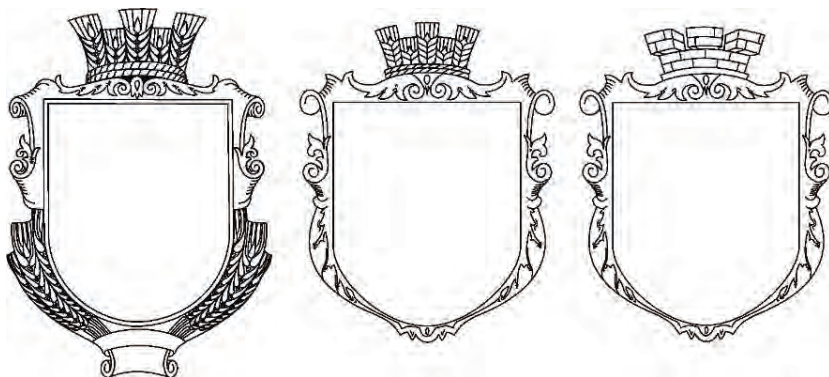
Для досягнення повноцінності герба під час створення нових знаків велике значення має використання сюжетів легенд, пов'язаних із розвитком території чи виникненням населеного пункту, розкриття змісту назви поселення (або версії про походження топоніма), відображення якихось специфічних місцевих особливостей, що підкреслюватимуть у гербі індивідуальність конкретного гербоносія та не втратять свого значення протягом тривалого часу (територіальні та географічні особливості, візерунки вишивок тощо).

3. Загальні вимоги до графічного та кольорового зображення герба.

3.1. Герб територіальної громади за своєю композицією, графічними та кольоровими складовими має відповідати вимогам, викладеним у цих рекомендаціях.

1. Герб подано в щиті.

Рекомендована форма щита для територіальних громад міст, селищ і сіл – із заокругленою нижньою частиною.



Малюнок 14. Варіанти зовнішнього оздоблення (перший і другий КАРТУШІ І КОРОНИ)

Перший і другий варіант картуша застосовують для гербів сільських територіальних громад, третій – для селищних і міських територіальних громад, або для сільських, де центром є історичне село, яке в минулому мало статус міста.

2. Для герба застосовують метали (срібло і золото) та кольори (синій, червоний, чорний, зелений і пурпуровий).



Обов'язковим є дотримання правила геральдичної колористики, за яким можна наносити «металеві» фігури в «кольоровому» полі щита та навпаки, але недопустимо наносити «метал» на «метал» чи «колір» на «колір» (наприклад, зелений елемент на синьому полі неприпустимий).

3. Гербовий малюнок має відповідати вимогам геральдичної композиції.

4. У щиті герба можна застосовувати ділення.



Малюнок 15. Варіанти ділення щита (невичерпний перелік, допускаються й інші варіанти ділення)

Бажаним є використання однопольових гербів або з малою кількістю ділень, що диктується як історичною традицією, так і вимогами виразності знака.

5. У щиті герба можна використовувати геральдичні і не-геральдичні фігури. Бажано застосовувати невелику кількість фігур, не перевантажуючи герб.

Розміщення фігур на щиті має відповідати таким вимогам:



Зображені в полі щита й повернуті у профіль людські постаті, тварини, риби, птахи, фантастичні та легендарні істоти мають бути направлені геральдично праворуч (уліво від глядача, оскільки в геральдиці боки рахують з точки зору того, хто несе щит). Виняток можливий у випадку зображення у щиті двох таких істот, які можуть бути повернуті одна до одної обличчям або спинами. Під час зображення в полі щита рухомих засобів (наприклад, човен, тварина, що біжить тощо) напрямком їхнього руху має бути геральдично вправо (вліво від глядача).

6. Малюнок має бути двомірним, без півтіней і перспективних зображень.

7. До гербового малюнку (у щит) не дозволяється вносити зображення Державного герба України, дату заснування, назву гербоносія чи інші. Такі деталі можна зобразити поза щитом, на додаткових планках чи стрічках під час використання герба на значках, в'їзних знаках, вимпелах, сувенірах тощо.

8. Не допускається використання на гербах, позащитових елементах і прапорах символів, а також атрибутів іноземних держав.

9. Символіка герба має відображати одну або кілька особливостей поселення (наприклад: його назву, причини розвитку, специфічних місцевих представників фауни чи флори тощо). Не доцільно перенасичувати герб багатьма сюжетами або вносити до нього поширені елементи (шестерня, колосок, хвильки), що можуть характеризувати і будь-яке інше місто. Необхідно також уникати так званих «гібридних» фігур (скажімо, півколби і півшестерні).

4. Загальні вимоги до графічного та кольорового зображення прапора.

4.1. Графічна та кольорова композиція прапора має бути пов'язана з гербом:

- повторює гербовий малюнок без щита;
- має кольори й окремі елементи герба;
- несе зображення герба в щиті (хоча цей принцип не є кращою практикою).

4.2. В окремих випадках, виходячи із історичних традицій, прапор може мати самостійне кольорове рішення, що не пов'язане із зображенням герба.

4.3. У прапорі, на відміну від герба, можливе використання більшої кількості кольорів і їхніх відтінків (замість срібла і золота доцільно використовувати відповідно білий і жовтий кольори; срібними й золотими можуть залишатися елементи герба, якщо їх наносять на прапор).

4.4. Для прапора обов'язково нормується співвідношення боків і пропорції основних фігур, оскільки цей символ може ти-

ражуватися в різних розмірах і в усіх випадках має відповідати еталонному зображенню. Розміри та вигляд древка чи наверхшя (вістря) не нормуються.

4.5. Прапори територіальних громад мають квадратну форму. Їх можна застосовувати як звичайні прапори (з вертикальним кріпленням до древка), з додатковим горизонтальним кріпленням (у стаціонарних умовах – у сесійному залі чи кабінеті міського голови) або як хоругви (тільки з горизонтальним кріпленням).

5. Окремі положення.

5.1. У гербах сільських територіальних громад рекомендують вписувати щит у декоративний картуш та увінчувати:

- для територіальних громад, де центром є історичне село, яке колись мало міські права, – червоною міською мурованою короною з трьома зубцями;
- для решти – золотою сільською короною.

5.2. У гербах міських територіальних громад рекомендують вписувати щит у декоративний картуш та увінчувати срібною міською мурованою короною з трьома зубцями, для історичних міст використовують червоний колір корони.

5.3. Правила, викладені в цих рекомендаціях, можна застосовувати і для розробки герба та прапора району, а також області...

Досвід і приклади ОТГ, що формують свою ідентичність і майбутнє

Баранівська ОТГ Житомирської області

Про Баранівську ОТГ ми вже писали в попередньому виданні, але від того часу в громаді з'явилися ще цікаві приклади.

Баранівська міська ОТГ, що на Житомирщині, об'єднує місто та 33 більших і зовсім маленьких сіл навколо на території 593,7 км².

Завдяки співпраці Інституту громадянського суспільства та Баранівської міської ради, громада отримала стратегію розвитку; схему планування території; власну символіку; власний бренд із комплектом правил із його застосування.

Інститут громадянського суспільства залучив провідних українських геральдистів, зокрема Заслуженого художника України Олександра Руденка, для розробки герба об'єднаної громади.



Ідея

Баранівська міська об'єднана громада — гармонійне поєднання краси лісів і родючих земель Житомирщини. Саме тут сформувався чи не перший органічний виробничий кластер в Україні, визнаний і сертифікований Європейським Союзом. Розумні технології і підходи завжди знайдуть тут своє відображення і доцільність.

Малюнок 16. Герб Баранівської ОТГ

На новому гербі Баранівської ОТГ гармонійно поєднуються історія з природою:

- баранець — форма українського керамічного посуду, на честь якого місто, як осередок гончарства, отримало назву;
- сосна — третину території громади прикрашають ліси. Вічнозелена сосна символізує безсмертя;
- льон — традиційна для цих країв культура, яка за деякими переказами також є уособленням України через поєднання жовтої і блакитної барв;
- жито — символ Житомирщини, який означає багатство і родючість землі.

Щоб громада була впізнаваною, вона має мати власний бренд, який допоміг би вирізнити її унікальність і виокремити територію з-поміж інших. Ідея бренду і логотипу Баранівської громади — органічність, енергія та гармонія. В ньому поєдналися символи сонця, води, лісу та будівництва, розбудови громади. Це

поєднання впливає зі стратегії громади, де зазначено: «Баранівська громада – це органічний простір щедрої природи, активних громадян, інновацій та органічного виробництва».

Графічна ідея знаку

Баранівський фарфоровий завод — одне з найбільших і найстаріших фарфорових підприємств в Україні. Він є символом культурного та промислового розквіту Баранівки.

Шестикутник є основою знака. Це графічний елемент оздоблення фасаду фарфорового заводу.

Знак складатиметься з чотирьох шестикутників, кожен з яких заповнений символами сучасної Баранівки.



Сонце



Вода



Ліси



Символ
відбудови

Малюнок 17. Графічна ідея знаку для логотипу Баранівської ОТГ

Громада використовує логотип на презентаційних матеріалах, у соціальних мережах, сувенірних матеріалах, візитівках, комунальній техніці, упаковці продукції тощо.

Тепер громада має можливість замовляти виготовлення сувенірної продукції (і не тільки) в швейному та технічному коворкінгах Баранівського міжшкільного ресурсного центру, які створені в межах проекту «Молодіжний кластер органічного бізнесу Баранівської міської ОТГ», що реалізується Баранівською міською радою, Інститутом громадянського суспільства та приватним підприємством «Галекс-Агро» за фінансової підтримки Європейського Союзу.

У лютому 2020 року Баранівська громада стала однією із перших, яка зареєструвала свою торгову марку – «Баранівка – органічний простір». Багато малих бізнесів, які розпочинають свою діяльність у громаді під локальним парасольковим брендом, зможуть отримати значну конкурентну перевагу.



У травні 2020 року в громаді провели творчий відбір виробів, розроблених із використанням офіційного логотипу Баранівської ОТГ, що стануть офіційними символами-сувенірами громади.



003/2



009/1



011



009/3



009/2



З авторами виробів будуть вести перемовини про комерційні умови співпраці, підписувати договори, виготовляти тиражі виробів і формувати каталог офіційної сувенірної продукції Баранівської ОТГ.

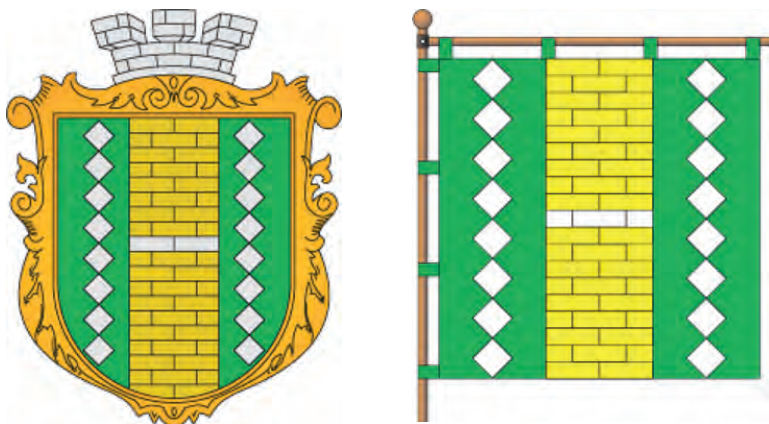
Сувенірні вироби будуть мати виділене місце продажу в торгових точках на туристичних маршрутах Баранівської ОТГ. Також популяризувати та підвищувати продажі виробів майстрів Баранівської ОТГ допоможе сайт bor.baranivka.info. Ідея в тому, щоб, окрім традиційних публічних заходів (виставки, ярмарки), вивести вироби місцевих майстрів у продажі онлайн і розширити ринок збуту.

Застосовуючи правильний підхід до створення символіки, завжди можна знайти спільне і цікаве, що об'єднує населений пункт чи громаду. Символіка – це промоція перед областю, Україною і світом. Це і представництво, і виховання патріотизму, і сувенірна та промислова продукція. А найбільш значимим є те, що під час пошуків інформації розкриваються невідомі сторінки історії малої батьківщини.

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

Наркевицька ОТГ Хмельницької області

Селище Наркевичі у 2015 році стало центром Наркевицької об'єднаної територіальної громади і громада, а не її центр, отримали новий герб, затверджений 3 червня 2016 р. рішенням № 5–10/2016 X сесії селищної ради VII скликання.



Малюнок 18. Герб і прапор Наркевицької ОТГ

Щит, розтятий двічі на зелене, золоте муроване і зелене поля; середній ряд середнього поля срібний. На зелених полях по одному стовпу з восьми срібних ромбів. Щит, вписаний у золотий декоративний картуш і увінчаний срібною мурованою короною.

Зелений колір символізує природу і навколишні поля; срібні ромби на ньому – символ цукру (і водночас інших сіл, що увійшли у громаду). Муроване золоте поле символізує Наркевицький цукровий завод, який є осердям місцевої економіки; водночас цегляна кладка символізує добротний і безпечний дім, яким має стати громада для всіх її жителів. Срібний ряд разом із вертикальними рядами ромбів утворює стилізований сигль «Н» – першу літеру в назві населеного пункту, який є центром громади – Наркевичі. Мурована корона – символ повноцінного місцевого самоврядування⁴².

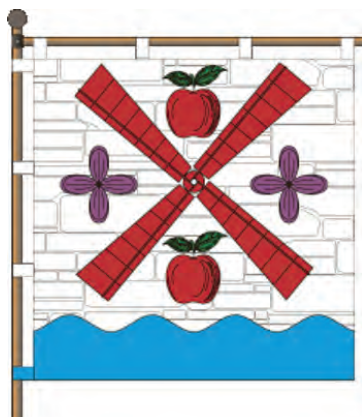
⁴² <https://www.heraldry.com.ua/index.php3?lang=U&context=info&id=11932#verh>.



Ось так місцевий підприємець популяризує символіку своєї громади. Щоб отримати екоторбу будь-хто мав протягом місяця купити товарів у магазині на 2000 грн і отримував у подарунок таку торбину з гербом громади.

Недобойська ОТГ Чернівецької області

Герб і прапор Недобойської громади затверджений 27 вересня 2018 р. рішенням сесії сільської ради.



Малюнок 19. Герб і прапор Недобойської ОТГ

У срібному щиті, мурованому рваним каменем, із лазуровою хвилястою базою, червоні крила вітряка в косий хрест, супроводжувані угорі і знизу червоними яблуками з зеленими листочками, по боках – пурпуровими квітами бузку. Щит вписаний у золотий декоративний картуш і увінчаний золотою короною ОТГ. Унизу картуша напис «НЕДОБОЇВСЬКА ОТГ».

Срібне поле, муроване рваним каменем – стилізоване зображення кам'яних мурів, традиційних для сіл громади, водночас стилізований натяк на вислів «мій дім – моя фортеця»; крім того, камені, з яких складається мур, означають єдність і сіл, і людей громади, їхню спільну мету. Крила вітряка – знак того, що ця місцевість здавна славилася млинами і хліборобством. Яблука означають садівництво, один із традиційних промислів жителів громади. Квіти – символ легенди про кущ бузку, у який колись перетворилися два сини могутньої віщої жінки, Дьордій та Іван. Лазурова база – символ навколишніх озер⁴³.

Із прикладами гербів інших громад можна ознайомитися на сайті <https://www.heraldry.com.ua/>.

Бренди громад

Нові об'єднані територіальні громади, відразу після свого створення, потрапили у світ конкуренції не тільки між собою, а й із містами обласного значення.

Для того, аби бути успішними, ви маєте бути відомими і бажано з позитивного боку. Для формування свого візуального позитивного образу застосовують різні підходи, але місцева символіка тут може бути або дуже добрим помічником, або відвертим гальмом, якщо вона створена аби як і не враховує, з одного боку, історичних передумов, а з другого – не спрямована у майбутнє.

Розглянемо приклади брендів об'єднаних територіальних громад.

⁴³ <https://www.heraldry.com.ua/index.php3?lang=U&context=info&id=13001#verh>.

Лиманська ОТГ Донецької області⁴⁴

Брендинг громади розроблений у 2019 році. Гасло «Лиманщина – гостинна і відкрита» – гостинна для туристів, відкрита для власних жителів, розвитку території.

Логотип Лиманської ОТГ означає відкриті ворота, а всередині буква Л (Лиманщина). Логотип вийшов динамічний.

У Стратегії розвитку Лиманської ОТГ визначене стратегічне бачення майбутнього громади: «Лиманщина 2025 – це північні залізничні ворота Донбасу, потужний логістичний центр із розвинутою транспортною інфраструктурою, індустріальним парком та аграрним потенціалом. Унікальний рекреаційний і туристичний край. Громада високої культури, у якій комфортно і цікаво жити». Логотип і гасло Лиманської громади повністю відповідає цьому баченню.



Тростянецька ОТГ Сумської області

Тростянецька ОТГ – відома на всю Україну громада, що відрізняється активним розвитком і масою заходів, які щороку тут відбуваються. Це фестивалі різних напрямів, спортивні змагання всеукраїнського рівня, концерти, конкурси, історичні реконструк-

⁴⁴ <https://decentralization.gov.ua/news/11763>.

ції, а також багато іншого, що робить Тростянецьку ОТГ унікальною в Україні.

Гаслом громади став емоційний посил «Тростянецька громада – це Ти». Логотип є візуалізацією головної ідеї бренду: Тростянецька ОТГ – це ти. Під час роботи над брендом було розроблено емоційну фірмову графіку, яка є унікальною ілюстрацією, що візуалізує основні напрями життя громади, що уособлюють 6 персонажів.

Для закріплення ідеї та візуальної складової бренду розробники створили мову бренду та серію гасел: «Тростянемо!» (змінимо, зробимо, будьмо). «Тростянцюй!» (танцюй, радій, гостуй). «Тростяново!» (ново, чудово, кольорово). Та було відзнято проморолик про громаду та її бренд <https://youtu.be/rFI585BFnFk>.



Але Тростянець краще один раз побачити, ніж сто разів почути. І щоб привабити до себе туристів, громада розробила сайт <https://travel.trostryanets.com/>, на якому кожен знайде відповіді на запитання: Що можна подивитися в громаді? Де зупинитися? Де поїсти? Як активно відпочити?



Боратинська ОТГ Волинської області⁴⁵

Боратинська ОТГ розташована поряд із містом Луцьк. До складу громади входить 12 сіл.

Головна цінність Боратинської громади – людина! Тому саме навколо неї побудовано логотип і позиціонування бренду.

Головні меседжі, які заклали в логотип, такі:

- Об'єднання людей.
- Спільна точка опори.
- Різні вектори розвитку.
- Три напрями громади.
- Статус успішної громади.

Село Боратин є локомотивом громади щодо фінансової потужності й адміністративним центром громади. Гасло – «Сила об'єднаних громад».

⁴⁵ <https://business.rayon.in.ua/news/70159-boratinska-gromada-rozrobila-svii-brend>; <https://logogo.studio/project/boratyn/>.

У брендi використали три кольори, адже є три напрями:

- зелений колір трав, рослин присвоїли Промінському напрямку. Тобто ця гілка громади може розвиватися туристично;
- блакитний – Баївському, оскільки місцевість багата джерелами й іншими водоймами;
- оранжевий колір дії й ентузіазму – Боратинському напрямку, тому що він адміністративний центр громади, своєрідний двигун.



Сайт <https://logogo.studio/project/misto-javoriv/> розробляв бренд для міст Яворів Львівської області, Новояворівська Львівської області, Лиманської ОТГ Донецької області, Боратинської ОТГ Волинської області, селища Славське Львівської області, села Олексіївка Херсонської області, сіл Травневого Тернопільської області, Червоної Діброви Чернівецької області, Ломачинців Чернівецької області.

⁴⁶ <https://sofotg.gov.ua/storage/documents/attachments/1c12fe261cd488636c83522177527fe8.pdf>

Софіївська ОТГ Дніпропетровської області⁴⁶

В основу логотипу покладено назву громади, стилістичні сота з бджолою в середині, що символізують:

- громаду, як бджолину сім'ю, яка працює задля спільного блага;
- локальний промисел, який широко розповсюджений серед населення громади.

Логотип використовують на сайті громади, у соціальних мережах, у відеореєстраціях.



Вакулівська ОТГ Дніпропетровської області⁴⁷

Мешканці трьох сільських рад – Жовтневої, Нововасилівської та Новоолексіївської – добровільно об’єднались в одну територіальну громаду, щоб скористатися наявними можливостями та вдихнути нове життя у всі сфери соціально-економічного розвитку.

Знаходячись у самому серці Дніпропетровщини, серед квітучих степів Кривбасу, Вакулівська громада обрала для себе шлях розвитку й інновацій, запроваджуючи нові форми та методи управління та розвиваючи нові види економічної діяльності.

Своїми ініціативами громада прагне відновити та зберегти культурне надбання минулих поколінь, розкрити та популяризувати здобутки її сучасників, створити підґрунтя для підвищення добробуту сімейних господарств.



Основним елементом візуальної ідентичності бренду є «Актинідія», яка своїми променями простягається вгору, створює комфорт і затишок спекотним літом, а також щедро обдаровує корисними ягодами восени. Вона – символ зростання й інновації громади.

Кольорові рішення: блакитно-синій – це колір води. Вода – основа для відродження та розвитку громади, яка, долаючи шлях у 12 кілометрів по новій системі водопровідних мереж, подається з чистих водосховищ Кривбасу до осель місцевих мешканців; жовтий – це колір сонця. Сонце – енергія, що дає потужність, штовхає на нові досягнення, зігріває й освітлює все навколо.

⁴⁷ <https://vakulove.otg.dp.gov.ua/ua/diyalnist/rishennya-gromadi/pro-zatverdzhennya-brendbuku-vakulivskoyi-obyednanoyi-teritorialnoyi-gromadi-ta-pravil-vikoristannya-zobrazhennya-brendu>.



Маловисківська ОТГ⁴⁸ – перша в Кіровоградській області, що долучилася до процесу децентралізації ще у 2015 році. Відтоді в громаді почали активно працювати над її розвитком, зокрема брендуванням і промоцією.

Створювати бренд громади вирішили на іменах відомих у світі авіаконструктора Олександра Кудашева, вченого-винахідника в космонавтиці Юрія Кондратюка, льотчика-випробувача Івана Сухомлина, які родом із Малої Виски, або ж працювали на її території.

⁴⁸ <https://gre4ka.info/statti/52949-misto-shcho-okryliuie-iak-oth-na-kirovohradshchyni-pratsiuie-nad-brendom-hromady-foto>.

Також два роки поспіль у Малій Висці проводили авіафестиваль «Вись».

Бренд і гасло «Місто, що окрилює» – прив’язаний до літакобудування. У 1910 році Олександр Кудашев підняв у повітря на київському летовищі перший літак, названий скромно – «Кудашев-1».



У громаді працюють над створенням туристичного кластера «Маєток поміщиків Кудашевих», що складається з облаштування території садиби та місць відпочинку, а також – із проведення екскурсій та організації турів.



Макет літака, що вперше злетів в українське небо в 1910 році, робили майже півтора роки

Село Червона Діброва⁴⁹, що входить до складу Глибоцької ОТГ Чернівецької області, має власний бренд.

Село Червона Діброва налічує приблизно 700 жителів, знаходиться в 15 кілометрах від обласного центру міста Чернівці, на берегах невеликої річки Дереглуй.

Розташоване на горбистій місцевості між кількох великих схилів. Цікавим є також те, що будинки, подвір'я розміщені не щільними рядами, а на відстані один від одного (майже як на хуторі). Тому тут дуже просторо. І ще навкруги нависають над селом схили, вкриті лісами, ростуть різноманітні квіти, що робить село надзвичайно красивим і привабливим для туристів, які часто його відвідують, саме через це його ще називають «Буковинська Швейцарія».

У логотипі відобразили гори, ліс, джерела, що живлять річки, та символ села – будиночок у центрі⁵⁰.

⁴⁹ <https://decentralization.gov.ua/news/7612>.

⁵⁰ <https://logogo.studio/project/chervona-dibrova/>.



Гасло – село у долинах лісу. Де ніби лінії долі, простилаються крислаті дороги, вулиці, пішохідні та велосипедні маршрути. А на пагорбах – сила природи з дібровами, джерелами та справжньою козацькою січчю.

Село у долинах лісу



Тепер логотип мешканці села Червона Діброва чіпляють і на банки з смородиновим джемом, і на пляшки з наливками власного приготування. Інші жінки, які займалися випічкою, почали виготовляти пряники з логотипом села. Причому селяни говорять, що це допомагає їм у продажах.

Фестивалі, концерти, спортивні заходи як формування місцевої ідентичності

*Культурні столиці України*⁵¹ – програма від Українського культурного фонду, яка надає можливість українським територіальним громадам у майбутньому претендувати на статус Культурної столиці Європи. Метою програми є сприяння промоції та розвитку культури в межах реформи децентралізації з урахуванням спроможності територіальної громади, потреб й інтересів членів цієї громади.

*Конкурс культурно-мистецьких проєктів «Малі міста – великі враження»*⁵² – беруть участь подані органами місцевого самоврядування, юридичними особами, творчими спілками, фізичними особами-підприємцями культурно-мистецькі проєкти, що мають на меті розвиток культурного простору України на основі використання соціально-економічного потенціалу об'єктів культурної спадщини й елементів нематеріальної культурної спадщини, посилення інвестиційної та туристичної привабливості населених пунктів із загальною чисельністю населення до 50 тис. осіб.

*Фестиваль «3 країни в Україну»*⁵³ – це масштабна культурно-просвітницька подія, яка проходить у малих містечках нашої країни. Це майстер-класи народних ремесел, демо-зона новітніх здобутків України, відкрита бібліотека, дитячі і юнацькі активні ігри, кінопокази найкращих зразків вітчизняного кінематографа, лекції для дорослих та дітей і, звісно ж, яскравий, драйвовий, феєричний вечірній рок-концерт!

⁵¹ https://ucf.in.ua/m_programs/5dbb6944bfc13b3f7a50bfa4.

⁵² <http://bigimpression.uccs.org.ua/>.

⁵³ <https://coukraine.org/>.

Тростянець – фестивальна столиця Сумщини⁵⁴

Тростянець – це туристична мекка Слобожанщини та фестивальна столиця Сумщини, адже на території міста щорічно відбувається чотири великих фестивалі. Близько 20 тисяч туристів щорічно приїжджають до міста взяти в них участь і відпочити.



Йдеться про фестиваль «Стара фортеця» – фестиваль лицарських боїв, «Чайковський FEST», фестиваль класичної музики просто неба, «Схід-Рок», рок-фестиваль, завдяки якому Тростянець називають рок-столицею України, та «Нескучний велоFest», спортивний захід для різних вікових категорій із різними трасами складності.

«Стара фортеця. Подорож крізь століття» – міжнародний фестиваль, який проводять уже десять років поспіль у місті Тростянець. Щорічно участь у ньому беруть представники історичних клубів від Сум до Одеси. А на ювілейний –10-ий – фестиваль приїхали учасники з Молдови, Чехії, Ізраїлю та Франції. За кількістю учасників, за представництвами клубів історичної реконструкції фестиваль у 2018 році перевищив усі попередні роки.

⁵⁴ <https://decentralization.gov.ua/news/9354>.



«Чайковський FEST» – фестиваль класичної музики, історія якого розпочалась із започаткування в місті Тростянець днів Чайковського, які у 2013 році переросли за обсягом у фестиваль класичної музики. Місце проведення фестивалю вибране не випадково. Саме тут у далекому 1864 року гостював студент Петербурзької консерваторії, майбутній геній світової музики П. І. Чайковський. Сам же захід складається з виступів лауреатів міжнародних музичних конкурсів із різних куточків України.



У 2018 році, крім звичного формату фестивалю, започаткований ще й фестиваль-конкурс молодих талантів. Започаткувала цей новий Всеукраїнський фестиваль-конкурс Тростянецька міська рада за підтримки Міністерства культури України, Сумської обласної державної адміністрації, громадської організації «Тростянецький клуб шанувальників творчості П. І. Чайковського».

Право приймати такий конкурс Тростянець виборював серед 158 міст України.

«СХІД-РОК» – музичний фестиваль, який щорічно проводять у місті Тростянець (Сумська обл.). Уперше пройшов у липні 2013 року, у 2019 році фестиваль відбувся вже сьомий раз. Дві сцени, 100 кВт звуку, більше 20 гуртів із України та закордону. Минулого року захід зібрав близько 10-ти тисяч учасників.



Усі три зазначені фестивалі проводять у фортеці XVIII століття – «Круглий двір», що знаходиться в центрі міста, яка свого часу була цирковою та театральною ареною. «Круглий Двір» – споруда закритого тупу (таку акустику в Україні ще треба пошукати, а музика в прямому сенсі слова проходить крізь кожного).

Середньовікова споруда є фішкою цих трьох фестивалів і вона зображена на головних постерах фестів.

«Нескучний вело-fest» відбувся у 2019 році вчетверте в дендропарку Нескучне. «Велофест» занесено в Календар важливих спортивних подій Міністерства молоді та спорту України, оскільки на фестивалі відбулися змагання: кубок України серед ветеранів велоспорту.

Ідея започаткування фестивального руху з'явилася на основі всіх переваг та з урахуванням соціальних опитувань у 2007 р. була виписана стратегія розвитку міста. Вийшло 3 пріоритети: залучення інвестицій, туризм, розвиток комунальних послуг.



На них сьогодні спирається місто і знає, чого хоче в майбутньому. В планах й надалі розвивати фестивальний рух і стати туристичним центром усієї Слобожанщини. Місто знайшло себе, знайшло мотивацію розвиватися і стати таким комфортним для проживання, щоб люди поверталися сюди із Сум і Києва.

Започаткування та проведення подібних фестивалів, як у Тростянці, не тільки позитивно впливає на імідж території, а й відкриває можливості отримання додаткового поштовху до роз-

витку територій громад. Загалом фестивальний рух відображає світову тенденцію в туризмі, де культурно-пізнавальні та розважальні форми стають основою росту туристичних потоків у розвинутих країнах.

Сплави по річці Ворскла та Боромля



Про довженковий бренд у Сосницькій ОТГ⁵⁵

У Сосницькій громаді Чернігівської області вже двічі провели Молодіжний фестиваль кіно та мистецтва «Капелюш» у музеї-садибі О. Довженка за підтримки Міністерства культури України, Державної театральнo-видовищної агенції й Арт-резиденції Олександра Довженка.

Слово «Капелюш» трапляється в довженкових спогадах. Коли він ще вчителював на Житомирщині, то одного разу забув у класі свого капелюха. Один із його маленьких учнів, який ще не навчився добре вимовляти всі звуки, згодом прибіг до нього захеканий і повідомив: «Олександр Петровичу, Ви забули свій капелюш!»

⁵⁵ <https://decentralization.gov.ua/news/11354>.



Фестиваль в об'єднаній територіальній громаді – це позитивний приклад того, як можна працювати над формуванням традицій, соціальної згуртованості й ідентичності. Цікаво, якщо фестиваль має якусь особливість, наприклад, екологічну спрямованість, привернення уваги жителів не тільки ОТГ, але й усієї області до певних проблем, актуальних у регіоні.

Крім того, фестиваль – це можливість покращити імідж громади, залучити інвесторів, а значить і збагатити бюджет ОТГ, від чого у виграші всі – і майстри-учасники, і організатори, і відвідувачі фестивалю.

Крім свят, фестивалів, символіки, кухні, важливим елементом спільної місцевої ідентичності є і спільна спадщина – історична, культурна, природна. Ми пропонуємо один із можливих способів впливу на позитивне формування місцевої ідентичності на основі створення у громаді певної інституції з умовною назвою «народний музей громади». Варіант концепції такої інституції приведено нижче.

Варіант концепції створення народного музею територіальної громади

1. Передумови.

Новостворені об'єднані територіальні громади потребують власної ідентичності, яка може стати важливим фактором прискореного розвитку громади, створення комфортних і безпечних умов проживання у всіх поселеннях громади.

Не зважаючи на певну близькість і тяжіння різних поселень громади до її нового центру, природні бар'єри недовіри між жителями різних поселень цієї громади будуть зберігатись певний час. Причому у випадку, коли центральне поселення громади руками депутатів місцевої ради та голови громади буде пробувати тотально домінувати в різних напрямках розвитку, територіальна згуртованість буде ослабленою, а недовіра між жителями може навіть зростати.

Саме тому потрібні різні спільні заходи та дії мешканців різних поселень громади, які спрямовані в майбутній розвиток на основі спільних цінностей, а також спільної історії, спільного сьогодення та спільного майбутнього.

Одним із таких важливих елементів побудови спільної ідентичності громади може стати «народний музей» територіальної громади.

Сам факт існування музею у громаді за умови, коли він має позитивний вплив на громаду, як усередині громади, так і назовні може бути важливою складовою згуртованості громади. Але не менш важливим є процес утворення такого музею – максимальне залучення до цієї роботи жителів різних поселень громади та представлення в такому музеї різних історій із різних поселень, аби всі жителі громади розуміли спільність свого минулого, а відтак – сучасного та майбутнього.

2. Можлива концепція музею.

Метою музею має стати формування відчуття спільної історії територіальної громади, яка нині складається із багатьох поселень. Саме тому в музеї має бути представлено історію всіх поселень, їхні особливості, здобутки в різні часи історії, взаємодію.

Музей має бути цікавим для молоді громади, але водночас певною візитною карткою громади на зовні. Коли офіційні делегації відвідують громади, то музей повинен бути одним із обов'язкових пунктів. Тут слід передбачити певні елементи інтерактиву – можливості доторкнутись до минулого через використання реальних артефактів, інструментів чи відеофільмів.

У музеї періодично можна проводити тематичні виставки, а також окремі уроки для учнів шкіл громади.

Музей може мати свою віртуальну частину в інтернет-доступі і бути такою собі «місцевою вікіпедією», де історію громади пишуть її ж мешканці.

Музей може бути місцем проведення уроків для різних шкіл громади з історії, географії чи суспільних наук у форматі виїзних уроків.

Тут можна виокремити такі тематичні розділи експозицій:

2.1. Хто ми? Назва, місія, бачення.

Загальна інформація про громаду. Оформляється відповідно до правил орендування, визначених стратегічними документами громади.

Тут має бути карта громади, символіка, базова інформація про склад громади, історія утворення. Природа, ресурси, свої унікальності. Фотокопії документів про утворення, фотографії із громадських обговорень, відео (якщо такі є).

2.2. Стара історія.

Історія утворення, розвитку, занепаду поселень, що увійшли у громаду. Легенди, реальні історії, фотокопії документів, пости карти, що ілюструють період до 1917 року. Тут бажано зібрати інформацію про власників маєтків, які існували на території громади до захоплення цієї території більшовиками. Видатні історичні постаті та події старої історії. Залежно від історичного періоду існування поселень, цей розділ може бути дуже різним, тут важливо віднайти найбільш цікаву та важливу інформацію, а також уміло її прив'язати до спільного минулого громади.

2.3. Між двома війнами 1917–1941 рр.

Тут слід висвітлити інформацію про події визвольних змагань УНР, військові дії під час громадянської війни, встановлення радянської влади, руйнування маєтків, закриття храмів, становлення колгоспів. Добро і зло поруч.

У структурі цього розділу має бути підрозділ «Голодомор та Великий терор». Тут необхідно показати історію колективізації, голод і його наслідки для населення громади, репресії 1930–1938 рр. Спогади очевидців, архівні документи, фотографії відомих земляків, яких було репресовано.

2.4. Друга світова війна.

Про історію окупації та звільнення території громади. Втрати, бої, карти розміщення військ, герої, матеріальні експонати. Можливо буде віднайдено щось з архівів держфільмофонду про події в територіях громади.

2.5. Будівництво соціалізму – здобуття незалежності.

Відновлення після війни. Колгоспне життя, меліорація, хімізація, будівництво тощо. Тут варто віднайти стару хроніку, аби мати можливість змонтувати короткі ролики. Показати період новітньої історії – перші вибори 1990 року, економічні проблеми 90-х рр., Майдан, війна з Російською Федерацією 2014–2020 рр.

3. Сила громади в її жителях. Відомі люди / вихідці з громади.

Тут важливо зробити душевну експозицію про людей, які стали відомими в громаді та поза її межами, досягли вагомих

успіхів у різних сферах діяльності. Це як приклад для молоді, про можливості, які можна реалізувати, а можна втратити. До цього варто додати історії окремих випускників шкіл громади, які досягнули успіхів. Зробити це можна в режимі мультимедійних презентацій: фізики, лірики, політики, військові.

Цей розділ може мати свою віртуальну частину – літопис громади, який формується на основі розповідей її жителів чи вихідців із громади, розміщенням фотографій, відео. Для простоти користування створюється чи обирається відповідна пошукова система.

4. Народні ремесла та традиції, подарунки громаді від інших громад, цікаві проекти, реалізовані у громаді, плани на майбутнє.

Окремий інтегральний розділ у якому поєднуються старі традиції та сучасність. Тут варто розмістити різні старі столярні, ткацькі, гончарні інструменти чи роботи. Важливо, аби частина цих інструментів були в робочому стані для демонстрації та можливості відвідувачам спробувати якість роботи на цих архаїчних інструментах. Також тут можна розмішувати подарунки, сувеніри, які отримує громада від інших громад, делегацій, подарунки від вихідців із громади тощо. Тут можна також організувати онлайн-доступ до бюджету громади, побачити в режимі реального часу, як реалізуються окремі проекти, передбачені стратегією розвитку громади, також тут варто розмістити просторові планувальні документи громади, де видно, які напрями освоєння та збереження територій передбачено на середньострокову перспективу.

Як практично реалізувати ідею створення «народного музею» громади? Є два способи:

- перший – замовити цю роботу, провести тендер, обрати виконавця і профінансувати роботи;
- другий – провести роботу силами громади із залученням широкого кола жителів громади.

Другий спосіб є більш привабливим і важливим для формування ідентичності громади.

До цієї роботи, насамперед, мають бути залучені школи, клуби, бібліотеки та старостати, які є у громаді, народознавці, історики, просто активні та небайдужі до громади люди.

Для цього потрібно на початку провести обговорення питань утворення такого музею за участі відповідальних працівників виконкому, директорів шкіл, старост та зав клубів/бібліотекарів. Це важливо, аби всі зрозуміли мету та завдання від такої роботи.

Візуальну концепцію музею можуть представити вчителі, місцеві художники, дизайнери – будь-хто, хто хоче долучитись до процесу.

Школи в межах пошуку матеріалів для окремих розділів експозицій музею можуть відшукати інформацію про випускників, які досягнули успіхів у житті, знайти контакти та запропонувати голові громади кого рекомендують до включення в експозицію і в якому представленні. До роботи з пошуку інформаційних і візуальних матеріалів варто залучити учнів старших класів, які б через пошукові сервіси віднаходили цікаву інформацію.

Так само історичні та культурні довідки про свої поселення могли б підготувати працівники клубів і бібліотек.

Також на етапі формування фондів музею варто було звернутися з проханням до жителів громади чи вихідців із громади надати для музею якісь предмети чи речі, характерні для певних розділів музею.

Загалом процес створення такого музею не менш важливий для громади, ніж саме його існування. Також варто пам'ятати, що не обов'язково такий музей має бути в центральному поселенні громади. Розміщення його в іншому поселенні – наприклад, яке має давнішу історію, лише сприятиме формуванню довіри у громаді.

ЗАМІСТЬ ПІДСУМКУ

Ще років 20 тому у світі домінував тренд тотальної глобалізації, спеціалізації. Здавалося, що все індивідуальне, місцеве, навіть національне дуже скоро зникне загальною. Але так не вийшло і поки що, точно не вийде. Виявилось, що тотальна уніфікація не є такою, що задовольняє всіх, що люди періодично хочуть чогось іншого, відмінного від звичного набору, який однаковий у Лондоні, Пекіні і Києві, що свіжий салат із грядки поруч значно приємніший від того, що привезуть із супермаркета, що український рок, під настрій, може бути приємнішим від британського, а сучасна українська вишиванка виглядає зовсім не гірше, ніж блузка від Кляйна.

Карантин 2020 року показав, що локальні спільноти можуть краще протистояти вірусу, а локалізація виробництва немасових харчових продуктів поруч із споживачами є значною перевагою перед високотоварним виробництвом, яке виявилось не стійким до зупинення міграції робочої сили.

Маленькі сімейні готелі у просто гарних природних місцях виявилися більш стійкими до обмежень, ніж великі санаторні комплекси, які просто закрилися.

Українські громади стали навипередки пропонувати себе і свої продукти для внутрішнього ринку. Той, хто почав робити це правильно і раніше, виграв на старті.

Аби до тебе приїхали, аби твої товари купували, аби у твою територію інвестували – ти маєш бути відомий для світу. Відомий не скандалами, а позитивним образом, який створюють люди, що тут живуть, своєю унікальною позитивною ідентичністю, яка приваблює, чи принаймні не відлякує.

Ми спробували в цій невеликій за обсягом роботі дати трішки теорії і практики щодо ідентичності. Що це таке – місцева ідентичність і як із нею працювати, показати різний позитивний досвід, який уже є, застерегти від можливих помилок.

Ми не стверджуємо, що ця робота дає відповіді на всі запитання. Так не буває і ми не ставили це собі за мету. Проте, на нашу думку, тут можна знайти багато цікавого для себе, а головне – отримати не готовий рецепт, а маленьку підказку, як використати своє минуле для формування свого майбутнього.

Бажаємо успіху вам!

Анатолій Ткачук, Ніна Наталенко

МІСЦЕВА ІДЕНТИЧНІСТЬ

Для територіальних громад і не тільки

*Формат 60х84/16.
Обл-вид. арк. 6,06. Ум-друк. арк. 5,64.*

Надруковано в ТОВ “Видавництво “Юстон”
01034, м. Київ, вул. О. Гончара, 36-а
тел.: (044) 360-22-66, www.yuston.com.ua

МІСЦЕВА ІДЕНТИЧНІСТЬ

ДЛЯ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД І НЕ ТІЛЬКИ

Ідентичність впливає не тільки на якість життя і темпи економічного розвитку. Вона є певним гарантом безпеки держави. Щоб до тебе приїхали, твої товари купували, а у твою територію інвестували – ти маєш бути відомим, а це можливо завдяки ідентичності.

У виданні проаналізовано різні аспекти територіальної ідентичності, її важливість для розвитку та збереження громади, як первинної одиниці місцевого самоврядування, зроблено спробу показати загрози від розмивання місцевої ідентичності чи навпаки її надмірного виокремлення серед інших ідентичностей, приведено різні інструменти впливу на ідентичність, а також способи її формування.

Розраховано на широке коло читачів насамперед депутатів місцевих рад, голів територіальних громад, місцевих активістів, учителів шкіл, молодь.

- Ми та вони (хто і навіщо?)
- Етнічна ідентичність
- Регіональна ідентичність
- Мовна ідентичність
- Між Європою та радянськими стереотипами
- Територіальна ідентичність для новоутворених територіальних громад
- Види ідентичностей
- Структура ідентичності
- Функції ідентичності
- Визначення меж місцевої ідентичності
- Місцева і регіональна ідентичність: спільне та особливе
- Вплив на ідентичність. Криза ідентичностей
- Згуртованість як умова ідентичності й ідентичність як результат згуртованості
- Практики формування та конструювання місцевої ідентичності

Дізнатись більше про
Інститут громадянського суспільства
та його діяльність можна тут:

www.csi.org.ua
www.facebook.com/csi.org.ua/



Інститут
Громадянського
Суспільства

UKR

Дізнатись більше про Раду Європи
та сприяння децентралізації і реформі
місцевого самоврядування можна тут:

www.slg-coe.org.ua
www.facebook.com/slgcoe/



Рада Європи є провідною організацією із захисту прав людини на континенті. Вона нараховує 47 держав-членів, включно з усіма державами-членами Європейського Союзу. Усі держави-члени Ради Європи приєдналися до Європейської конвенції з прав людини – договору, спрямованому на захист прав людини, демократії та верховенства права. Європейський суд з прав людини здійснює нагляд за виконанням Конвенції у державах-членах.

COUNCIL OF EUROPE



CONSEIL DE L'EUROPE