

Отримано: 12 квітня 2018 р.

Прорецензовано: 14 травня 2018 р.

Прийнято до друку: 18 травня 2018 р.

e-mail: ayun@ukr.net

DOI: 10.25264/2312-7112-2018-21-8-16

Носова Г. Ю. Просторові ідентичності епохи модерну та постмодерну. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Філософія» : науковий журнал*. Острог : Вид-во НаУОА, 2018. № 21. С. 8–16.

УДК 130.2

Ганна Носова

ПРОСТОРОВІ ІДЕНТИЧНОСТІ ЕПОХИ МОДЕРНУ ТА ПОСТМОДЕРНУ

У статті досліджуються зміни у територіальності та фізичній просторовості та їх вплив на ідентичності в умовах глобалізації та відзначає дві протилежні тенденції. А саме, «зникає» фізичне сприйняття та значення території, простір набуває «просторовості» завдяки осмисленості його як простору тієї чи іншої спільноти. Соціальні і повсякденні практики звільняються від прив'язок до територіальності. З іншого боку, помітне посилення та відродження просторовості, і як наслідок, поширення «суто» просторових ідентичностей – локальних, регіональних, етнічних, національних та інших ідентичностей.

Щодо просторових спільнотей найчастіше мова йде про локальні та регіональні ідентичності, у яких питома вага такої перемінної як територія – найзначніша. Автор намагається з'ясувати, чим регіональні ідентичності відрізняються від локальних, етнічних спільнотей, чому в Америці поширено вивчення вернакулярних ідентичностей, що таке міська ідентичність. Також автор згадує занепад «аутентичного» міста в епоху модерну та появу різноманітних транзитивних та мобільних ідентичностей.

Нові поняття просторових ідентичностей потребують і нових методів їх дослідження та аналізу. Це не лише опитування, а й відстеження переміщення на певній території населення, товарів, інформації, тощо. Інший підхід базується на дослідженні маркерів територіальної ідентичності – показників, які відрізняють соціокультурний простір однієї території від іншої, топонімічних назв, тощо.

Ключові слова: просторовість, просторова ідентичність, локальна ідентичність, регіональна ідентичність, вернакулярна ідентичність, міська ідентичність, транзитивна ідентичність, мобільна ідентичність, маркери ідентичності.

Носова Анна

ПРОСТРАНСТВЕННЫЕ ИДЕНТИЧНОСТИ ЭПОХИ МОДЕРНА И ПОСТМОДЕРНА

Автор исследует изменения территориальности и физического пространства, их влияние на идентичность в условиях глобализации и выделяет противоположные тенденции. А именно то, что «исчезает» физическое восприятие и значение территории, пространство становится «пространственным» благодаря осмысленности его как пространства той или иной общности. Социальные и повседневные практики «избавляются» от территориальности. С другой стороны, заметно усиление и возрождение «пространственности» и, как следствие, распространение именно «территориальных» идентичностей – локальных, региональных, этнических, национальных и других, «новых» идентичностей.

Что касается пространственных идентичностей, чаще всего речь идет о локальных и региональных идентичностях, в которых удельный вес территории самый большой. Автор пытается понять, чем региональные идентичности отличаются от локальных, этнических, почему в Америке популярно изучение вернакулярных идентичностей, что такое городская идентичность. Автор вспоминает упадок «аутентичного» города в эпоху модерна и появление разнообразных транзитивных и мобильных идентичностей.

Новые понятия пространственных идентичностей требуют и новых методов их исследования и анализа. Это не только опросы, а и исследование перемещений на данной территории населения, товаров, информации и т.п. Другой подход базируется на исследовании маркеров территориальной идентичности, топонимических названий, др. – показателей, которые отличают социокультурное пространство данной территории от других.

Ключевые слова: пространственность, пространственная идентичность, локальная идентичность, региональная идентичность, вернакулярная идентичность, городская идентичность, транзитивная идентичность, мобильная идентичность, маркеры идентичности.

Anna Nosova

SPATIAL IDENTITIES OF THE MODERN AND POSTMODERN EPOCH

The author investigates the changes in territoriality and physical space and their impact on identity in a globalized world, and notes two opposing trends. Namely, the «physical» perception and meaning of territory disappears, the space becomes «spatial» due to the comprehension of it as the space of one or another community. Social and everyday practices are «exempt» from territoriality. On the other hand, there is a noticeable increase and revival of spatiality, and as a consequence, the spread of «purely» spatial identities – local, regional, ethnic, national, and others, new identity.

As for spatial communities, most often it is talking about local and regional identities, in which the specific weight of the territory is the most significant. The author tries to find out what regional identities differ from local, ethnic communities, why in America the study of vernacular identities is widespread, which is urban identity. The author mentions the decline of the «authentic» city in the era of modernity and the emergence of a variety of transitive and mobile identities.

New concepts of spatial identities require new methods for their research and analysis. These are not only surveys, but also studies of movements in a given area of the population, goods, information, etc. Another approach is based on the study of markers of territorial identity, toponymic names, etc. – indicators that distinguish the socio-cultural space of this territory from others.

Key words: *spatiality, spatial identity, local identity, regional identity, vernacular identity, urban identity, transitive identity, mobile identity, identity markers.*

Постмодерністські модифікації класичної концепції культури та культурної ідентичності підривають початковий дискурс значення ідентичності в декількох аспектах. В першу чергу, дискурс ідентичності, що був націлений на пошук конституюючих ідентичність спільностей, який припускав, що колективні спільності передують індивідуальності. В межах цього підходу індивіда розглядали через призму того, що в нього є спільним з іншими. Новий дискурс усуває поняття як спільності, так і колективності. Він витісняється взаємно пересіченими границями та виключеннями, що виникають всередині та між дискурсивно конституюваними множинами людей, підкреслюючи відмінності, а не спільності з іншими. А в модерніті йдеться вже навіть не про конституювання відмінностей, а заперечуються визначеність та сталість взагалі. «Модерніті характеризується запереченням усіх визначень» [1, р. 67], зазначає Вагнер, посилаючись на Е. Гідденса. Тому криза ідентичності є специфікою модерніті, а не її негативним наслідком.

Кінець епохи модерну, постмодерну, потім неомодернізм стали поживним середовищем для розвитку пост некласичної науковості, яка вивчала не лише суб'єктів, що пізнають, але й суб'єктів, що відчують нелінійність та турбулентність соціальних процесів, ризик та онтологічну нестабільність. Нова соціальність і поставила на порядок денний питання про ідентичність як процес, спонукала до появи нових теорій особистості, які не вписуються в прийняті теорії ідентичності. «Не безперервність і зв'язок, а скороминущість, нестабільність та схильність до перемін стають ознаками значущих життєвих орієнтацій людей. Деяке роздратування викликає той факт, що такі орієнтації називаються «ідентичностями», не дивлячись на нелогічність застосування етимології цього терміну до процесів, що відбуваються», – вважає Пітер Вагнер [1, с. 68].

Крім цього в умовах модерну змінюється фізичне сприйняття та значенням території, що також «деформує» ідентичність. Простір тут вже не пов'язаний з «фізикою», а набуває «просторовості» завдяки осмисленості його як простору тієї чи іншої спільності. І це ще не все – світ підпадає під компресію, де «індивідуальні феноменології» починають співвідноситься зі світом як з цілим, а не як з окремими локальними чи національними частинами [2, с. 188]. Відстань перестає бути організуючим принципом соціального та культурного життя, соціальні і повсякденні практики звільняються від локальних прив'язок та вільно перетинають просторові межі. Нація-держава як, в першу чергу, територіальна держава потерпає кризи – втрачається єдність держави та нації, а етнопанціоналізм, втрачаючи прив'язку до кордонів території відтворює подібні уявні спільності глобального масштабу.

Проте зміни фізичної просторовості за умов глобалізації відбуваються в двох напрямках. З одного боку, соціальні і повсякденні практики звільняються від прив'язок до територіальності, і як наслідок, безпосередня взаємодія стає менш суттєвою і відбувається «дистанціація» повсякденних практик – розтягування їх на все більші, довші відрізки простору та часу, в той же час посилюються, або навіть виникають виключно, так би мовити, «територіальні» спільності, ідентичність яких утворюється, саме територією. У першому випадку – «зникнення» територіальності, просторовість вже не пов'язується з територією як фізичним простором, а переключиться із смисловими поняттями «зсередини» чи «ззовні», а ідентифікаційним ядром виступає не фізична територія, а «духовна» «близькість» яка ґрунтується на певному осмисленні простору.

З'являється ціла низка понять які відображають те чи інакше розуміння «нефізичних» просторових ідентичностей. Як зазначає А. Апудараї у книзі «Сучасність на повний зріст. Культурні виміри глобалізації» (1996) [3] це і етнопростір (ethnoscape), що утворюється потоками іммігрантів, біженців, туристів; технопростір (technoscape) – простір утворений потоком технологій; фінансовий простір (finanscape) – потоком капіталів; медіапростір (mediascape) – потоком образів; ідеопростір (ideoscape) – потоком ідеологем, тощо.

У випадку ж «відродження» просторовості поширення набувають «суто» територіальні ідентичності – локальні, регіональні спільності, «посилюються» «класичні» територіальні спільності як то етнічні, національні ідентичності. На зміну детериторіалізації приходить ретериторіалізація. За умов ілюзорності ідентичності як такої, етнокультурна, національна ідентичності часто – густо виступають тією стабільністю, «захисним полем», що дозволяє зберегти самість, залишитись їй собою.

В умовах глобалізаційних трансформацій виникають нові модифікації просторових ідентичностей, глобалізація взагалі анулює уявлення про те, що ми живемо у закритих, обмежених один від одного просторах, етнічних, чи то національних. Відстань «зникає», а простір делокалізується, релокалізується чи імплузується. Зникає «класична» просторова ідентичність, в той же час відроджується на нових підставах для того, щоб хоч якимось чином зберегти визначеність власного положення в системі соціального простору. «Національне» перед лицем транснаціоналізації ринків, товарів, фінансів, культури поступово втрачає значення конструкції колективних ідентичностей і уступає місце тим формам ідентичностей, які по-новому визначені з соціально-просторової точки зору, і частково є міжтериторіальними. Традиційні ідентичності, що базуються на виразній територіальній ексклюзиві, розумінні ідентичності як острова, змінюють «динамічні», мобільні, транзитивні, тощо ідентичності.

Загалом, поява поняття «просторової ідентичності» відображає факт того, що простір в ідентичності стає системоутворюючим фактором. Але змінюється саме значення простору. Традиційно простір є предметом дослідження географів, і саме останні першими виявляють/відображають зміни, що відбуваються з ним. Для швейцарського географа Б. Верлена, географія є вже не наукою про простір, а наукою про «дії у просторі». Ці «дії ... завжди являють собою вираз певних задалегідь заданих соціальних, економічних та природних умов, в яких вони здійснюються» [4]. На його думку, соціальний світ наповнений смисловими змістами і становить, на відміну від фізичного світу, предмет соціальної географії [5]. А простір в її межах має визначатися не тільки як фізичне поле соціальної взаємодії, а й як конструкт у свідомості населення території. Традиційне для географа «освоєння простору» перетворюється у філософів – на смислове його «присвоєння» – на цьому зламі й формується зміст просторової ідентичності.

Французький соціолог та філософ А. Лефевр намагається об'єднати різнорівневі площини дослідження простору: 1) фізичну, де увага зосереджується на природі й космосі; 2) ментальну, де йдеться про логічні узагальнення (мета- фізичні репрезентації простору); 3) суспільну – як площину соціальної практики [6]. Безпосередньо термін «просторової ідентичності» (place identity) з'явився наприкінці 1970-х рр. у психології. Американський психолог Г. Прошанський визначав просторову ідентичність як інкорпорацію індивідом місця, території у широку концепцію власного «я», як популярі спогадів, інтерпретацій, ідей і почуттів індивіда по відношенню до фізичного простору, певних місць і типів місць [7].

Наразі, сьогодні науковий дискурс щодо ідентичності зміщується у площину вивчення територіальної спільності людей як спільності «за самовизначенням» – зі специфічними, притаманними тільки їй характеристиками просторової, територіальної, регіональної самосвідомості, системи цінностей, норм і правил поведінки, територіальних інтересів і просторової перцепції. Спільноти асоціюються з тими чи іншими місцями та визначаються через свою належність до цих місць. Ці території й пов'язані з ними спільноти характеризуються різними масштабами і рівнями інституціалізації, проте так чи інакше відіграють значну роль у самоідентифікації людей, у наповненні їх життя сенсом, значенням і цілями.

Можна відзначити, що за умов глобалізації, розмивання будь-яких цінностей, образів та нормативів, прив'язка до території стає часто густо вирішальною та єдиною умовою утримання стабільності, що, напевно, і становить одну з причин такого поширення локальних чи регіональних ідентичностей.

Однак, регіональні ідентичності виявляються менш міцними, ніж, наприклад, етнічні, хоча б тому, що будуються лише на територіальному/географічному міфіві, в той час як етнічні ідентичності ще й на історичному – на спогадах про уславлену історію та пращурів, тощо. Для утримання етнічних ідентичностей залучаються «ідеї минулого», історичні наративи, що відіграють головну роль у «виправданні» існування ідентичності. А просторовим, регіональним групам важче «винаходити традицію» на такому ґрунті – адже, як правило, регіони не є однозначно визначеними ні з історичного, ні з географічного погляду, а рубежі між ними часто є лише результатом певних управлінських зусиль, такої собі «згоди» [8, с. 55]. Тому, напевно, на теренах нашого суспільства, вважає Л. Нагорна, регіо-

нальні ідентичності не підміняють і, тим більше, не відміняють національні чи етнічні ідентичності, а доповнюють їх [9].

В сучасному дискурсі широко використовується термін «новий регіоналізм», де поняттю «регіон» надається значення соціального феномену. Відповідно М. Рако, поняття «новий регіоналізм» розглядається як фокус: 1) загальних економічних стратегій в контексті глобалізації; 2) нових форм культурної ідентифікації; 3) посередництва та спільної присутності в соціальній взаємодії [10].

Регіони виявляються не ізольованими, обмеженими кордонами територіями, а спільностями та процесами, що виходять далеко за межі адміністративних границь кожного регіону [11]. Інституалізація регіонів проходить стадію територіального оформлення (створення м) яких та жорстких границь), стадію символічного оформлення (найменування регіону та створення його символів) та власне інституційного оформлення (інститути, а також організації регіону як складових регіональної системи та соціальної свідомості).

В сучасному соціологічному знанні ідентичність регіону визначається, в першу чергу, не фізичними кордонами, а з допомогою різноманітних ментальних феноменів як то діалект, музика, регіональна кухня, література, фольклор і т.п., які виступають індикаторами цієї відмінності або ідентичності. Для А. Паасі, «регіональна ідентичність – це ярлик для існування деякого просторового оформлення цих рис. В цьому сенсі ідентичність – це відмінна риса регіону, а не риса регіональної свідомості людей, що проживають в регіоні» [12, р. 10]. В такому сенсі регіон нагадує субстанційний суб'єкт.

В Україні регіональна диференціація має особливе значення, розділеність на Захід та Схід з відмінними ідентичностями є вагомим чинником впливу на суспільно-політичні процеси. У праці «Зіткнення цивілізацій» С. Гантінгтон пише про Україну як розколоту країну з двома різними культурами: «Лінія розлому між цивілізаціями, що відокремлює Захід від православ'я, проходить прямо її центром ось вже декілька століть» [13, с. 255]. Проте регіональна диференціація в Україні набагато складніша, ніж стереотипізований поділ на Західну та Східну Україну. Неможливо не брати до уваги існування ще двох великих регіонів – Центру та Півдня, які характеризуються і спільними, і відмінними рисами із Заходом та Сходом. Центр має величезний потенціал консолідації й синтезу регіонального розмаїття України. До того ж і Схід, і Захід також регіонально диференціюються, наприклад, на Заході вирізняють такі субрегіони як Галичина, Волинь, Закарпаття, Буковина.

Географічне і геополітичне становище українських земель зумовили формування української спільноти на межі різних культур, цивілізацій, де різний історичний досвід, почуття й переживання, закріплені в історичній пам'яті, архетипах і міфах цих регіонів зумовили різноманітні параметри розмежування – різну ментальність, цінності, політичну культуру. Цивілізаційні за своїм походженням ознаки розмежування наклалися на економічні, соціальні та політичні, поглиблюючи регіональне розмежування регіонів України

Деяка інша ситуація в Америці. Якщо в Україні пратикуються дослідження етнічних, локальних, регіональних ідентичностей то в Америці, за умов відсутності передумов для побудови власної ідентичності, врешті решт, відсутності самої етнічної ідентичності, переважають дослідження локальних ідентичностей та їх різновидностей – ідентичностей певних районів, вернакулярних районів. Так, на думку американських дослідників Д. Віклієма та Р. Біггера фактором, що найбільш впливає на соціальні взаємодії на сьогодні є район. «Не дивлячись на те, що розвиток техніки полегшив подорожі та зв'язок різних районів, люди, як і раніше, вибирають друзів та знайомих в межах сусіднього району. Більш того, не дивлячись на значну географічну мобільність в США, сім'ї залишаються прив'язаними до певного місця протягом життя багатьох поколінь. «Не дивно тому, що регіональні традиції, які утворювались протягом багатьох поколінь, залишаються цілком помітними і сьогодні», – зазначають автори [14].

Саме із «районною» ідентичністю пов'язано дослідження «вернакулярного району». Якщо порівняти із регіональною чи локальною ідентичностями ідентичність «вернакулярного району» має вужчий смисл, а саме – смисл повсякденного, звичайного, поза рефлексивного життя на невеликій території. Під вернакулярним районом чи вернакулярною ідентичністю розуміється усвідомлена самими мешканцями району ідентичність, яка не має теоретичного відображення та загальнонаціонального визнання, тому то вернакулярні райони відомі лише жителям цих районів та їх безпосереднім сусідам. До різновиду ідентичностей вернакулярних районів належать і породжені сучасною міською культурою такі ідентичності як «Community [15] чи тріби. Їм властиві ще слабші за звичайні

локальні ідентичності зв'язки, нижчий рівень індивідуальної та колективної ідентифікації та більша ситуативність.

Під «вернакулярним районом» мається на увазі частина території, жителі якої усвідомлюють її як власне середовище проживання і яка у цій якості може бути представлена як частина суспільної свідомості даної соціальної групи. Спільність проживання породжує в членів групи спільні риси, які і відрізняють їх від сусідів.

Коли трапляється, що попри те, що територіальна спільність існує, однак місцева суспільна свідомість не фіксує почуття спільності жителів даної території – чи формування цієї свідомості запізнюється, чи сама спільність виражена недостатньо сильно, чи жителі даного регіону ставлять територію на нижчі місця в своїх ідентифікаційних пріоритетах, в такому разі район не можна назвати вернакулярним, хоча б тому що в нього не має найменування, хоча безсумнівно його існування як одиниці просторової структури суспільства.

Осмилення територіальних ідентичностей породило низку близьких, або навіть тотожних термінів – таких як *placeidentity* (ідентичність з місцем), *local identity* (локальна ідентичність), *regional identity* (регіональна ідентичність), *environmental identity* (ідентичність з навколишнім середовищем), (*city identity*, *urbanrelated identity*, *social urban identity* (міська ідентичність), *settlement identity* (ідентичність з місцем проживання) тощо. Багатоманіття таких понять вказує на те, що роль території у структурі ідентичності все більше зростає, особливо за умов послаблення або навіть відсутності інших системоутворюючих факторів, що і відображається в різноманітних «просторових» теоріях. Американський соціальний психолог Гарольд Прошанський зазначає, що місце, територію необхідно обов'язково включити у концепцію «Я» [7]. На думку Брейквелла, в аналізі ідентичності «місце» відіграє навіть більшу роль ніж символи класу, гендеру, походження та інші статусні характеристики [16]. А Спеллер досліджує, яким чином зміни в просторовій організації впливають на ідентичність жителів місцевої общини [17].

Нові поняття та теорії просторових ідентичностей потребують і нових методів дослідження та аналізу. У вітчизняній літературі можна виділити наступні методичні підходи до дослідження територіальних ідентичностей населення. Перше, це дослідження територіальної ідентичності як ментального явища, як елемента духовної культури за допомогою опитування, коли дослідник отримує інформацію безпосередньо від жителів досліджуваної території за допомогою анкетування, інтерв'ю, бесіди, тощо. Широко застосовується аналіз різноманих інформаційних потоків – змісту місцевих паперових та електронних засобів масової інформації, публічних висловлювань жителів території, коментарів відвідувачів електронних ЗМІ, тощо, що дозволяє отримати інформацію про ставлення місцевого населення до свого поселення чи регіону, до інших регіонів (горизонтальне порівняння), та країн світу (вертикальне порівняння).

Інший підхід базується на дослідженні маркерів територіальної ідентичності. Вперше у науковий обіг поняття маркера регіональної ідентичності у вітчизняній літературі ввела Ю. Єсіна [18, с. 14]. Маркери, в свою чергу, можна поділити на дві групи. До першої належать відносно стабільні маркери – показники, які відрізняють соціокультурний простір однієї території від іншої, визначають місцеву суспільно-географічну специфіку і тому вказують на потенційний ареал поширення певної територіальної ідентичності. До них належать особливості архітектури, мови, звичаїв, традиційних професій та ремесел, рис характеру населення, релігійних переконань, фольклору, структури поселень, макротопоніміки тощо. До другої групи належать динамічні маркери територіальної ідентичності, в першу чергу, топонімічні назви – назви невеликих місцевостей, частин поселень, урбаноніми.

О. М. Гнатюк, досліджуючи природу та походження назв українських міст [19], виявив існування значної кількості специфічних назв на усіх ієрархічних рівнях територіальних ідентичностей, зокрема регіональних та локальних урбанонімів, денотати яких пов'язані з місцевою історико-культурною спадщиною. «Розуміння» топоніму полягає у з'ясуванні, чому географічний об'єкт названо саме так та які висновки на основі цієї назви можна зробити щодо територіальної самоідентифікації місцевого населення [20, с. 7].

Окрім назв поселень та населених пунктів маркерами можуть виступати і назви підприємств, установ, місцевих засобів масової інформації, регіональні бренди, тощо. Ці назви є закономірним наслідком сприйняття населенням особливостей території свого проживання, їх можна використовувати для оцінки просторової структури спільності, змін, що з нею відбуваються у часі й просторі, тощо.

Широко використовуються такі маркери як пам'ятні знаки на честь відомих особистостей, історичних подій, тощо, особливо в американській географічній, філософській та соціологічній думці. Так на основі вивчення етимології назв округів США, український дослідник С. Павлюк виявив, що 113 «північних» та 78 «південних» адміністративно-територіальних одиниць США названі на честь героїв Громадянської війни [21, с. 26].

Дослідження границь ідентичності американських «южан» пов'язано з дослідженням географії розповсюдження монументів на честь загиблих конфедератів, воїнів армії півдня під час Громадянської війни 1861-1865 рр. Саме ареал їх поширення, як вважають дослідники, співпадає з межами територій, жителі яких вважають себе «южанами». Подібним чином дослідник американської культурної географії В. Зелінський по розповсюдженню критих мостів вивчає культуру Нової Англії, бо поширення таких об'єктів як критий міст дослідник і вважає маркерами її поширення [22, с. 91–99].

Широко практикуються в Америці дослідження просторовості через відстеження по території переміщення населення, товарів та інформації. «Просторовості», які визначаються різноманітними переміщеннями залежать від різноманітних інших чинників, як то розміщення продуктивних сил, економічної доцільності перевезень, соціально-економічної ситуації, діючого адміністративно-територіального устрою, тощо. Трудові, освітні, культурно-розважальні, туристичні міграції населення, навіть передплата місцевих та регіональних друкованих засобів масової інформації (газет, журналів), відвідування певних локальних чи регіональних інтернет-порталів, тощо, є маркерами вибору населенням «свого» територіального центру на різних ієрархічних рівнях територіальної організації суспільства.

Щодо переміщень в американській літературі найчастіше відстежуються трудові поїздки населення, інформацію про яких розміщена на сайті Бюро економічного аналізу [23]. Тут представлена сітка із 170 вузлових районів – зон тяжіння великих міст, які жителі вважають районами власного проживання. Варіантом цієї ж методики є облік циркуляції місцевих щоденних газет. Він здається більш опосередкованим, ніж варіант з трудовими поїздками, хоча насправді більш точно виявляє регіональні «уявлення» самих громадян. Бо якщо в місті Санта-Барбара, наприклад, можна легко купити «Лос-Анджелес таймс», але не має «Сан-Франциско хронікл» [24], то можна припустити, що жителі Санта-Барбара цікавляться новинами із Лос-Анджелеса саме тому, що вважають себе причетними до спільності Лос-Анджелеса. Подібним чином приватні фірми використовують цю методику для створення сіток районування продажу товарів. Популярним напрямком є дослідження різноманітних письмових артефактів культури – літературних джерел, як то путівників, записків мандрівників, фольклорних джерел, діалектів, праць з етнографії, історії і т.д., в решті решт, творів художньої літератури.

Відстеження місць проживання та пересування вболівальників місцевих спортивних команд, електоральної поведінки населення також визначає маркери ідентифікації. Вболівання населення за свою спортивну команду вказує на ідентифікацію населення зі «своїм» регіональним центром чи регіоном [25, с. 40]. За маркер ідентифікації доцільно брати найпопулярніший вид спорту в досліджуваному регіоні, з достатньою просторовою репрезентацією. В Україні таким видом спорту є футбол. Щодо електоральної поведінки населення, то факт приналежності до певного регіону безумовно впливає на електоральні уподобання населення певних політичних сил. В Україні місцеві та регіональні політичні сили утворюються там, де зосереджені їх електоральні ядра, на територіях поширення певної територіальної ідентичності. Електоральна поведінка населення визначає взаємодією різних рівнів територіальної ідентичності, їх трансформацією. У дослідженні щодо взаємозалежності електоральних уподобань та територіальних ідентичностей К. Черкашин виводить фактори, що впливають на стійкість електоральної поведінки населення України, частина із них пов'язані з територією – це відношення територіальної ідентичності до центру; вплив інших територій, територіальна близькість до інших країн та регіонів та пов'язаний з цим рівень інтернаціоналізації [26, с. 19].

Тобто при вдалому виборі маркера при достатній його просторовій репрезентативності, відстеження маркування може надавати достатньо об'єктивні результати, а за умови доповнення «просторових» маркерів додатковими методами дослідження, зокрема аналізом трансформацій ідентичності на основі досліджень символів, топонімів, артефактів та й власного сприйняття й досвіду, можна отримати ґрунтовні результати [27, с. 68].

Міська ідентичність займає окреме місце серед просторових ідентичностей. Серед українських вчених, які досліджували міську ідентичність можна назвати Я. Грицака, В. Кравченка, О. Мусієз-

дова, В. Середу, Я. Пасько, Г. Коржова, та ін. [28]. Л. Мамфорд територію міста вважає підставою ідентичності. А. Лефевр серед просторових практик, що утворюють повсякденність та репрезентативні простори (дискурси, що впорядковують простір), актуалізує саме «досвід» міста, наповнюючи його ціннісним та смисловим контекстом. У випадку коли дослідники звертаються до суб'єктивного та об'єктивного у місті, феноменів індивідуального та надіндивідуального, досвід міста вже інтерпретується як екзистенційний вимір людської свободи [29].

Н. Тріфт та Е. Амін присвячує місту працю «Міста: переосмислюючи міське», де намагаються подивитись на феномен міста та його ідентичність через призму поняття «новий урбанізм» [30]. «Новий урбанізм» характеризується розумінням міст як складних, з різноманітними формами та з різним змістом сутностей, що включені в багатоманітні мережі взаємозв'язків і що, в свою чергу, включають в собі такі мережі. Новий урбанізм уособлює собою «просторовий поворот», суть якого – в особливій увазі до міського простору, його побудови та реконструкції.

Підхід, який пропонують автори, спрямований на повсякденність міського існування, на контексти цієї повсякденності, які, з однієї сторони, обмежуються та задаються ними, а з іншої – містять в собі безкінечну кількість можливостей вийти за межі таких обмежень. Саме в цьому відмінність цієї праці від інших робіт з нового урбанізму. Дещо пересікається, а в чомусь протирічить підхід авторів цього дослідження А. Лефевру, М. де Серто [Michel de Certeau], В. Беньяміну та сумісний з сільськими підходами – теорією Б. Латура [Bruno Latour]), соціологією соціальної мобільності Дж. Уррі [John Urry]).

Так що не задовольняє Е.Аміна та Н. Тріфта в тому, як розуміють міську повсякденність В. Беньямін, А. Лефевр та Д. Мессі. Те що, по-перше, у останніх міський простір є простором безмежної свободи, де не відзначаються обмеження, які створюють структури та інститути. По-друге, орієнтуючись на людське вони не приділяють достатньої уваги нелюдським сутностям, як то об'єктам, технологіям, неорганічному життю. І по-третє, розглядаючи місто в його просторовій та часовій обмеженості, вони не беруть до уваги включеність міста в складніші зв'язки глобального та локального [30, с. 30]. На противагу цим авторам, Е. Амін та Н. Тріфт визначають онтологію міста через «зіткнення» та співіснування матеріальних та нематеріальних умов існування людських та нелюдських (машин, будинків, тварин та інш.) об'єктів. Але базовим рівнем існування для них залишається «просто життя» [30, с. 27–29].

Наступ епохи модерну, на думку Е. Аміна та Н. Тріфта, знищує аутентичне місто, а саме – громаду (community) сучасного міста, яка базується на особистій взаємодії, що і створює ідентичність [30, с. 32]. Занепад аутентичного міста, його ідентичності є наслідком всезагального поширення грошей, яке привносить байдужість, руйнує особисті зв'язки, перетворює культурні людські феномени у речі, уречевлюючи, таким чином все навколо. Подібним чином на руйнування ідентичності впливає прискорення ритму життя та поширення засобів масової інформації, бо на межі з «фізичною» та «інформаційною» дистанцією «людська» близькість зникає як така.

За таких умов, на думку Аміна та Тріфта, спільностям доводиться трансформуватися та набувати нових форм. Автори виділяють п'ять типів сучасних спільностей – ті, що управляються певними технологіями (наприклад, автомобілісти, жителі районів); постсоціальні спільності створені новими технологіями, наприклад, спільності комп'ютерних мереж; спільності, сформовані ситуативно та на короткий час за конкретними інтересами – наприклад, власники собак, волонтери і т.п.; спільностей, що об'єднують людей у їх повсякденному існуванні тощо.

Не обходять увагою Амін та Тріфт і глобалізовану систему та вплив її на міську ідентичність і доходять висновку, що розуміння міста як обмеженого локусу господарського життя та незалежного від глобальних мереж вже неправомірно, так само як неадекватно і говорити про те, що міста не відіграють своєї ролі в функціонуванні глобального господарства. Міста виступають центрами конкурентного виробництва в світовому масштабі (завдяки просторовій близькості елементів виробничого процесу), крім того вони є локусами постіндустріальної економіки знання, бо володіють тим необхідним культурним ресурсом, який дозволяє такій економіці існувати та розвиватися.

Концепт міста як своєрідного майданчика господарської системи з локалізаціями виробничих мереж та мереж споживання, на думку Аміна та Тріфта [30, с. 63] відіграють «об'єднуючу» роль по відношенню як до транснаціональних корпорацій, галузей «креативної» промисловості (на прикладі реклами), так і електронного ділового простору віртуальних мереж. У всіх цих випадках, вважають Амін та Тріфт, міський простір є місцем з'єднання глобального та віртуального, локального та

«реального», бо самі по собі локальні чи глобальні феномени існувати не можуть, лише у та завдяки місту.

Подалі Найгель та Тріфт еволюціонують і в роботі «Внятність повсякденного міста» [31] критикуючи міську ідентичність схиляються до повсякденного урбанізму без чітких контурів та центру. Ідентичність тут стає «транзитивною». Метафора транзитивності, вважають автори відображають просторову, часово незавершену та відкриту ідентичність повсякденного міста. «Транзитивність, а по-іншому пористість», – це те, що дозволяє міській ідентичності постійно формувати та змінювати своє обличчя», – вважає Найгель.

Дж Уррі переосмислює просторовість в термінах переміщення та мобільності [32]. «Мобільні» ідентичності – це певні соціальні відносини, що формуються у просторі та часі в результаті реальних та потенційних переміщень. Серед мобільних ідентичностей Уррі вирізняє, наприклад, авто-мобільності, де свою систему цінностей та образів сприйняття світу створюють переміщення автомобілем і на автомобілі, вело-мобільності, тощо. Однак, таким чином абсолютизуючи переміщення, Уррі губить ідентичність суб'єкту, тому що замість ідентичності власного «я», виникає ідентичність сітьової структури. А сама соціальна структура та стратифікація переосмислюється через ідею сітьового капіталу.

В Україні попри існування регіональних та локальних ідентичностей, панівною та легітимною залишається саме національна ідентичність. Остання, на жаль, підтримується не за рахунок об'єднуючої ідеї, а за принципом «разом проти когось», бо «ніщо не об'єднує краще за спільного ворога». Тому Е. Бистрицький і говорить про функціонування «ідентичності для проекту війни» [33]. Неможливість свobodної самоідентифікації особистості та спільності в будь-якій із сфер – культурній, національній, соціальній, неможливість вільно реалізувати свої права приводить до симуляції ідентичності, коли задля того, щоб інтегруватися в спільність людина відмовляється від своїх прав та свобод, бо вони «заважають» інтеграції. На жаль, сьогодні існування ідентичностей в Україні можливе через визнання та приєднання до панівної, легітимної ідентичності, а нелегітимні ідентичності, що виникають паралельно цьому виражають вже не усвідомленість можливості бути собою, а усвідомленість необхідності просто бути. Як наслідок виникають ідентичності які формуються за принципом «наші – це ті, хто проти тих, хто не наші». Втім ідентичність в Україні зазнає і глобалізаційних впливів. Вона втрачає свій звичний посыл до глибинності й укоріненості в традицію, свій натяк на фундаменталізм і стаціонарність і все більше відповідає чи слугує деконструктивній особистості, яка зайнята перманентним пристосуванням до мінливих умов. Актуальною формою ідентифікації індивіда стає її деконструкція внаслідок чого самовизначеність індивіда заміщається імітацією та симуляцією її у різних формах.

Література:

1. Wagner, P. (2001) *Theorizing Modernity. Inescapability and Attainability in Social Theory*. L. ; Thousand Oaks ; New Delhi : Sage Publications
2. Robertson R. *Globalization: Social Theory and Global Culture*. London : Sage Publications Ltd., 1992. 224 p.
3. Appadurai A. *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*. Minneapolis University of Minnesota Press, 1996. 248 p.
4. Verlaïne, B. *Social geography of everyday regionalization*. V. 1. On ontology of society and space. Stuttgart. 1995. [in Russian]. [Верлен Б. Социальная география повседневных регионализаций. Т. 1. К онтологии общества и пространства. Штутгарт, 1995. С. 56.
5. Verlaïne, B. (1993). *Society, action and space. Alternatively, human geography*. London and New York. [in Russian]. [Верлен Б. Общество, действие и пространство. Альтернативная человеческая география. Лондон и Нью-Йорк, 1993].
6. Лефевр А. Социальное пространство. *Неприкосновенный запас*. 2010. № 2 (70). С. 3–14.
7. Proshansky H. M., Fabian, A. K., Kaminoff R. Place-identity: Physical world socialization of the self. *Journal of Environmental Psychology*. 1983. № 3. P. 57–83.
8. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура ; пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкаратана. М.: ГУ ВШЭ, 2000. 608 с.
9. Нагорна Л. П. Регіональна ідентичність: український контекст. Київ: ІПІЕНД імені І. Ф. Кураса НАН України, 2008. 405 с.
10. Raco M. Building new subjectivities: devolution, regional identities and the re-scaling of politics. *Territory, Identity and Spatial Planning* / M. Tewdwr-Jones & P. Allmendinger (Eds.). London, 2006. P. 320–334.
11. Paasi A. Regions are social constructs, but who or what constructs them? Agency in question. *Environment and Planning*. 2010. P. 2296–2301, p. 230.

12. A. Paasi. The region, identity and power. *Regional Environmental Governance: Interdisciplinary Perspectives. Theoretical Issues. Comparative Designs (REGov)*. 2011. Vol. 14. P. 9–16.
13. Хантингтон С. Столкновение цивилизаций. М.: ООО «Издательство АСТ», 2003. 603 с.
14. Weakliem D., Biggert R. Region and Political Opinion in the Contemporary United States. *Social Forces*. Vol. 77. 1999.
15. Appadurai A. *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*. Minneapolis, 1996.
16. Breakwell, G. M. *Coping with threatened identities*. London: Methuen, 1986.
17. Speller, G. M., Lyons, E., & Twigger-Ross, C. A community in transition: The relationship between spatial change and identity processes. *Social Psychological Review*. 2002. № 4. P. 3–22.
18. Есина Ю. Г. Показатели идентичности в региональной культуре Франции (Вандея, Руссильон): автореф. дис. ... канд. культурол. наук : 24.00.01. Москва, 2011. 21 с. С. 14.
19. Гнатюк О. М. Урбаноніми та назви підприємств як маркери регіональної ідентичності населення України. *Шевченківська весна. Географія: Зб. наук. праць XI міжнар. наук. міждисциплінарної конф. студентів, аспірантів та молодих вчених*. Київ: Видавництво географічної літератури «Обрій», 2013. Випуск XI. С. 168–171.
20. Трофимов А. М., Шарыгин М. Д., Исмагилов Н. Н. Территориальная идентификация в географии и вернакулярные районы. *Географический вестник*. 2008. № 1 (7). С. 5–12.
21. Павлюк С. Г. Традиционные и исторические районы как форма территориальной самоорганизации общества (на примере США и России): автореф. дисс. ... канд. геогр. наук: 25.00.24; Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова. Геогр. ф-т. Москва, 2007.
22. Zelinsky W. American Barns and Covered Bridges. *Geographical Review*. 1958. Vol. 48. № 2. P. 296–298.
23. Електронний ресурс. Режим доступу: <http://www.bea.gov/bea/regional/docs/econlist.cfm>.
24. Смирнягин Л. В. Йеллоустон. Дневник путешествия. *Гуманитарная география, научный и культурно-просветительский альманах*. Вып. 1. М.: Ин-т наследия, 2003. С. 230–282.
25. Смирнягин Л. В. О региональной идентичности. *Вопросы экономической и политической географии зарубежных стран*. Вып. 17: Меняющаяся география зарубежного мира. Москва-Смоленск: Ойкумена, 2007. С. 21–49.
26. Черкашин К. В. Електоральна поведінка населення незалежної України в регіональних зрізах: Автореф. дис... канд. політ. наук: 23.00.02 / Тавр. нац. ун-т ім. В. І. Вернадського. Сімферополь, 2005.
27. Міжнародна конференція «Територіальна ідентичність і геополітика» / М. В. Багров, В. О. Колосов, С. О. Маруняк, Л. Г. Руденко. *Укр. геогр. журн.* 2011. № 4. С. 67–68.
28. Грицак Я. Парадокси національної ідентичності [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://day.kyiv.ua/uk/article/podrobici/paradoksi-nacionalnoyi-identichnosti>; Кравченко В. Столиця для України. *Україна, Імперія, Росія. Вибрані статті з модерної історії та історіографії*. Київ: Критика, 2011. С. 45–87; Мусиездов А. Ідентичність міста: Образ Харківського міста в представленнях харківчан. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Сер. Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи*. 2009. № 881. С. 154–159; Пасько І., Пасько Я., Коржов Г. Плавильний басейн донецької ідентичності [Електронний ресурс]. *Метафізика Донецька. Філософські есе*. Донецьк: Донецьке відділення Наукового товариства ім. Т. Г. Шевченка, ТОВ «Східний видавничий дім», 2012. С. 69–86. Режим доступу: <http://www.fir.in.ua/sites/default/files/publications/attachments/2012-11-30-000000metafizika-donecka1678951958.pdf>; Серета В. В., Судин Д. Ю. «Львів'янин» – окрема ідентичність чи просто прописка? *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна*. 2008. № 795. С. 94–98.
29. Lefebvre H. *The Production of Space*. Oxford and Cambridge, MA: Blackwell, 1992. 464 p.
30. *Cities: Reimagining the Urban* Amin, Nigel Thrift 2002 г. С. 192.
31. Эш Амин Найгель Трифт Внятность повседневного города [Электронный ресурс]. *Логос* 2002, 3-4. Режим доступа: <http://magazines.russ.ru/logos/2002/3/amin.html>
32. Урри Дж. Мобильности ; пер. с англ. А. В. Лазарева ; вступ. ст. Н. А. Харламова. М. : Праксис, 2012. 576 с.
33. Бистрицкий С. Проект войны: від ідентичності до насильства. *Філософська думка*. 2015. № 1. С. 61–74.