

СОЦІАЛЬНО-ГЕОГРАФІЧНИЙ АНАЛІЗ РЕГІОНАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ НАСЕЛЕННЯ СУМЩИНИ

В статті розглянуто сучасний стан регіональної ідентичності населення Сумської області на основі аналізу даних анкетування, структури інформаційних потоків, вивчення територіальних маркерів ідентичності, таких як пам'ятки природи, видатні персоналії, торгові марки, назви закладів громадського харчування тощо. Звертається увага на систему громадянських цінностей респондентів та їхнє ставлення до мовного питання.

Головна увага приділена встановленню ступеня укоріненості жителів області в населеному пункті, регіоні, країні та бажання виїхати з них, як одного з показників такої укоріненості. Важливе місце в дослідженні займає самоідентифікація респондентів, відповідь на питання «Хто я такий?».

Аналіз інформації здійснювався не лише в територіальному розрізі, а й у відповідності до вікових категорій учасників анкетування та типу поселень, в яких вони проживають.

Ключові слова: *регіональна ідентичність, маркери територіальної ідентичності, самоідентифікація, громадянські цінності.*

Постановка проблеми. Науковці позиціонують ідентичність як невід'ємну характеристику людини, що виявляється у визнанні своєї унікальності з одного боку, й відчутті приналежності до певної спільноти – з іншого. Регіональна ідентичність є ієрархічним рівнем територіальної, і в рамках даного дослідження її можна визначити як усвідомлення індивідом своєї приналежності до певного адміністративно-територіального чи історико-географічного регіону [1, с. 105-106].

В умовах суспільно-політичної кризи та загрози втрати державності, з якою зіткнулася Україна протягом останніх років, вивчення регіональної ідентичності є дуже актуальним. Ще більш важливі такі дослідження у прикордонних регіонах. Високий рівень регіональної ідентичності при недостатньо сформованій національній ідентичності може становити загрозу для безпеки держави та її територіальної цілісності. Схожі наслідки може мати і низький рівень регіональної та національної ідентичностей. Високий же рівень національної ідентичності є одним з факторів безпеки суспільства і держави в умовах політичної дестабілізації (навіть при високому рівні регіональної ідентичності населення) [8]. Тому дослідження регіональної ідентичності населення Сумської області, яка безпосередньо межує з Росією, є таким важливим в сучасних умовах.

Гоженко Л. П., Сюткін С. І., 2020.



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

Article Info: Received: February 10, 2020;

Final revision: April 2, 2020; Accepted: April 27, 2020.

Мета даної статті полягає в дослідженні територіальних особливостей прояву регіональної ідентичності населення Сумської області та його самоідентифікації.

Аналіз попередніх досліджень і публікацій. Науково-методичне обґрунтування існування територіальної і регіональної ідентичності населення здійснили у своїх працях Я.Б. Олійник та О.М. Гнатюк [9], А.Л. Мельничук [7], Л.П. Нагорна [8] тощо. Деякі прикладні аспекти досліджень названої проблематики з використанням спеціальних методик висвітлюють у своїх публікаціях М.П. Крилов [6], О.В. та Л.Б. Заставецькі [2], М.О. Растворова [10, 11]. Натомість вивчення різних ієрархічних рівнів територіальної ідентифікації населення Сумської області знаходиться на початковій стадії, з деякою тривогою відзначаємо більш високу активність російських дослідників [13].

Виклад основного матеріалу. Інформаційною базою дослідження слугувало анкетування. Було опитано 250 респондентів з 13 адміністративних районів області та м. Суми у віці від 16 до 65 років. Респондентам були запропоновані питання з градацією відповіді. Питання стосувалися ступеня прив'язаності до свого населеного пункту, області та країни, а також бажання виїхати з них, відвідування інших регіонів країни, унікальності регіону та єдності країни. Наступний блок питань стосувався мови в побуті та вивчення іноземних мов. Останній блок питань стосувався суспільних цінностей та особистісної ідентифікації. До уваги бралися стать, вік, місце проживання (тип населеного пункту) респондентів.

Крім того, в ході встановлення рівня регіональної ідентичності були використані такі методи як аналіз інформаційних потоків (контент-аналіз місцевих ЗМІ) та дослідження територіальних маркерів (видатні пам'ятки і особистості, торгові марки, назви закладів громадського харчування тощо).

Обробка зібраного масиву даних зафіксувала найвищі показники прив'язаності до свого населеного пункту у мешканців Шосткинського, Ямпільського, Недригайлівського, Лебединського, Охтирського, Великописарівського районів та м. Суми, найменші – Роменського і Конотопського (рис. 1а). В середньому близьким або дуже близьким для себе власний населений пункт назвали 76% опитаних.

В той же час виїхати в інше поселення (зазвичай – місто) прагнуть 46% опитаних. Найбільше прагнуть виїхати в інші міста жителі Шосткинського, Охтирського та Великописарівського районів.

Ментально прив'язаними до Сумської області вважають себе 61% респондентів. Найвищий рівень прихильності до свого регіону (тобто – Сумської області) продемонстрували мешканці міста Суми, найменший – мешканці Шосткинського, Роменського, Липоводолинського, Охтирського і Великописарівсь-

кого районів. Територіальні відмінності цього показника у відсотках від опитаних показані на рис. 1б. Виїхати в інший регіон для покращення умов життя чи роботи хотіли б 39% опитаних. Абсолютним лідером за цим показником виявилися мешканці Шосткинського району. Україна як країна ментально близька для 67% респондентів. Найближчою вона є для жителів м. Суми та Охтирського району. Найнижчим показник прихильності виявився у мешканців Роменщини, Лебединщини та Краснопілля (рис. 1в).

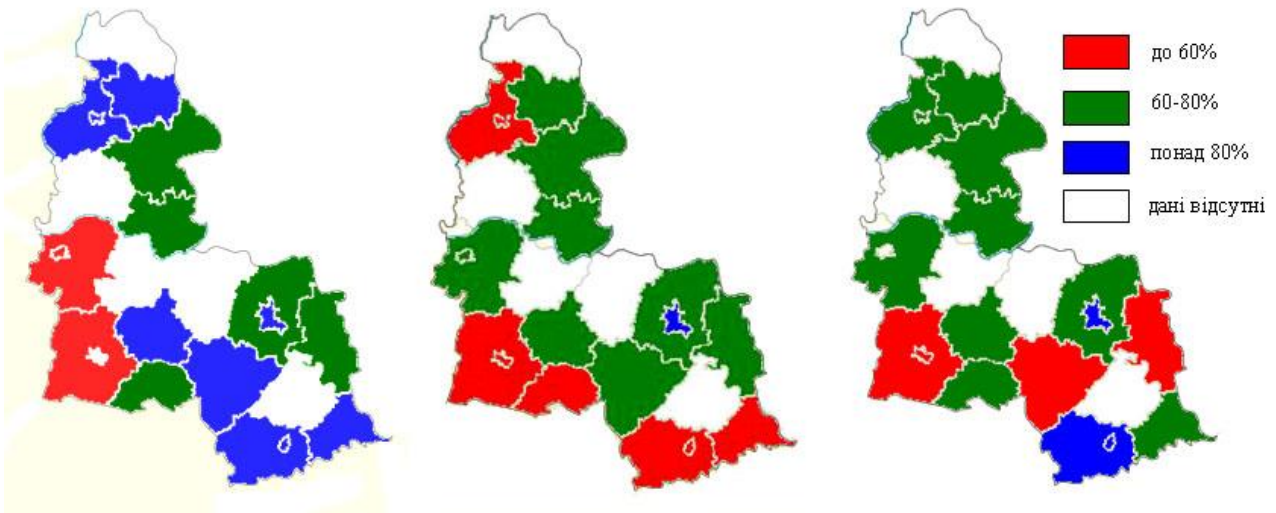


Рис. 1. Територіальна диференціація показників прив'язаності а) до свого населеного пункту; б) до свого регіону (Сумської області); в) до України

Натомість виїхати з країни для покращення умов життя чи роботи виявили бажання 43% респондентів. Найсильніше це бажання виражене у жителів Конопотського, Лебединського і Великописарівського районів.

В цілому результати даного етапу опитування можна представити у вигляді стовпчикової діаграми (рис. 2).

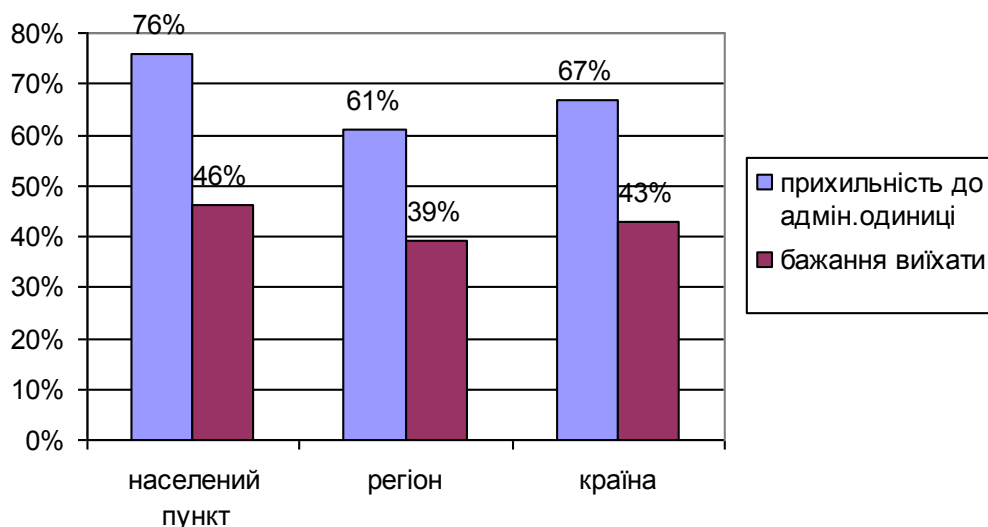


Рис. 2. Показники прив'язаності до своєї адміністративної одиниці і бажання з неї виїхати

Результати досить парадоксальні, оскільки про цінність свого населеного пункту стверджують 76% респондентів, але при цьому 46% респондентів хочуть переїхати. Значною мірою таке бажання пов'язано з економічним занепадом багатьох населених пунктів області, відсутністю в них високооплачуваної роботи і, як наслідок, низьким рівнем життя.

В ході проведеного дослідження було встановлено ступінь близькості респондентам свого населеного пункту, регіону та країни за типом поселення, в якому вони проживають (рис. 3).

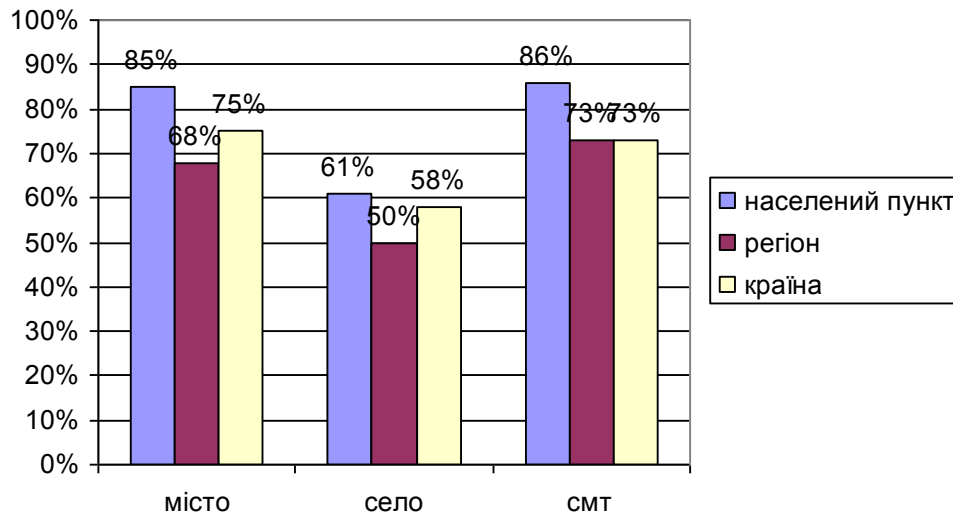


Рис. 3. Показники прив'язаності до своєї адміністративної одиниці за типом населеного пункту

Найбільш близькими свої населені пункти виявилися для мешканців міст і селищ міського типу. Найменш – для жителів сіл. В досліджуваному регіоні не працює «ефект мегаполісу», оскільки немає міст-мільйонерів, а чисельність населення найбільшого міста області – Суми становить 264 тис. осіб. Натомість в регіоні спостерігається «ефект села», виражений у зниженні місцевого патріотизму та вищій мобільності. Жителі села, особливо молодь, прагнуть виїхати з села до міста у пошуках кращої роботи та вищого рівня життя.

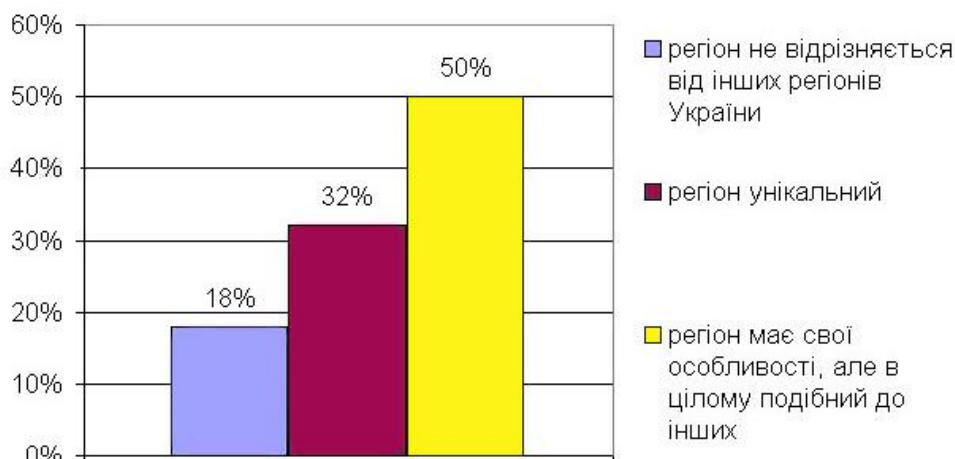


Рис. 4. Оцінка мешканцями Сумщини унікальності свого регіону

У всіх категоріях бажання виїхати в інший регіон поступається бажанню реалізувати себе на існуючому місці проживання (рис. 4). В даному випадку це пов'язано не стільки з цінністю свого регіону для респондентів (вона найнижча у всіх категоріях), скільки з впевненістю, що наш регіон подібний до інших регіонів України, хоч і має свої особливості. Тобто в інших регіонах життя суттєво не відрізнятиметься. Такі висновки можна зробити з результатів опитування щодо унікальності регіону. Вони свідчать про відносно низький рівень регіональної ідентичності.

Важливим питанням у світлі подій 2013-2020 років є питання відчуття єдності України як держави. Саме на штучному звеличенні регіональних особливостей Криму, Донеччини та Луганщини ґрунтувалися сепаратистські настрої, які стали причиною тимчасової окупації цих територій Російською Федерацією та утворення так званих «ДНР» і «ЛНР». Тому так важливо дослідити патріотичні настрої жителів області. В середньому за єдність України висловилися 84% респондентів, за побудову окремої держави – 2%, за перебування у складі сусідньої держави – 7%, не визначилися – 9%.

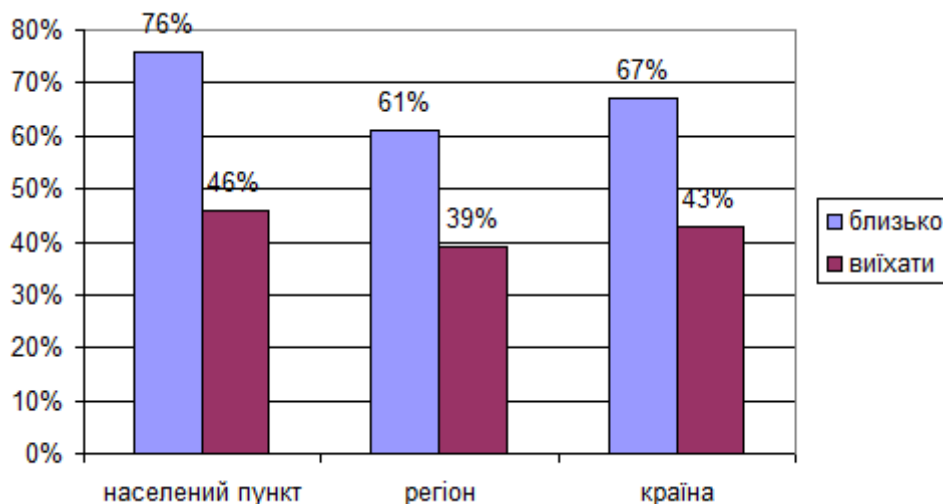


Рис. 5. Територіальна диференціація бачення єдності України респондентами

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

Результати анкетування щодо єдності України за віковими категоріями мають суттєві відмінності (рис. 6). Найнижчий рівень усвідомлення національної єдності (68%) показали респонденти віком до 18 років. Певною мірою це відображає точку зору їх родин, громадянську незрілість, але водночас вказує на недоліки патріотичного виховання в закладах освіти, відсутність цікавості до подій сьогодення та недостатню українізацію в сучасному молодіжному просторі.

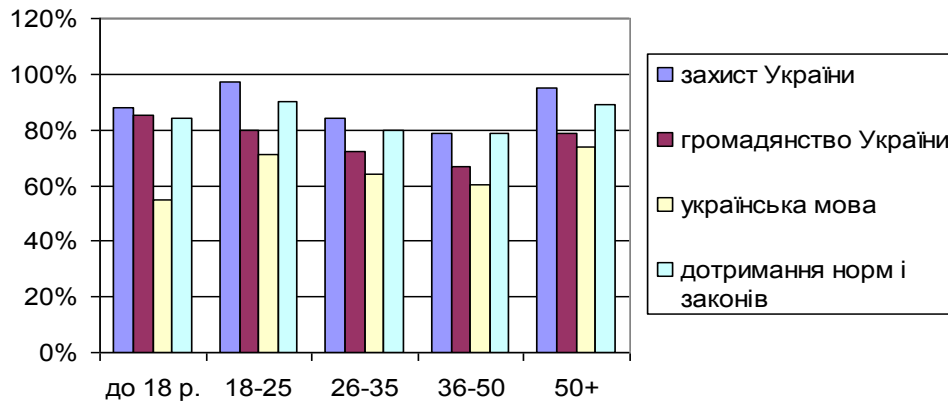


Рис. 6. Оцінка єдності України у відповідях респондентів за віковими категоріями

Найвищий рівень сприйняття ідей національної єдності (94%) показали опитані віком 18-35 років та віком 50 і більше років (92%). Це свідчить про суспільну та громадянську зрілість осіб у віці 18-35 років та низький рівень ностальгії за минулим у складі СРСР осіб віком понад 50 років. Бажання бачити регіон як самостійну державу є лише у осіб до 18 років, відсоток респондентів, що бачить регіон у складі сусідньої держави незначний, а у віковій категорії 18-25 років взагалі відсутній.

Важливим фактором формування регіональної ідентичності є мова. На території області є осередки компактного проживання росіян і переважання російської мови. Для всієї області характерне поширення суржику. Українська мова переважає в Конотопському, Недригайлівському, Липоводолинському, Лебединському районах, російська – в Шосткинському і Путивльському, в решті районів найбільш поширений суржик (рис. 7).

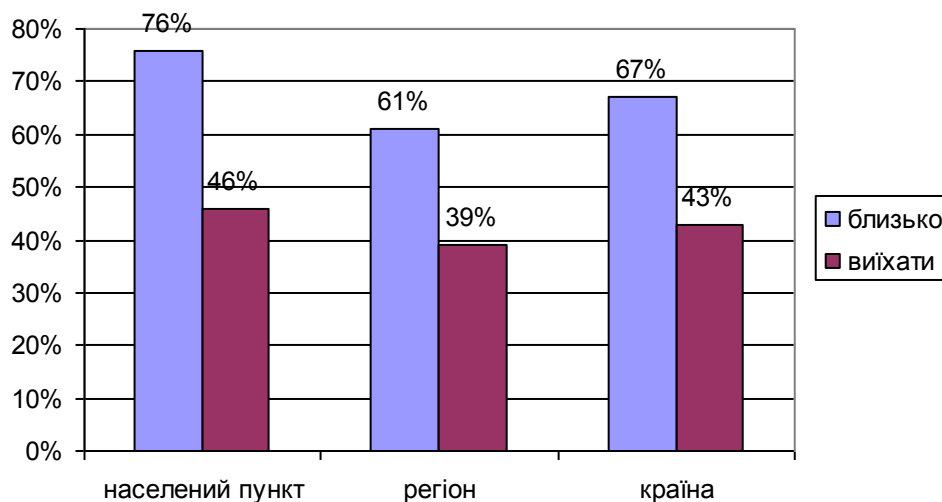


Рис. 7. Територіальна диференціація поширення мов в побуті

За українською мовою ще з часів Російської імперії укорінилося поняття як меншшвартиської, сільської, «бідняцької» мови. Це твердження активно культивувалося за часів радянської влади і актуальним залишається дотепер. Крім того, в містах більша частка росіян за національністю порівняно з селами. Це про-

стежується в результатах анкетування щодо вживання мови в побуті за типом населеного пункту. Суржик переважає у всіх типах населених пунктів, але в селах і селищах міського типу українська мова значно переважає над російською (рис. 8). Натомість в містах російська мова переважає над українською. Вживання української чи російської мови залежно від ситуації свідчить про достатньо вільне володіння обома мовами.

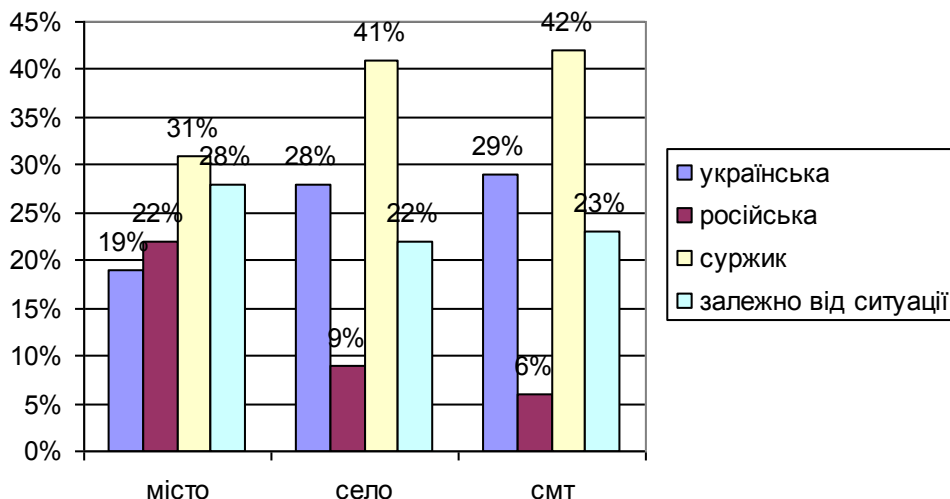


Рис. 8. Поширення мов і говірок в побуті залежно від типу поселення

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

Серед зазначених в анкеті показників для аналізу були обрані наступні: громадянство України, важливість говорити українською, дотримання соціальних норм та законів, захист України.

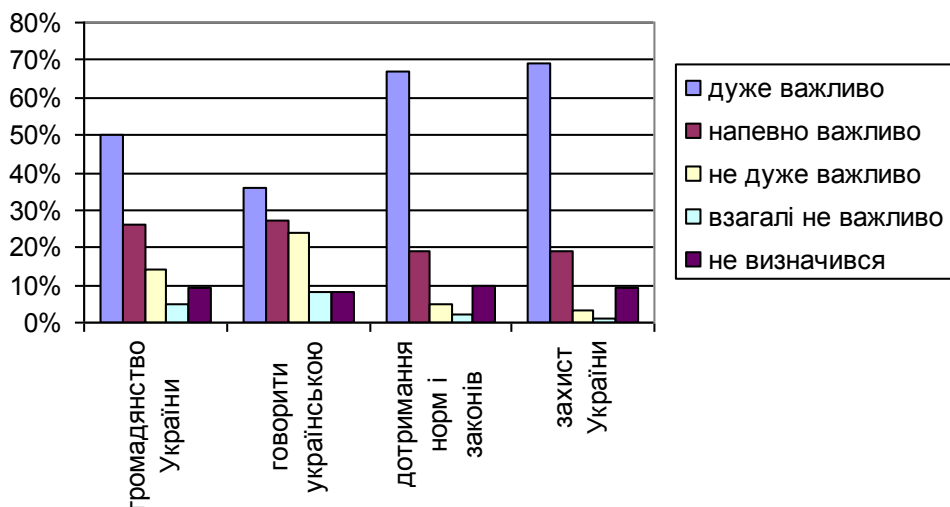


Рис. 9. Громадянські цінності респондентів

З результатів, представлених на діаграмі (рис. 9), можна бачити, що найменш важливою серед пропонованих цінностей для опитаних є українська мова. Результат закономірний з огляду на неоднорідність мовної структури регіону та повсюдне переважання суржику. Проте високі показники інших громадянських цінностей свідчать, що існування України як незалежної держави важливе для більшості респондентів.

За віковими категоріями найбільш сформовану систему національних суспільних цінностей мають категорії 18-25 років і 50 і більше років (рис. 10). Найменші показники має вікова категорія 36-50 років. А ось українська мова найменш цінною виявилася для осіб віком до 18 років (певним чином парадоксальний результат, адже в цьому віці найвищою виявилася оцінка цінності громадянства України).

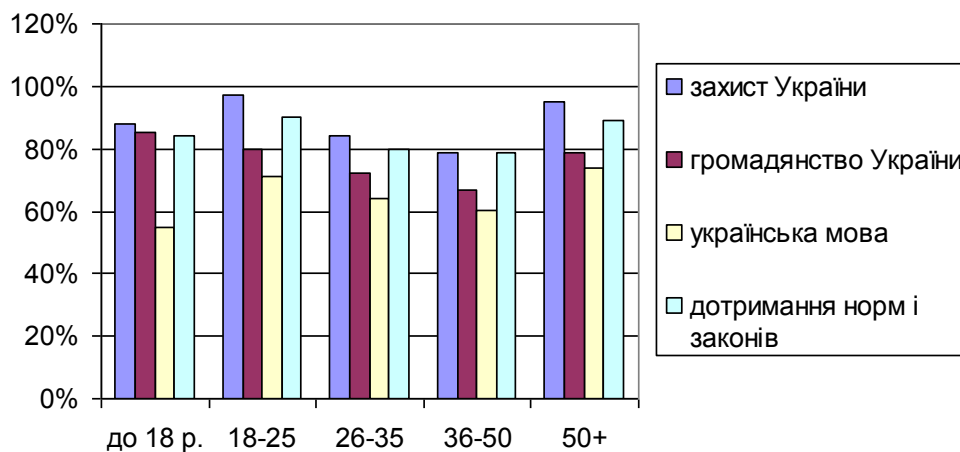


Рис. 10. Суспільні цінності за віковими категоріями

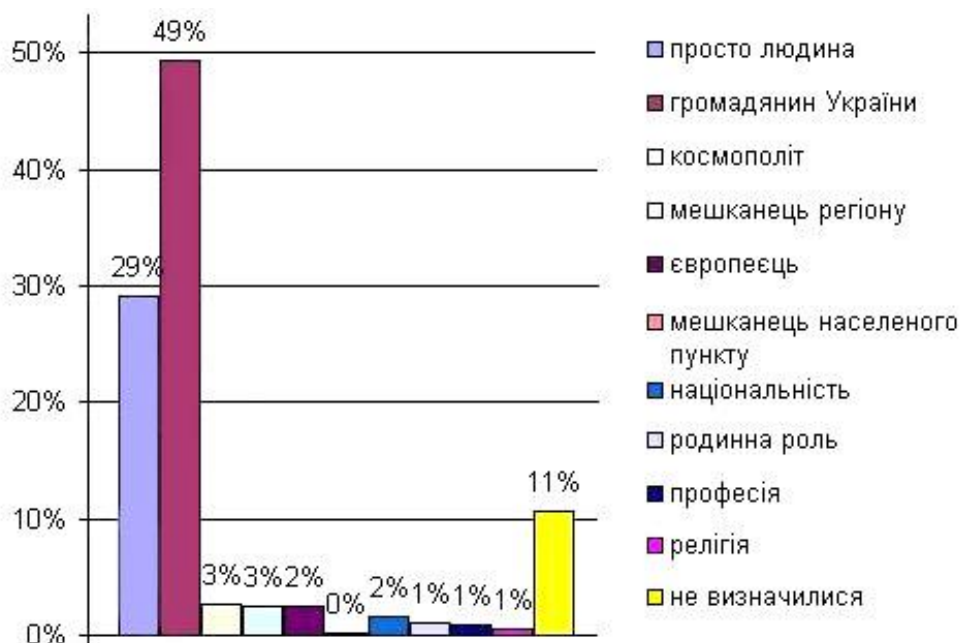


Рис. 11. Самоідентифікація респондентів

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

Самоідентифікація за віковими категоріями має цікаву особливість: залежно від віку кількість осіб, які ідентифікують себе як громадяни України зменшується, а тих, хто ідентифікують себе як «просто людина» переважно зростає (рис. 12). Найвищий рівень усвідомлення себе громадянами України мають особи віком 18-25 років. Найнижчий – особи у віці понад 50 років.

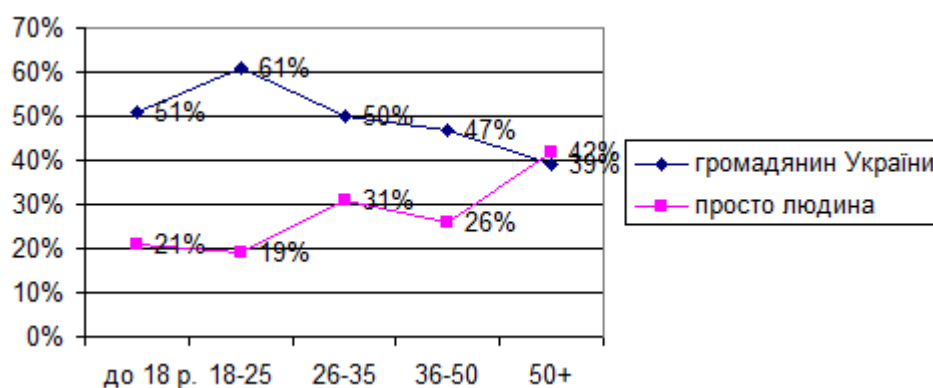


Рис. 12. Самоідентифікація респондентів за віковими категоріями

Великий вплив на суспільну свідомість мають засоби масової інформації. Ними володіє практично кожен регіон. Проте акценти щодо джерел інформації в сучасних умовах зміщуються: на перше місце виходять інтернет-ресурси і соціальні мережі. Інформацію з інтернету беруть 42% опитаних, з соціальних мереж – 18%, з телебачення – 11%, преси – 3%, радіо – 1%. Різними джерелами інформації користуються 27% респондентів.

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

Серед газет, які виходять у великих населених пунктах нашої області є кілька російськомовних («Ваш шанс», «Данкор», «Данкор Глухов», «Данкор Котоп», «Перекресток», «Панорама»), які мають досить великі тиражі.

Телерадіокомпанії у своїх назвах, як правило, не мають вказівки на свою регіональну ідентичність чи вказівки на географічне розташування (ТРК «Відікон», ТРК «спектр», ТРК «Пульсар-РТБ», ТРК «Експрес телесервіс плюс») [12].

Друковані видання втрачають популярність, натомість більш актуальними є спільноти в соціальних мережах, де користувачі самі можуть додавати інфор-

мацію та коментувати її, висловлюючи таким чином своє ставлення до фактів, викладених в публікації. Газети і журнали більш популярні у представників старшого покоління. Частина видань має провладний характер, і саме вони є найменш популярними.

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

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

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

На ступінь регіональної ідентичності вказують такі маркери, як сучасні назви підприємств, регіональні бренди, пам'ятні знаки видатним особистостям, образно-поетичні назви. Чим більше вони є відомими і впізнаваними, тим більше у мешканця регіону формується почуття гордості за свій край і приналежності до нього.

Дослідження територіальних маркерів ідентичності Сумської області проводилося за такими групами:

- природні об'єкти;
- архітектурні пам'ятки;
- торгові марки;
- видатна особистість;
- назва історичної території.

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

До найбільш відомих природних пам'яток Сумської області можна віднести заповідник «Михайлівська цілина» (філіал Українського степового заповід-

ника), національний природний парк «Деснянсько-Старогутський», яблуню-колонію в м. Кролевець і Тростянецький парк (урочище «Нескучне»). Проте жоден з цих об'єктів не розрекламований настільки, щоби залучати велику кількість туристів та відпочивальників. Серед комплексних об'єктів, де поєднуються природні та історичні пам'ятки, можна виділити м. Тростянець.

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

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

Туристичні потоки в межах області поступово зміщуються до Путивля і Тростянця [4], де місцева влада спрямовує діяльність на створення нових туристичних локацій та реставрацію уже існуючих. Відвідання цих міст може стати комплексним і багатоплановим, що приваблює значну кількість людей і робить ці міста відомими. В Тростянці відновили музей-садибу Голіциних, краєзнавчий музей, діє музей шоколаду, влітку на Круглому дворі проводяться міжнародні фестивалі. Жителів і гостей міста приваблює Алея закоханих, міський парк і Тростянецький дендропарк [5]. Путивльський туристичний кластер включає в себе краєзнавчий музей, Софроніївський та Молченський монастирі, музейні комплекси Спадщанського лісу, нещодавно створений єдиний в Східній Україні етнографічний музей – музей горюньської культури.

Під час опитування респонденти назвали близько 15 торгових марок місцевих виробників, зокрема «Корона», «Олівія», «Шостка», «Сумська паляниця», «Горобина», «Сумська горобина», «Ромни-кондитер», «Охтирське», «Іволжанська», «FRUNZE», «Керамейя», «Талан», Завод Кобзаренка, «Укрросметал». Досить часто називалася торгова марка «Добряна», але ця торгова марка належить компанії «Мілкіленд» та розповсюджена по всій Україні і не є регіональною. З перелічених торгових марок найчастіше вживалися «Корона» і «Горобина», причому слід відмітити, що респонденти часто плутають торгові марки «Горобина», яка випускає продукти харчування, і «Сумська горобина», продукцією якої є алкогольні напої. Таким чином, найвідомішими місцевими торговими марками для пересічних жителів області є торгові марки, пов'язані з харчовою промисловістю [3].

Загалом же більшість опитаних докладала зусиль, щоб пригадати і назвати обласні торгові марки. Це пов'язано як з розмаїттям торгових марок та їх продукції в Україні, так і низьким рівнем обізнаності населення про продукцію

свого регіону. Водночас цей факт засвідчує те, що Сумщина практично не має свого яскраво вираженого бренду, який би робив її відомою за межами області.

Серед численних закладів громадського харчування Сумської області незначна кількість мають яскраво виражений український колорит та українську кухню. Серед назв кафе і ресторанів області явну відсилку до специфіки району мають «Гетьманщина» у Глухові, «Круглий двір» у Тростянці і «Партизанський стан» у Путивлі. Натомість зростає кількість кафе і ресторанів з претензіями на європейські бренди, назви та кухню. Закон макроекономіки, згідно якого попит породжує пропозицію, діє і в цій сфері. Причиною масової появи закладів європейської та східної кухні є глобалізація в цілому і запит споживача на екзотику чи страви світової кухні.

Як не парадоксально, але Сумщина, уродженцями якої є багато видатних письменників, артистів, спортсменів, меценатів, військових, мало відома не лише жителям України, але й мешканцям самої області.

Опрацювання даних проведеного анкетування дозволило встановити певні просторово-часові закономірності. В першу чергу респонденти переважно називають уродженців свого району, а потім переходять на персоналій області. Частіше і легше людям пригадати осіб, на честь яких встановлені пам'ятники чи меморіальні дошки. Старше покоління переважно називає відомих особистостей часів II світової війни, молодше – сучасників або представників минулого і позаминутого століть, більша увага яким приділялася вже після розпаду Радянського Союзу.

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

Серед сучасників найбільше зараз згадуються сестри-біатлоністки Віта і Валентина Семеренко, доброволець Сергій Табала, підприємець Анатолій Кобзаренко, оперні співаки Борис Гмиря та Анатолій Мокренко, учасник 4-х Олімпійських ігор Володимир Голубничий.

Найбільш поширеною і прийнятою образно-поетичною назвою Сумської області є Слобожанщина, хоч ця назва не в повній мірі відображає особливості регіону. Образні назви регіону пов'язані з:

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

Більшість цих назв пов'язані з сучасністю та є суто місцевими. Таким чином, серед усіх груп маркерів складно визначити ключові, які б викликали асоціацію з Сумською областю в жителів регіону та України.

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

Причинами слабо вираженої регіональної ідентичності є:

- штучне утворення області з трьох історично-географічних регіонів: Сіверщини, Наддніпрянщини, Слобожанщини;
- порівняно пізнє утворення області (1939 рік) як адміністративно-територіальної одиниці;
- слабка обізнаність населення щодо особливостей регіону;
- неоднорідність мовної структури населення;
- відсутність зусиль місцевої влади щодо формування позитивного іміджу регіону.

Провідні чинники більш вираженої національної ідентичності мешканців області:

- переважання українців в етнічній структурі населення;
- патріотичне виховання молоді, зокрема народженої в незалежній Україні (проте є недоліки у вихованні сучасних підлітків, про що згадувалося вище);
- події 2013-2014 років, що згуртували націю;
- формування позитивного іміджу країни.

Об'єктивними наслідками існуючого рівня регіональної ідентичності є:

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

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

селення, що потребує подальших досліджень як на теоретичному, так і прикладному рівнях.

Література

1. Гоженко Л.П., Сюткін С.І., Кувандиков Р.Д. Науково-методичні основи суспільно-географічного дослідження регіональної ідентичності населення // Четверті Сумські наукові географічні читання: Збірник мат-лів Всеукраїнської наук. конф. (Суми 11-13 жовтня 2019 р.) Суми: СумДПУ імені А.С.Макаренка, Сумський відділ УГТ, 2019. 1 електр. опт. диск (CD-R). С. 105-111.
2. Заставецька О.В., Заставецька Л.Б. Територіальні спільності як основа формування територіальної ідентифікації людей. *Наукові записки СумДПУ імені А.С.Макаренка. Географічні науки*. 2015. Вип. 6. С. 73-80.
3. Корнус А.О., Корнус О.Г. Промисловість Сумської області (економіко-географічне дослідження). Суми: СумДПУ імені А.С.Макаренка, 2017. 136 с.
4. Kornus A., Siutkin S., Kornus O., Danylchenko O. Event tourism for transboundary cooperation // STABICONsystems-2017: Мат-ли Міжнар. наук.-практ. конф. (Україна, Суми, 27-29 квітня 2017 р.). Суми: СумДУ, 2017. С. 67-69.
5. Кришталь Г.О., Сюткін С.І. Розвиток подієвого туризму в місті Тростянець Сумської області // Актуальні проблеми дослідження довкілля: Мат-ли VII Міжнар. наук. конф. (Суми 12-14 жовтня 2017 р.). Суми: ФОП Цьома С.П., 2017. С. 133-135.
6. Крылов М.П. Региональная идентичность в Европейской России. М.: «Новый хронограф», 2010. 241 с.
7. Мельничук А.Л., Растворова М.О. Територіальна ідентичність населення міста Запоріжжя: історичні виміри формування // Регіон-2013: Стратегія оптимального розвитку. Мат-ли наук.-практ. конф. (Харків, 7-8 листопада 2013 р.). Харків, 2013. С. 102-105.
8. Нагорна Л.П. Регіональна ідентичність: український контекст. К.: ІПіЕНД імені І.Ф.Кураса НАН України, 2008. 405 с.
9. Олійник Я.Б., Гнатюк О.М. Методичні підходи до дослідження територіальної ідентичності населення // Український географічний журнал. 2013. №3. С. 34-39.
10. Растворова М.О., Мельничук А.Л. Проблема пошуку нових вимірів територіальної ідентичності та її вплив на просторові трансформації в місті // Регіональні проблеми України: географічний аналіз та пошук шляхів вирішення. Мат-ли VII Міжнар. наук.-практ. конф. (Херсон, 5-6 жовтня 2017 р.). Херсон: Гельветика, 2017. С. 215-217.
11. Растворова М.О. Суспільно-географічне дослідження управління розвитком міста (на прикладі міста Запоріжжя): автореф. дис. ... канд. геогр. наук: 11.00.02. Київ, 2019. 20 с.
12. Регіони України 2019 (статистичний збірник). К.: Державна служба статистики, 2019. 309 с.
13. Российско-украинское пограничье: двадцать лет разделенного единства / Под ред. В.А. Колосова и О.И. Вендиной. М.: «Новый хронограф», 2011. 348 с.

Summary

Hozhenko L.P., Siutkin S.I. Social-Geographical Analysis of the Regional Identification of the Sumy Region Population.

The article is presenting the current state of regional identity of the Sumy region population based on the analysis of questionnaires, structure of information flows, the study of territorial identity markers, such as nature monuments, prominent personalities, trademarks, names of food outlets, etc. The article brings to attention the respondents' system of civic values and their attitude to the language issue.

The main attention is given to establishing the degree of rootedness of the inhabitants of the region in the settlement, region, country and their desire to emigrate as one of the indicators of such rootedness. An important place in the study is given to the self-identification of respondents, the answer to the question "Who am I?"

The analysis of information was carried out not only by territorial division, but also according to the age categories of the survey participants and the type of settlements in which they live. Authors define the notion "identification" as an integral characteristic of a person who manifests themselves in recognition of their uniqueness on the one hand, and a sense of belonging to a particular community on the other hand. Regional identification is a hierarchical level of territoriality, and within the scope of this study is defined as an individual's identification of their belonging to a particular administrative-territorial or historical-geographical region.

The low level of regional identification of the Sumy region's population makes it possible to consider it a politically stable region, not prone to separatism, which is important for ensuring the territorial integrity of Ukraine in its north-eastern part. At the same time, this fact is the basis for a more detailed study of the features of its region within the scope of all-Ukrainian geography and history, creating its positive image among other regions, introducing European traditions of self-government, etc.

Keywords: regional identification, markers of territorial identification, self-identification, civic values.

УДК 911.3:314.151(477)

DOI: doi.org/10.5281/zenodo.3746012

Логвинова М.О.

ПРОСТОРОВО-ЧАСОВІ ОСОБЛИВОСТІ ВНУТРІШНЬОГО ПЕРЕМІЩЕННЯ НАСЕЛЕННЯ В УКРАЇНІ

Дана стаття представляє собою аналіз частини комплексного суспільно-географічного дослідження внутрішнього переміщення населення в Україні. Проаналізовано динаміку чисельності внутрішньо переміщених осіб (ВПО) з грудня 2015 по вересень 2019 рр. у розрізі регіонів України. Виділено регіони з найбільшою та найменшою чисельністю ВПО, часткою ВПО в регіоні від загальної чисельності ВПО в Україні, темпами приросту (скорочення) чисельності ВПО у порівнянні з попереднім роком, навантаженням ВПО на 1000 осіб наявного населення регіону. Визначено закономірності розміщення ВПО в Україні та чинники, які є позитивними та негативними для розміщення переселенців у різних регіонах. Проведений суспільно-географічний аналіз просторового розподілу ВПО характеризує масштаби вимушеного внутрішнього переміщення населення в Україні, виступає підґрунтям для визначення впливу вимушених міграцій на соціально-економічний розвиток приймаючих регіонів, а також є основою для реалізації відповідних заходів органами місцевої влади щодо покращення становища переселенців.

Ключові слова: внутрішньо переміщені особи (ВПО), вимушена міграція, переселенці, внутрішнє переміщення населення.

Постановка проблеми. З вимушеними мігрантами внаслідок воєнного конфлікту та іноземної окупації українське суспільство стикнулося вперше у

Логвинова М.О., 2020.



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

Article Info: Received: February 20, 2020;

Final revision: April 8, 2020; Accepted: April 18, 2020.