СЕКЦІЯ 2 СПЕЦІАЛЬНІ ТА ГАЛУЗЕВІ СОЦІОЛОГІЇ

СОЦІОЛОГІЧНІ МАРКЕРИ КОНСТРУЮВАННЯ ІДЕНТИЧНОСТІ СУЧАСНОГО МІСТА

SOCIOLOGICAL MARKERS FOR DESIGNING THE IDENTITY OF A MODERN CITY

У статті на теоретичному рівні розроблено маркери вимірювання локальної ідентичності місцевої громади Мелітополя, а саме: емоційна прив'язаність (гордість за місто, любов до міста); знання історико-культурної спадщини; інтерес до міських проблем і громадська участь у їх вирішенні; цільність соціальних комунікацій; соціальна довіра.

Представлені результати репрезентативного соціологічного дослідження «Особливості локальної самоідентифікації мешканців Мелітополя», яке спрямоване на виявлення сенсоутворюючих ідентитетів, здатних сформувати колективну ідентичність.

У місті існують дієві чинники формування стійких основ ідентичності (любов до міста та гордість за нього). Значна частина мешканців виявляє інтерес до міських проблем, що є підґрунтям для формування груп та об'єднань на основі спільних інтересів у межах територіальної громади. Такому консолідуючому процесові сприяють і цільні соціальні комунікації мешканців у соціальних мережах.

Історико-культурна спадщина не є дієвим фактором формування ідентичності, оскільки історичні пам'ятки, символи, об'єкти, наративи не укорінилися у свідомості містян, що пояснюється тривалими процесами нівелювання місцевої самобутності в минулому. Консолідація міської громади відбувається навколо сучасних подій і політичних діячів, звідси актуалізується проблема формування корисного соціального простору міста з об'єктами інфраструктури, які б задовольняли запити містян.

У місті, як і в українському суспільстві загалом, існує дефіцит соціальної довіри, що пояснюється наслідками пострадянської ідеології та недовірою до політичних інститутів як на державному, так і на місцевому рівнях. Водночас обґрунтовується категорія «інтерес», яка може стати чинником консолідації різних соціальних груп, окремих особистостей на шляху формування довіри.

Ключові слова: міська спільнота, локальна ідентичність, довіра, соціальні комунікації, громадська участь.

In the article, at the theoretical level, markers for measuring the local identity of the local community of Melitopol are developed, in particular: emotional attachment (pride for the city, love for the city); knowledge of historical and cultural heritage; interest and public participation in solving urban problems; density of social communications; social trust. The results of a representative sociological study "Features of local self-identification of the inhabitants of Melitopol", aimed at identifying the factors that are capable of forming a stable collective identity, are presented.

There are factors in the formation of sustainable foundations of identity in the city (love for the city and pride in it). A significant part of residents show interest in urban issues, which is a platform for the formation of groups and associations based on common interests within the territorial community.

Historical and cultural heritage is not an effective mechanism for the formation of identity, since historical symbols, objects are not rooted in the minds of townspeople, which is explained by long-term processes of leveling local identity in the past. The consolidation of the urban community takes place around modern events and politicians, hence the problem of forming a useful social space of the city, with infrastructure facilities that would satisfy the needs of the townspeople, is actualized.

In the city, as in the Ukrainian society as a whole, there is a deficit of social trust, which is explained by the consequences of post-Soviet ideology and distrust of political institutions, both at the state and local levels. At the same time, the category of interest is substantiated, which can become a factor in the consolidation of various social groups, on the way of building trust.

Key words: urban community, local identity, trust, social communications, public participation.

УДК 316.334.56:316.722

DOI <https://doi.org/10.32843/2663-5208.2021.21.3>

Букрєєва І.В.

к.філос.н.,
доцент кафедри соціології
Мелітопольський державний
педагогічний університет
імені Богдана Хмельницького

Яковлева Ю.В.

магістрантка спеціальності «Соціологія»
Мелітопольський державний
педагогічний університет
імені Богдана Хмельницького

Постановка проблеми. Увага до питань формування локальної ідентичності викликана процесами глобалізації, які, з одного боку, посилили світову та регіональну інтеграцію внаслідок домінування трансекономічних корпорацій на світовій арені, а з іншого – підвищили рівень соціальної мобільності й міграції. Ці фактори поступово нівелюють кордони між

державами, націями, етносами. Глобалізація, на думку У. Бека, «створює транснаціональні соціальні зв'язки і простори, знецінює локальні культури і сприяє виникненню третьої культури» [1, с. 145].

У таких умовах локальна ідентичність є istotною опорою для людини у швидкоплинному світі, культурним і ціннісним ідентитетом свого

походження і статусу, що дає можливість орієнтуватися в житті й мотивує до активних дій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

У пострадянському просторі, зокрема в Україні, світові глобальні процеси накладаються на незавершеність процесу формування національної ідентичності, що зумовлено нетривалим терміном існування державної незалежності й укоріненими у свідомості людей ідеями пострадянського колективізму. Водночас для появи будь-якого типу ідентичності має з'явитися образ «іншого», на тлі якого й відбувається процес самоідентифікації. Проте після отримання суверенітету в Україні понад 20 років відбувалася штучна регіоналізація суспільства, що проявлялося в нав'язуванні думки про негативні уявлення, риси, «чужі» цінності мешканців регіонів один про одного. Протиставлялись не лише Схід і Захід, а й Центр, що було зумовлено слабкістю центральної влади й посилювало фрагментарність та амбівалентність макрорівневої ідентичності. У такий спосіб формувався образ «внутрішнього іншого», з відмінною від «моєї» історією, культурними традиціями, територіальною ієрархією, соціальними зв'язками, способами організації життєдіяльності, системою цінностей. К. Джонсон та А. Коулман визначають «ідею внутрішнього «Іншого» як свідоме, навмисне позиціонування регіону, що відрізняється від інших і протиставляє себе національним нормам та цінностям» [3, с. 870]. Так були сформовані внутрішні негативні стереотипи, що і стало однією з передумов сепаратизму. Тож процес конструювання національної ідентичності й досі є незавершеним, а відтак регіональна ідентифікація в українському суспільстві проявляється сильніше, ніж національна. Територіальний фактор об'єднує мешканців міста, у межах якого вони формують спільний життєвий простір як фундамент міської ідентичності. «Територія є тут джерелом групової солідарності, чинником формування певного типу соціокультурних зв'язків» [5, с. 65]. Звідси постає, що територія є потужним соціальним та економічним ресурсом, чинником формування солідарних відносин, а також джерелом соціальної та політичної мобілізації. Ентоні Сміт у дослідженні колективних ідентичностей на друге місце після родової ідентичності виносить локальну. «Локальності й регіональності, здається, властива та сила гуртування, якої здебільшого бракує диференціації за родом» [7, с. 13].

Діалектика взаємовпливу локальної та національної ідентичностей полягає в тому, що людина, яка виявляє бажання бути корисною своєму місту, водночас приносить користь і нації загалом. І навпаки, міська ідентичність не може сформуватися без міцної національної. У такий спосіб відбувається взаємовплив

соціального капіталу: локального, регіонального та національного.

Водночас будь-який вид ідентичності – колективної чи особистої, не є сталим, а може змінюватися під впливом політичних, культурних та інших подій. Маркери ідентичності рухливі, вони зумовлюються безліччю чинників: географією культурних ареалів; історичними кордонами соціополітичних утворень; маргіналізацією або націоналізацією суспільства; трансформаціями в будь-якому елементі соціокультурної системи тощо [9, с. 173].

Осмислюючи природу територіально-просторової ідентичності, Л. Нагорна підкреслює, що наголос незмінно треба робити на «визнанні тією чи іншою територіальною спільнотою таких спільних цінностей, які не тільки визнаються «своїми», а й здатні становити стійку основу для консолідації» [5, с. 66].

Постановка завдання. Тому ми мали на меті віднайти ті цінності й норми, які поділяються більшістю громади міста, визнаються значимими, можуть об'єднати мешканців, у такий спосіб сформувати стійку колективну ідентичність.

Виклад основного матеріалу дослідження. Центр соціологічних досліджень Мелітопольського державного педагогічного університету імені Богдана Хмельницького в період з 09.09.2020 по 12.09.2020 провів опитування мешканців міста Мелітополя методом анкетування у формі стандартизованого інтерв'ю «face to face» та методом онлайн із застосуванням Google Forms [6]. Така методологія дала змогу залучити молодіжну аудиторію, яка вільніше висловлює свою думку у звичний для неї спосіб – через Інтернет. Опитування проводилося шляхом виокремлення ІР користувача, що унеможливило повторне заповнення анкети. Загальна вага отриманих у такий спосіб відповідей не перевищує 10%.

Вибіркова сукупність (n) пропорційно репрезентує мешканців міста Мелітополя віком від 18 років і старше і становила 1200 респондентів, $\Delta \pm 2,3$, $P=95\%$.

Вибірка неповторна (учасник опитування міг узяти участь в опитуванні лише один раз), квотна (за статтю, віком, рівнем освіти, характером зайнятості, що відображає соціально-демографічний портрет міста, відповідно до статистичних даних). Загалом у дослідженні взяли участь 48% чоловіків і 52% жінок; за віком: 24,8% опитаних 18–25 років, 25,1% – 25–35 років, 27,2% – 36–55 років, 11,9% – 56–65 років, 11,0% – 66 років і старше; за освітою: 21,3% респондентів із повною середньою освітою, 30,7% – середньою спеціальною, 48,0% – вищою та неповною вищою.

Локальна ідентичність мешканців визначена такими маркерами, як гордість за своє місто, любов до міста, інтерес до міського

життя, участь у діяльності соціальних інституцій; соціальна довіра; щільність соціальних комунікацій.

Результати показали, що національна ідентичність переважає над міською: 61,3% проти 48,8%. Також респонденти обрали такі види ідентичностей, як регіональна – 7,5%, косполітична – 7,5%, європейська – 3,8%, етнічна – 1,3%, узагалі не визначилися – 7,5%. Частка опитаних, які обрали й національну, і місцеву ідентичність, становить 45,7%. Такий рівень локальної ідентичності вказує на певну амбівалентність міської громади: одна частина містян має міцну основу ідентичності, що означає сформований менталітет, усвідомлені культурні та громадянські цінності, готовність до участі в прийнятті суспільно значущих рішень як на користь свого міста, так і країни загалом. Інша ж частина мешканців виявила певну пасивність, неготовність до дій на користь своєї територіальної спільноти, зокрема до інноваційних заходів.

Оскільки світові глобальні процеси утворюють нові форми життєдіяльності, то, відповідно, можуть утворюватися й нові форми ідентичностей. Насамперед результатом синтезу глобального й локального можна вважати частку тих респондентів (7,5%), які відчувають себе мешканцями світу. В основному це молодь до 35 років, яка не сформувала стійких основ ідентичності будь-якого рівня. Ця категорія людей може соромитися свого походження (не відмовляючись від нього), переносючи статус міста на свій власний статус, або вважатиме необхідним самостверджуватися на базі іншої регіональної чи міської культури. І третій шлях – це можливість утворення нових локальних спільнот, що зосереджені навколо певної місцевості, але вбирають усі риси спільнот, що існують на глобальному рівні. Крім того, об'єднання в нові локальні спільноти можливе не лише навколо певного місця, а й навколо спільних інтересів та ідей, наприклад, екологічне житло, певна субкультура тощо.

Варто зазначити, що високий рівень локальної й регіональної ідентичності – необхідна умова для субсидіарних політичних відносин, які будуються знизу вгору, але не достатня. Вони вимагають з боку носіїв відповідних ідентичностей особливого відношення до зовнішніх змін, у тому числі тих, що викликані глобалізацією.

Ідентифікація можлива лише за умов позитивного сприйняття, що проявляється в такій емоційній компоненті, як любові до міста. За результатами опитування, 72,1% респондентів люблять своє місто. А це означає, що більша частина мешканців відчуває себе частиною міської спільноти, ставиться до міста як до комфортного середовища проживання, дому,

де відчуває себе «своїми», а соціальний простір – близьким і рідним.

Проте дім як метафора є не єдиною опорою для ідентичності. Любити своє місто й пишатися ним – дещо різні компоненти ідентичності. Результати свідчать, що пишуться своїм містом 55,7% респондентів, ні – 12,3%, не визначилися – 32%. Серед тих, хто любить своє місто, більша частина (64,1%) опитаних пишається ним. Відповідно, ті, хто не любить місто, не відчувають гордості за нього. Досить високі показники невизначеності опитаних свідчать, що в частини мешканців немає значущих основ для формування ідентичності, вони можуть самостверджуватися або на теренах свого типу регіональної чи міської культури, або переїхати в інше місто. Саме на це й спрямовані стратегії соціальної мобільності, пов'язані з місцем проживання: або стати мешканцем престижного місця, або легітимізувати престижність власного.

Для частини мешканців, які не люблять своє місто й не пишуться ним, місто є не значимим, як наслідок, вони відчувають певну відчуженість від громади, можуть навіть соромитися за своє місто проживання.

Індикаторами ідентифікації з містом є конкретні об'єкти, знаки, символи або культурні, духовні образи, пов'язані з особливими місцями, історією, видатними подіями, особистостями. Вони повинні бути загальнозначущими, такими, що визнаються міським співтовариством. Такі окремі наративи становлять предмет гордості та обґрунтовують символічний капітал міста.

Предметом гордості містян є те, що місто вдало розташоване на перехресті доріг (так вважають 43,8% опитаних), що в ньому проживають представники багатьох національностей (40%); інтеркультурністю пишуться 37,5%, багатою історико-культурною спадщиною – 20,0%, садівництвом – 18,8%, промисловістю – 11,3%, видатними особистостями – 6,3%.

Проте серед видатних особистостей містяни називають сучасних політичних лідерів і лише 3% опитаних назвали історичну постать А. Корвацького як засновника садівництва. Міфів, видатних історичних фактів, об'єктів історико-культурної спадщини містяни не назвали. Дається взнаки вплив радянської ідеології, яка повністю знищила пам'ять про історичні події, унікальність етнічних культур і мов, знакові місця. Процес декомунізації реконструював деякі старі назви вулиць, проте ці назви та імена містянам ні про що не говорять.

Формування ідентичності пов'язано не лише з дискурсом автентичності, історії, а й із дискурсом «Іншого», бо саме в співставленні з Іншим вибудовуються основні ідентифікаційні зв'язки. Вони (Я/Інший) є не лише суб'єктами комунікації та взаємного пізнання,

а й необхідною умовою процесів конструювання колективних ідентичностей [8]. Тому усвідомлення власної ідентичності як жителя саме цього міста відбувається при зіставленні з іншими містами, регіонами. На думку опитаних, Мелітополь відрізняється від інших тим, що це – стратегічне місто на шляху до Криму (62,0%), інтеркультурне місто (32,9%), особливий природний ландшафт (16,5%). Проте мешканці міста не назвали жодних історичних чи культурних подій, наративів, символів. Вочевидь, міська спільнота не сконсолідована спільною історичною пам'яттю, традиціями, предметами гордості, тому нині відчуває потребу віднайти свою самотність, самоствердитися. «Ідентичність залишається незрозумілою, поки вона не має місця у світі» [2, с. 206], тобто ідентичність претендує на «розміщення». Такий стан детермінований, з одного боку, радянською спадщиною, яка зруйнувала історію та знівельувала у свідомості людей культурні традиції як цінність, а з іншого – тим, що місто є досить молодим (236 років), а тому його мешканці прагнуть самоствердитися й шукають шляхи для цього. Одним із них є спроба встановити певні культурні традиції відзначення місцевих свят з боку міської влади. Більшість містяни (58,7%) іноді бере участь у таких святах, а 23,3% – постійно. Такі показники свідчать про бажання віднайти свою самотність, виробити спільні традиції, які б консолідували різні соціальні й етнічні групи на основі міської унікальності.

Ідентичність формується не лише завдяки історико-культурним зв'язкам і пам'яті, а й сучасному стану суспільства. Кожне місто має свою специфіку соціально-просторової організації, яка визначається соціальною структурою, наявністю соціальних інститутів та організацій, соціальних груп і зв'язків між ними. Облік регіональної культури визначається також своєрідністю соціальних відношень і зв'язків, соціальною структурою, системами й формами комунікації. Ідентичність може відбутися за умов відчуття міста як корисного. Тоді мешканець буде освоювати міський простір, створювати мережу соціальних зв'язків, вибудовувати свій ареал життєдіяльності й у такий спосіб робити свій внесок у розвиток громади.

Водночас украй важливий й інший процес – становлення громадянського суспільства в масштабах міста. Відповідальний містянин відстоює свої права, а не покладається повністю на владу, яка потурбується про нього. Тому зацікавленість міськими проблемами можна інтерпретувати як один із базових ідентитетів ідентичності, яка може примножувати соціальний капітал міста.

За результатами опитування, лише невелика частина мешканців (13,7%) має активну

життєву позицію, виявляючи інтерес до міських проблем, залучаючись до їх вирішення; 74,7% – цікавляться міськими проблемами, але не беруть участі в їх вирішенні, 11,6% – узагалі ними не цікавляться. Найбільш активними виявляються мешканці 35–55 років, тоді як молоді – лише 7%. Вочевидь, більшість молодих людей не сформувала ще стійких основ ідентичності.

Такий стан зумовлений не тільки пасивністю громадян, а й трансформаційними процесами в державі. Для країн із нестабільною демократією громадянська активність є не такою поширеною порівняно з політичною мобільністю.

Зацікавленість міськими проблемами (територіальними, господарськими, культурно-освітніми тощо), залученість до суспільних справ дають можливість відчувати колективну свідомість, наміри й прагнення співмешканців, цим набути місцеву громадянськість. Такі чинники є умовою співорганізації спільноти й установаження субсидіарної демократії.

Отже, якщо мешканець міста виявляє активну життєву позицію, цікавиться міськими проблемами, то він значною мірою відчуває себе членом єдиної міської спільноти. Проте лише 18,5% опитаних відчуває себе членом єдиної міської спільноти (громади), 46,5% – якоюсь мірою так, 12,7% – ні, 22,3% – не визначилися. Серед тих, хто відчуває себе якоюсь мірою членом єдиної міської спільноти, більшість (79,8%) цікавиться міським життям, але не бере участі в їх вирішенні.

Колективна єдність неможлива без феномена довіри, яка є соціальною за своєю сутністю, оскільки спирається на спільні моральні цінності та є результатом колективних зусиль. Ще класики соціологічної науки Е. Дюркгейм та М. Вебер основним компонентом соціального капіталу вважали довіру, яка за певних умов може перестати бути індивідуальною якістю, що характеризує особистість, і може поширюватися загалом на соціальну групу чи суспільство.

Рівень довіри в громаді відображає якість міжіндивідуальних, міжгрупових і соціальних взаємодій. Окрім того, концептуально культура довіри передбачає певну міру національно-ментального, закріпленого в культурних традиціях досвіду соціальних взаємодій, що генерує енергію соціальної успішності [4].

Проте в місті відчувається значний дефіцит довіри: 3,0% опитуваних вважають, що мешканці міста цілком довіряють один одному, 21,3% – переважно довіряють. Отже, можна констатувати, що «почуття співтовариства», яке засновано на взаємопідтримці, солідарності як між індивідами, так і локальними групами в місті практично відсутнє.

Вочевидь, радіус довіри невеликий і поширюється лише на родичів і близьких. З одного

боку, це показник стану українського суспільства загалом, у якому існує дефіцит довіри скрізь: у політиці, економіці, місцевому самоврядуванні тощо, а з іншого – різні локальні групи в місті не виробили солідарних норм поведінки й тим самим не створили умов для розвитку інклюзивного соціального капіталу. Останній означає, що людина не відчуває цінності суспільного життя й мінімально залучена до різних видів діяльності в місті.

Однією з основних інтегративних властивостей довіри є здатність установлювати глибокі міжособистісні зв'язки, заохочувати взаємодію. На довірі будуються соціальні комунікації в місті. Вони відображають міру включення в соціальні контакти, комунікабельність і спроможність узгодження особистих і колективних інтересів. Чим вища довіра між людьми, тим інтенсивніші та ефективніші соціальні комунікації між ними.

Значущість феномена довіри полягає в тому, що без неї неможливе формування міського співтовариства в межах муніципального утворення, а також громадянського суспільства в масштабах держави. Дефіцит довіри роз'їдає принципи солідарності й призводить до поглиблення суспільної фрагментації, що, нарешті, формує такий феномен, як недовіра, який є малодослідженим у сучасному науковому дискурсі. Феномен недовіри виникає між суб'єктами, для яких характерні відмінності (зокрема й етнічні), різні цінності, норми та правила поведінки. Взаємодія таких суб'єктів відбувається в умовах невизначеності, а поєднує їх лише зацікавленість у кооперації та мирному співіснуванні. Ці чинники стають підґрунтям довіри. Аналіз дослідження дає змогу констатувати, що в міській спільноті наявна «культура недовіри», яку можна розглядати як негативний феномен – квазікапітал, що викликає такі наслідки для розвитку міського співтовариства, як соціальне відчуження, конфлікти тощо.

Самовизначення людини здійснюється в рамках певного соціального контексту, який активно формують ЗМІ. Вони надають альтернативи та інтерпретацію фактів і подій, у такий спосіб конструюють ідентичність. Чим вищий рівень соціальної комунікації, тим вищий інтерес до міських проблем, тобто вища міська ідентифікація.

У місті, окрім безпосередніх контактів, існують медійні та інтерактивні засоби масової комунікації. Це місцеві газети, телебачення, сайти й соціальні мережі. Останні посідають особливе місце, оскільки утворюють горизонтальні та вертикальні зв'язки. До горизонтальних соціальних комунікацій належать ті, які здійснюються з особами та групами з однаковими чи близькими соціальними статусами. До вертикальних – з особами та гру-

пами з різними соціальними статусами, тобто між владою та спільнотою, між керівниками й підлеглими тощо. Більшість мешканців (69,3%) користується місцевими сайтами, 46,0% – місцевими інтернет-газетами, телебаченням – 26,7%, друкованими газетами – 8,0%, спілкується у Facebook (57,8% опитаних) та Instagram (87,5%).

І якщо старше покоління віддає перевагу телебаченню і друкованим виданням, то молодь спілкується в соціальних мережах і читає інтернет-газети, сайти. Соціальні комунікації в місті є досить щільними, водночас вони засновані на таких об'єднувачих факторах, як спільна територія та прагнення мирного співжиття.

Висновки з проведеного дослідження. Місто є фоном соціальних дій, адже карта життєвого простору особистості визначається саме містом, а почуття Батьківщини локалізується конкретно місцевістю. Однак необхідні певні умови, щоб місто стало об'єктом самоідентифікації містян.

По-перше, фізичний простір, як правило, виявляється тісно пов'язаним із простором соціальним. Це можна пояснити як і бажанням людей жити чи селитися там, де мешкають ті, хто займає подібну соціальну позицію, так і з особливостями «виробничої» організації навколишнього середовища. У будь-якому разі за просторовими відмінностями варто бачити відмінності соціальні, саме вони й роблять актуальною тему міської ідентичності. До таких відмінностей можна зарахувати, наприклад, і різний доступ до різного роду благ. Це означає, що місто має бути насичено об'єктами, які задовольняють потреби та запити якомога ширшого кола категорій містян. Передусім людина повинна ставитися до міста як до соціального простору реалізації життєвих планів із корисними зв'язками, відносинами, ресурсами, доступом до різного роду благ, де можна самореалізуватися, задовольнити потреби й ініціативи, відчувати своє майбутнє в цьому місті. У цьому проявляється демократичність сучасного міста.

По-друге, саме місце проживання, що характеризується соціальними, культурними, етнічними, мовними й подібними особливостями, впливає на формування індивідів, які стають схожими між собою й відрізняються від мешканців інших міст.

Щодо Мелітополя, то в міській громаді відбувається процес пошуку своєї суб'єктності. Майже половина містян має чітку основу міської та національної ідентичності, а відтак виявляє готовність діяти на користь територіальної спільноти.

У місті сформувалися деякі основи ідентичності: любов до міста та гордість за нього, усвідомлення відмінності від інших україн-

ських міст. Те, що люди різного віку й соціального становища поділяють ці цінності, свідчить про деяку єдину думку жителів міста, єдиний образ міста в уявленні, в очах містян. Водночас об'єднавчі процеси відбуваються навколо сучасних лідерів, подій і свят. Історико-культурна спадщина, історична пам'ять не має чітких основ, що ускладнює процес набуття ідентичності саме за культурним складником.

У місті також відчувається значний дефіцит довіри. Проте значна частина містян зацікавлена проблемами міста. Поняття інтересу у відносинах довіри є ключовою позицією у формуванні соціального капіталу, оскільки може бути спрямовано як на консолідацію різних соціальних груп, окремих особистостей, що є шляхом формування довіри, так і на їх роз'єднання.

Інтерес до міських проблем, щільність соціальних комунікацій, які наявні в місті, визначають достатній потенціал для формування локальної ідентичності. На їх основі можуть будуватися взаємини надійності й довіри горизонтального рівня, що є основою субсидіарної участі та самоорганізації.

Такі процеси відбуваються в місті. Зокрема, громадські активісти залучаються до органів місцевого самоврядування, експертних рад, роботи в різноманітних державних установах, що сприяє субсидіарному вирішенню проблем на місцевому рівні, зокрема у сфері забезпечення громадської безпеки та протидії зовнішній агресії, охорони здоров'я, соціального захисту, розвитку освіти, підтримки суспільно значущих бізнес-проектів.

Іншим способом формування соціальної довіри є поширення волонтерства, добро-

вільно ініційованих проектів як гуманітарної спрямованості (різноманітних акцій допомоги й підтримки), так й екологічних і культурно-історичних ініціатив, реалізація яких зумовлена унікальною регіональною специфікою та наявними можливостями громадських організацій.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Beck, Ulrich. Was ist Globalisierung? Irrtümer des Globalismus – Antworten auf Globalisierung. Frankfurt am Main : Suhrkamp, 2007. 267 s.
2. Berger P.L., Luckmann T. The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge. Garden City, NY : Doubleday, 1966. 249 s.
3. Johnson C., Coleman A. The internal Other: Exploring the dialectical relationship between regional exclusion and the construction of national identity. *Annals of the Association of American geographers*. 2012. № 102 (4). S. 863–880.
4. Kozhemiakina O. Trust and local social capital: spatial value-normative interpretation. *Demography and Social Economy*. 2016. № 1 (26). С. 118–130.
5. Нагорна Л.П. Регіональна ідентичність: український контекст : монографія. Київ : ІПіЕНД. 405 с.
6. Результати соціологічного дослідження «Особливості локальної самоідентифікації мешканців Мелітополя» / Центр соціологічних досліджень МДПУ імені Богдана Хмельницького. 56 с.
7. Сміт Ентоні Д. Національна ідентичність. Київ : Основи, 1994. 224 с.
8. Угрин Л. Колективна ідентичність: конструювання в контексті відносин з іншими. *Visnyk of the Lviv University. Series Philos. Political Studies*. 2015. Issue 7. P. 340–348.
9. Філіпчук В. Європейська ідентичність: методологічні підходи тлумачення та особливості змістовного наповнення. *Теорія та практика державного управління* : збірник наукових праць. Харків : Вид-во ХарPI НАДУ «Магістр», 2013. № 3 (42). С. 172–175.