

Міністерство освіти і науки України
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Географічний факультет
Кафедра економічної та соціальної географії

На правах рукопису
УДК 911.3

РЕГІОНАЛЬНІ ВІДМІННОСТІ У ФОРМУВАННІ МІСЬКОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ В УКРАЇНІ

Галузь знань: 10 Природничі науки
Спеціальність: 106 Географія
Освітня програма: Урбаністика та регіональний розвиток

Магістерська робота
Студента 2-го курсу
ОР Магістр
Кравчишин Тарас Ігорович

Науковий керівник:
кандидат географічних наук, доцент
Мельничук Анатолій Леонідович



Київ 2025

АНОТАЦІЯ

В даній кваліфікаційній дипломній роботі досліджено регіональні відмінності у формуванні міської ідентичності в Україні. Мета полягала в здійсненні аналізу регіональних відмінностей у формуванні міської ідентичності на прикладі контрастних модельних міст, а саме Львову та Кривого Рогу, які репрезентують середньовічний та індустріальний тип міст.

Розглянута тема є актуальною оскільки регіональна розмаїтість країни з своєрідними історичними, культурними, економічними, ментальними та іншими особливостями зумовлює існування різних моделей міської ідентичності, які необхідно глибше досліджувати.

В даній роботі було детально проаналізовано теоретичні засади дослідження міської ідентичності. Ключове поняття «міська ідентичність» було розглянуто з точки зору різних дисциплінарних підходів та проаналізовано їх еволюцію від моменту впровадження до сьогодні. Наприклад було розглянуто такі концепції та підходи: культурологічний, географічний (просторовий), соціологічний, історико-нарративний, політико-адміністративний, психологічний, символічний, конструктивістський та мережевий [39].

Крім цього було виявлено основні чинники, які впливають на формування міської ідентичності до яких належать історичний контекст, культурні практики, архітектура та міський ландшафт, соціально-економічна структура, інституційне середовище, колективна пам'ять та наративи, географічне розташування та регіональний контекст, міграційні процеси, громадянська активність та участь в міському житті, а також інфраструктура та доступність послуг.

Здійснено аналіз основних урбаністичних процесів, які мають вплив на формування міської ідентичності, а саме глобалізацію та культурну гомогенізацію, індустріалізацію та деіндустріалізацію, зовнішню та внутрішню міграцію, джентрифікацію та ревіталізацію, субурбанізацію та зростання міських агломерацій, діджиталізацію міського простору, рефункціоналізацію, екологічну трансформацію, а також туристифікацію.

Також детально вивчено методи дослідження міської ідентичності та способи їх використання на практиці. В першу чергу це аналіз авторитетних інформаційних джерел на основі яких сформовані питання для методу соціологічного опитування у форматі анкетування. Також серед досліджених методів є глибинні інтерв'ю, фокус-групи, SWOT-аналіз, картографування, польові спостереження, контент аналіз, а також порівняльний аналіз.

Ця робота також включає дослідження міської ідентичності на прикладі окремих міст. Для цього було здійснено структурування методології на основі якої проводилось основне дослідження цієї роботи. Кожен етап методології дослідження лаконічно розкрито у відповідному підрозділі, всього виокремлено п'ять основних етапів: підготовчий, збору емпіричних даних, систематизації та попереднього аналізу, інтерпретації результатів і підсумковий. Для даного дослідження було обрано методи інформаційного аналізу, соціального анкетування, глибинного інтерв'ю, картографування та SWOT-аналізу.

Досліджено специфіку формування міської ідентичності у великих містах, як представлена великою кількістю різних аспектів. Зокрема це висока соціокультурна різноманітність населення, наявність кількох ідентичностей в місті, складна просторова структура, активна участь в глобальних урбаністичних процесах, посилена роль символічного простору та міських брендів, інформаційне медійне навантаження, розшарування населення за соціально-економічними ознаками, локальним активізмом, динамічність змін і поліцентричність.

Визначено основні проблеми регіональних відмінностей у міській ідентичності, які поділяються на основні блоки: соціальні, культурні, урбанізаційні, історичні та політичні.

З'ясовано роль міських громад та локальної політики у зміцненні ідентичності, що включають розвиток самоврядування, підтримку громадських ініціатив, збереження культурної спадщини, брендування та промоція міста.

Виявлені регіональні відмінності на прикладі контрастних міст Львову та Кривого Рогу на основі проведення соціального анкетування в якому прийняло

участь 631 респондент зі Львова та 503 респонденти з Кривого Рогу. Анкети містили велику кількість питань, які після аналізу допомогли з'ясувати, що переважно особи, які не народились в місті, але тривалий період часу там проживають не ідентифікують себе повноцінними мешканцями. Крім цього було виявлено, що в таких великих містах прослідковується формування локальної ідентичності, коли мешканці району, або навіть мікрорайону сприймають місто та його символи з різних сторін. Також мешканці обох міст погоджується, що процес декомунізації важливий, адже сприяє відродженню ідентичності [40] [49].

Також вдалось виявити, що брендинг Львова сильніший за брендинг Кривого Рогу, хоча значна частка львів'ян не може назвати всі елементи міського логотипу, або неформальне гасло. Мешканці Кривого Рогу асоціюють Львів з левами та оперним театром, а львів'яни сприймають Кривий Ріг, як суто промислове місто, але знають його визначну рису витягнуту в просторі форму, що робить його найдовшим містом країни. Варто зазначити, що мешканці Львова пишаються спадщиною австрійського періоду та ненавидять надбання радянського періоду. Також мешканці обох міст негативно реагують на сучасну архітектуру в історичному середовищі.

У Львові ще вдалося використати метод глибинних інтерв'ю, що дозволило дізнатись думки старшого покоління, яке не брало участі в онлайн анкетуванні. В Кривому Розі такої можливості не було у зв'язку з безпековими питаннями.

Аналіз та характеристика міської ідентичності в модельних містах представлена в SWOT-аналізі та візуалізовано за допомогою ментальних карт, які відображають ієрархію районів модельних міст відповідно до того, як вони репрезентують офіційну версію міської ідентичності.

Кваліфікаційна робота складається із 4 розділів та 11 підрозділів, які викладені на 96 сторінках, ілюстрована 2 таблицями, 11 рисунками з яких 8 діаграми, 2 карти та 1 фото. Список використаних джерел включає 50 найменувань.

Ключові слова: міська ідентичність, локальна ідентичність, колективна пам'ять, дизайн-код, міський брендинг.

ABSTRACT

This qualification thesis explores regional differences in the formation of urban identity in Ukraine. The objective was to analyze regional variations in the development of urban identity using the example of two contrasting model cities—Lviv and Kryvyi Rih—which represent medieval and industrial types of cities, respectively.

The topic is relevant because Ukraine's regional diversity, with its unique historical, cultural, economic, and mental characteristics, leads to the emergence of different models of urban identity that require deeper investigation. This work thoroughly analyzes the theoretical foundations of urban identity research. The key concept of “urban identity” is considered from the perspective of various disciplinary approaches, and their evolution is analyzed from their inception to the present. Among the examined concepts and approaches are cultural, geographical (spatial), sociological, historical-narrative, political-administrative, psychological, symbolic, constructivist, and network-based.

The main factors influencing the formation of urban identity were identified, including historical context, cultural practices, architecture and urban landscape, socio-economic structure, institutional environment, collective memory and narratives, geographic location and regional context, migration processes, civic engagement and participation in urban life, as well as infrastructure and service accessibility.

This study also analyzes key urban processes that influence the formation of urban identity, such as globalization and cultural homogenization, industrialization and deindustrialization, external and internal migration, gentrification and revitalization, suburbanization and the growth of urban agglomerations, digitalization of urban space, refunctionalization, ecological transformation, and touristification.

The research investigates methods for studying urban identity and their practical applications. Primarily, it involves the analysis of authoritative sources used to develop

questions for a sociological survey (questionnaire). Other methods explored include in-depth interviews, focus groups, SWOT analysis, mapping, field observations, content analysis, and comparative analysis.

This thesis also includes a case study of urban identity in selected cities. A structured research methodology was developed for this purpose, consisting of five main stages: preparatory, data collection, systematization and preliminary analysis, result interpretation, and final stage. The methods used in this study include information analysis, social surveys, in-depth interviews, mapping, and SWOT analysis.

The specificity of urban identity formation in large cities is also explored. This includes high socio-cultural diversity of the population, coexistence of multiple identities, complex spatial structures, active participation in global urban processes, the enhanced role of symbolic space and city branding, media influence, socio-economic stratification, impact of local activism, dynamic change, and polycentricity.

The main problems of regional differences in urban identity are classified into social, cultural, urbanization-related, historical, and political categories. The role of urban communities and local policies in strengthening identity is highlighted, including the development of local self-government, support for civic initiatives, preservation of cultural heritage, city branding, and promotion.

Regional differences are identified using the contrasting examples of Lviv and Kryvyi Rih, based on a social survey involving 631 respondents from Lviv and 503 from Kryvyi Rih. The survey revealed that individuals who were not born in a city but have lived there for a long time often do not fully identify as residents. Additionally, local identity is often shaped at the district or neighborhood level, influencing how residents perceive their city and its symbols. Respondents in both cities agreed on the importance of decommunization to revive authentic identity.

The research also found that Lviv's city branding is stronger than Kryvyi Rih's, though many Lviv residents could not name all elements of the city's logo or slogan. Kryvyi Rih residents associate Lviv with lions and the opera house, while Lviv residents see Kryvyi Rih as a purely industrial city but recognize its unique elongated

shape, making it the longest city in Ukraine. Lviv residents are proud of their Austro-Hungarian heritage and disdain the Soviet legacy. Both cities' inhabitants respond negatively to modern architecture in historical environments.

In Lviv, the method of in-depth interviews was used to capture the perspectives of older residents who did not participate in the online survey. In Kryvyi Rih, this was not possible due to security concerns.

The analysis and characterization of urban identity in the model cities are presented through SWOT analysis and visualized with mental maps that reflect the hierarchical perception of urban districts in terms of their representation of official urban identity.

The qualification work consists of 4 chapters and 11 subsections, which are set out on 96 pages, illustrated with 2 tables, 11 figures, including 8 diagrams, 2 maps and 1 photo. The list of sources used includes 50 items.

Keywords: urban identity, local identity, collective memory, design code, city branding.

ЗМІСТ

	Стор.
АНОТАЦІЯ	2
ВСТУП	9
Розділ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ МІСЬКОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ	11
1.1. Поняття міської ідентичності: концепції та підходи	11
1.2. Чинники формування міської ідентичності	14
1.3. Вплив урбаністичних процесів на ідентичність мешканців міст	21
1.4. Методи дослідження міської ідентичності	27
Розділ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ МІСЬКОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ НА ПРИКЛАДІ ОКРЕМИХ МІСТ	35
2.1. Методологія та інструменти емпіричного дослідження	35
2.2. Дослідження міської ідентичності у великих містах	39
2.3. Вплив міграційних процесів та урбаністичних змін на міську ідентичність	42
Розділ 3. ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ФОРМУВАННЯ МІСЬКОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ В УКРАЇНІ	48
3.1. Основні проблеми регіональних відмінностей у міській ідентичності	48
3.2. Роль міських громад та локальної політики у зміцненні ідентичності	54
Розділ 4. РЕГІОНАЛЬНІ ВІДМІНОСТІ НА ПРИКЛАДІ ЛЬВОВА ТА КРИВОГО РОГУ	59
4.1. Результати соціологічного дослідження в модельних містах	59
4.2. Аналіз та характеристика міської ідентичності в модельних містах	75
ВИСНОВКИ	85
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	88
ДОДАТКИ	92

ВСТУП

Актуальність дослідження регіональних відмінностей у формуванні міської ідентичності в Україні пов'язана з сучасними соціокультурними трансформаціями, які відбуваються в Україні. Українські міста це не тільки адміністративні та економічні центри, але й унікальні простори, які є середовищем формування та відтворення локальних культурних кодів, колективної пам'яті та соціальних практик. Регіональна розмаїтість країни з своєрідними історичними, культурними, економічними, ментальними та іншими особливостями зумовлює існування різних моделей міської ідентичності, які необхідно глибше досліджувати.

Наукова новизна дослідження полягає в проведенні порівняльного аналізу міської ідентичності Львова та Кривого Рогу – контрастних міст з різними історико-культурними передумовами формування, просторовою структурою та соціально-економічною динамікою. Особливість дослідження полягає у використанні емпіричних даних, які було отримано в результаті проведення анкетного опитування серед мешканців обох міст. Це дало можливість виявити реальні уявлення та ставлення громадян до їх міського простору, локальної ідентичності, а також відчуття приналежності. Окрім цього такі сучасні виклики, як війна та внутрішні міграції спричиняють динамічні зміни, а «міська ідентичність» має властивість до постійних змін та трансформацій.

Отже це дослідження не тільки заповнює лакуну в міжрегіональному порівнянні формування міських ідентичностей в Україні, але й пропонує конкретну практичну основу для створення політик міського розвитку та локальних ідентичностей з урахуванням регіональної специфіки.

Об'єкт дослідження: локальна ідентичність в модельних містах – Львові та Кривому Розі.

Предмет дослідження: регіональні відмінності формації територіальної ідентичності в Україні.

Мета: проаналізувати регіональні відмінності у формуванні міської ідентичності на прикладі модельних міст, які репрезентують середньовічний та індустріальний тип.

Завдання:

- узагальнити теоретико-методологічні засади дослідження регіональної ідентичності;
- проаналізувати історичні та сучасні чинники формування регіональної ідентичності в Україні та в модельних містах;
- дослідити регіональні особливості територіальної ідентичності України на прикладі модельних міст середньовічного та індустріального типів;
- на основі опитування зробити SWOT-аналізи та порівняти відмінності в ідентичності міст;
- виявити просторові осередки формування міської ідентичності у Львові та Кривому Розі.

Методи:

- монографічний метод; системний аналіз;
- порівняльно-історичний метод;
- картографічний;
- метод соціологічного опитування та інтерв'ювання;
- SWOT-аналіз.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ МІСЬКОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ

1.1. Поняття міської ідентичності: концепції та підходи

Поняття міської ідентичності прийнято розглядати, як міждисциплінарне, адже воно охоплює сукупність різних символів, наративів, уявлень і почуттів, які пов'язані з містом, або міськими територіями, які формуються сприйняттям спільноти, або окремої особистості за рахунок взаємодії з міським простором. В широкому сенсі міська ідентичність представляє собою усвідомлене відчуття приналежності до певного міста, яке проявляється, як індивідуальна, або колективна ідентифікація з емоційною прив'язаністю і соціокультурною участю.

У науковій літературі поняття «міська ідентичність» розглядають по-різному в залежності від дисциплінарного підходу. Якщо розглядати це поняття з урбаністичним підходом, то ідентичність міста визначають на основі його просторових характеристик, орієнтаційною зручністю та візуальною унікальністю. Згідно з концепцією «образ міста» авторства Кевіна Лінча мешканці міста сприймають міський простір за допомогою п'яти основних елементів, до яких належать: межі, райони, шляхи, орієнтири та вузли.

Згідно соціологічному підходу міська ідентичність розглядається, як соціальний конструкт, який формується на основі соціальної практики, взаємодії та комунікації в міському середовищі. Цей підхід розглядає місто не тільки з точки зору фізичного простору, а як середовище людської взаємодії, де вибудовується та зберігається колективна пам'ять та культура [27] [37].

Дослідження міської ідентичності з точки зору соціології бере свої витоки з класичних праць представників Чиказької школи, а зокрема Луїса Вірта та Георга Зіммеля. Згідно наукової праці 1903 року «Мегаполіс і духовне життя» авторства Зіммеля, місто є середовищем, яке формує особливу ментальність, яка характеризується, як відстороненість, сенсорна апатія та індивідуалізм. Вірт розглядав міський спосіб життя, як особливу форму соціальної організації з домінуванням анонімних раціоналізованих зв'язків. В другій половині ХХ

століття із розвитком теорій соціального конструювання реальності міста почали розглядати, як символічні конструкції, в межах яких формується ідентичність на основі комунікації та щоденних практик [21].

Психологічний підхід в свою чергу акцентує увагу на афективному зв'язку між містом і людиною. В даному випадку поняття міської ідентичності є взаємопов'язаним із такими поняттями, як «прив'язаність до місця» та «самоідентичність через місце», тобто міський простір стає фрагментом особистісної ідентичності особи.

Осмилення міської ідентичності з психологічного боку бере початок з теорій просторової самоідентичності та поведінки. Значний внесок здійснив Прошанські та його співавтори, які власне започаткували поняття «ідентичність місця», що є частиною концепції, яка формувалась під впливом значних просторових об'єктів. Згодом здійснювались дослідження з екопсихології, емоційної географії, та середовищної психології, які дозволили поглибити уявлення про вплив середовища міста на емоційний стан, поведінку людей та самоідентифікацію.

Культурологічні дослідження розглядають міське середовище, як носія образів, символів та наративів, які можуть впливати на колективне уявлення про своє місце та про себе в просторі. В даному контексті місто можна розглянути, як текст, який читають та інтерпретують мешканці.

Згідно культурологічного підходу місто розглядається, як культурний феномен. Лефевр у своїй праці «Виробництво простору» акцентував увагу на тому, що простір це не тільки фізична даність, а й результат соціальних взаємодій людей та влади. Також культурологія ввела такі поняття, як «урбаністична символіка», «локальна міфологія» та «міський міф», які являють собою засоби колективної ідентифікації. Варто зазначити, що значний внесок у розвиток даного підходу здійснили концепції Мішеля де Серто, Ролана Барта і Генрі Лефевра.

Отже, поняття «міської ідентичності» є складним багатошаровим явищем, яке поєднує в собі просторову, соціальну, емоційну та культурну складові. Вона

формується на стиках особистого досвіду різних осіб, матеріального середовища, історичних контекстів та символізму міського простору.

Урбаністичний підхід до міської ідентичності спрямований на просторово-архітектурний вимір. Фундаментальною науковою роботою в даному підході є «Образ міста» написаний Кевіном Лінчем в 1960 році. В цій праці автор представляє місто, як ментальну карту, де зібрано та візуалізовано значущі елементи. Лінч доводив, що виразність та чіткість просторової структури міста здатна посилювати ідентифікацію мешканців із ним. В своїй роботі у 1976 році «Місце і безмісце» Едвард Релф звертав увагу на такі поняття, як «автентичність місця» та «топофілія», тобто емоційної прив'язаності до простору. Натомість сучасна урбаністика переважно інтегрує культурні, психологічні та соціальні аспекти використовуючи міждисциплінарний підхід [38].

Загалом уявлення про міську ідентичність формувались в різних дисциплінах поступово. Відповідно ці дисципліни по-різному акцентували увагу на різних аспектах взаємозв'язку людей з міським середовищем. Цей процес відобразився, як загальні зміни в науці XX-XXI століть з трансформацією підходів для аналізу різноманітних урбаністичних феноменів.

Варто зазначити, що міський простір це не тільки фізична площина, але й соціальне середовище, де важливу роль відводять міфам, символам та репрезентації міської ідентичності. Символи це носії колективної пам'яті, що представлені, як матеріальними так і не матеріальними об'єктами, які зберігають цінності, культурну унікальність та історичну пам'ять міста. Наприклад символами можуть бути, як архітектурні об'єкти так локальні традиції до яких відносяться фестивалі та інші події. Символи сприяють об'єднанню мешканців довкола спільного минулого та підсилюють відчуття належності до певного простору [48].

Міфи є уявними наративами, які ідеалізують образ міста, або навпаки демонізований. Наприклад історичні наративи можуть репрезентувати Львів, як культурну столицю, а Кривий Ріг, як індустріальне серце. Також це можуть бути героїчні наративи, як наприклад Чернігів – місто герой, яке не змогли захопити

окупанти в 2022 році. Ще міста можуть ідентифікуватись, як туристичні та брендові з наративами в дусі «Львів місто кави», або «Київ місто можливостей».

Варто зазначити. Що міфи не повинні підтверджуватись в реальності, бо вони формують образ міста в свідомості зовнішньої аудиторії та навіть мешканців міста. Переважно міфи і є основним джерелом натхнення для міського бренду.

Репрезентація дозволяє зобразити місто в медійному просторі та нав'язати необхідне сприйняття міського середовища. Фільми, серіали, туристичні брошури, література та маркетинг є потужними інструментами для репрезентації міської ідентичності, які здатні здійснювати вплив на міста, які розташовані на великій відстані.

Ідентичність це динамічний процес, який робить простір «живим». Цей процес активізується, коли мешканці виконують свої щоденні практики, як наприклад прогулянки звичними маршрутами.

1.2. Чинники формування міської ідентичності

Помітний вплив на формування міської ідентичності має історико-культурний контекст, який включає культурну спадщину, історичні події та символічність простору. Все це утворюється, як наслідок процесу еволюції міста. Даний контекст забезпечує мешканців відчуттям приналежності до певної спільноти та впливає на формування унікального образу міста у сприйнятті його мешканців та осіб ззовні.

Історичні події по різному впливали на формування міст, адже до таких подій належать не тільки соціальні трансформації, або природні катаклізми, але й такі події, як революції, війни та здобуття незалежності. Власне ці події й відіграють вагомую роль у колективній пам'яті мешканців міста. Вони створюють «поворотні моменти» в історії міста, що створює вплив на визначення майбутніх наративів про минуле міста. Наприклад для міст, які пережили активні бойові дії, або окупацію характерною рисою є зберігання спільних глибоких травм та

скорботи, які транслуються, як пам'ятні місця скорботи та дні жалоби з меморіальними комплексами та заходами [5].

Саме такі події утворюють колективну пам'ять. Колективна пам'ять це не тільки спосіб збереження історичного досвіду, але можливість ідентифікації. Вона сприяє тому, що мешканці відчують певний зв'язок з попередніми поколіннями, а також з простором, де відбувались важливі для міста та суспільства події. Варто зазначити, що пам'ять може бути, як поляризуючим, так і консолідуючим чинником. Відповідно різні соціальні групи осіб можуть по різному інтерпретувати історії, що зумовлює розподіл символічного простору в місті [24].

Окрім подій та спогадів вплив мають і матеріальні об'єкти, як наприклад історичні будівлі, пам'ятники, або навіть архітектурні стилі. Сюди також можна віднести й назви вулиць, які відображають міську ідентичність, або навіть герби та логотипи міст, які насичені символізмом і фактично виступають фізичними маркерами ідентичності. Такі об'єкти цінні, бо зберігають в собі частини минулого з репрезентацією в сьогоденні. Архітектура, благоустрій та дизайн-код міст формують візуальний образ міст, що дозволяє посилити уявлення про місто, як про історичний та культурний феномен.

Меморіальні комплекси, пам'ятники та статуї формують «місця пам'яті», що зосереджують поблизу себе значення, що заслуговують на збереження в свідомості суспільства. Варто зазначити, що в деяких містах пам'ятники потрапляють в епіцентр громадської активності з дискусіями стосовно їх історичної достовірності. Власне це й вказує на їх важливість, адже дискусії громадськості впливають на формування та переосмислення ідентичності.

Станом на сьогодні саме особливе місце в міській ідентичності займають сучасні символи до яких відносяться логотипи і брендинг міст, елементи вуличного мистецтва, що доповнюють та підкреслюють історичну спадщину та залишають в історії та культурі міста слід даної епохи. Крім цього символи поєднують модерність з традицією, що сприятливо відображається на формуванні багаторівневого та динамічного образу міста.

Також значною мірою ідентичність міст залежить від їх демографічного та соціального складу. Адже населення є носієм норм, цінностей, звичаїв та способів взаємодії з містом та його середовищем. Зміни в мовній, етнічній, освітній та соціальній структурі населення зумовлюють трансформацію міської символіки та культури, а також просторового розподілу і змін в міському брендингу [8].

Здебільшого міста все частіше стають етнічно різноманітними, що призводить до трансформації, які є джерелом його унікальності. Наприклад у великих містах формуються цілі етнічні райони, як наприклад в Нью-Йорку є китайський квартал, а в Торонто є українські райони. Власне в таких містах ідентичність формується внаслідок взаємної проникності різноманітних мов, релігій та культурних традицій. Дуже часто етнічна структура відображається в топонімах районів, або святкуванні національних, або релігійних свят, які були не властивими для даного міста поки воно було моноетнічним.

Свій вплив має і мовна ситуація. Деякі міста, де проживають різні етнічні групи використовують різні мови, що є своєрідним маркером приналежності території міста до певної спільноти. Часто мова опиняється в епіцентрі соціальних, або політичних трансформацій та опиняється в центрі діалогу, або навіть конфлікту. Багатомовність також відома, як білінгвізм може відображатись у міському середовищі, наприклад вивіски магазинів з азіатською продукцією часто містять ієрогліфи. Відповідно це забезпечує формування специфічного мовно-культурного середовища, яке асоціюють з собою мешканці [16].

Міське населення має свою соціальну ієрархію, тобто стратифіковане, що також впливає на ідентичність мешканців. Класові відмінності опираються на доходи, зайнятість, рівень доступу до ресурсів, що в свою чергу створює неоднорідність у ставленні мешканців міського простору, а також в методах його використання та розуміння. Наприклад багаті особи, які мешкають в сучасних житлових комплексах вищого класу будуть з відrazою сприймати райони з малопривабливою забудовою, але асоціюватимуть місто з розвитком, престижем

та комфортом. Мешканці бідних спальних районів можуть відчувати пригнічення та ізоляцію.

Крім того не менше значення має рівень освіти мешканців, адже люди з різним рівнем освіти по різному сприймають урбаністичні зміни. Люди з якісною освітою частіше зацікавлені в створенні та розвитку громадських ініціатив. Вони більше цікавляться змінами в міському середовищі та активно беруть участь в публічних обговореннях, що є безпосереднім впливом на колективну ідентичність та образ міста.

Варто зазначити, що соціально-демографічні характеристики потрібно розглядати, як живу тканину міста, бо це не суха статистика. Власне люди і є тою похідною, яка визначає ритм та динаміку змін в місті з отим відчуттям «свого» середовища. Люди це соціальний ландшафт, що власне є підґрунтям для ідентифікації мешканців з певним конкретним міським простором.

У формуванні міської ідентичності також ключову роль відіграє якість міського середовища. Люди сприймають місто не тільки, як сукупність будівель, парків та вулиць, адже це простір повсякденного життя, який включає проблеми, зручності, комфорт і дискомфорт. Якщо міська інфраструктура якісно спроектована та підтримувана в належному стані, то місто сприймається позитивно, мешканці відчують гордість за нього, крім того формується підґрунтя для утворення стійких зв'язків між людьми та простором.

Варто зазначити, що наявність добре розвинутої транспортної мережі позитивно впливає на мобільність мешканців, що підвищує якість життя та сприяє залученню людей в міський простір. Ефективний та доступний громадський транспорт дозволяє сприяти інтеграції різних соціальних груп, адже це зменшує соціальну сегрегацію і стимулює економічну діяльність. Коли транспортна інфраструктура слабо розвинута виникає відчуття ізоляції та відчуження, що викликає роздратування та негативно впливає на емоційне сприйняття міста [4].

Одним із фундаментальних аспектів, які впливають на ідентичність є житловий фонд. Наприклад типова забудова, яка характерна для районів

забудови в радянський та пострадянський періоди характеризується специфічними образами, які не у всіх викликають приємні відчуття. Історична архітектура, а особливо пам'ятки архітектури можуть бути надихаючими за умови, що вони перебувають в належному стані, адже спостерігати руйнування краси може бути травматичним для мешканців. Новобудови задають сучасні тренди проте не всі новобудови можна вважати якісним житлом, яке створює сучасний стиль міста. Переважно бюджетні новобудови в найближчі десятиліття почнуть виглядати не краще за радянську типову забудову. Коли будують житлові комплекси з індивідуальним дизайном та вдало вписують їх в існуюче міське середовище тоді й утворюється якісний сучасний стиль міста з яким приємно себе асоціювати [9].

Доступ до базових послуг є індикатором рівня турботи про мешканців. Адже, коли мешканці можуть отримати медичні, освітні, адміністративні або інші послуги, тоді вони отримують відчуття власної значущості, цінності, а також взаємної відповідальності між владою та громадою.

Урбаністичний дизайн міста необхідно розглядати не тільки, як зовнішній вигляд, бо це також спосіб організації людського життя. Коли в місті є велике різноманіття скверів, парків, набережних, або просто пішохідних зон, то стимулюється розвиток соціальних зв'язків, що в свою чергу покращує ментальне здоров'я мешканців, а також сприяє утворенню «почуття місця». Публічні простори є місцем соціальної взаємодії, де відбувається формування спільної культури, проводяться свята та заходи, виникають ініціативи, проводяться протести, або неочікувані зустрічі.

Дуже важливий формат забудови, а саме висотність, щільність і архітектурна цілісність. Коли людина живе серед агресивної та хаотичної забудови, то починає відчувати втрату можливості контролю над простором та середовищем. Якщо простір спроектовано органічно, то в мешканців формується позитивний емоційний зв'язок з містом. Таким чином мешканці отримують естетичне задоволення та з гордістю ідентифікують себе з конкретним мікрорайоном, або місцевістю.

Отже, інфраструктура це основа для емоційної, культурної та символічної ідентифікації, а не тільки інженерний каркас міста. Завдяки ній мешканці кожного для переживають своє ставлення до міста та міського середовища, що в свою чергу може підтримувати, або нищити відчуття приналежності до міста [17].

Сучасна міська ідентичність також формується і під впливом медійного та цифрового простору. Інформаційне середовище, починаючи від місцевих ЗМІ до соціальних мереж активно створює та корегує образ міста, формує репутацію, визначає наративи про нього, впливає на самоідентифікацію місцевих жителів та сприйняття міста сторонніми особами.

Локальні медіа забезпечують важливу функцію, бо вони це голос громади, а також джерело інформації про проблеми, події та ініціативи. Завдяки ним мешканці формують уявлення про життєдіяльність міста, його динаміку, виклики та перспективи. Часто локальні журналісти є ретрансляторами міських ідентичностей, а також підкреслюють унікальні традиції, риси, культурні події та історичну спадщину [3].

Соціальні мережі забезпечують простір для самовираження мешканців. Міські спільноти в соціальних мережах та месенджерах неформально виконують роль «хабів ідентичності», де є можливість дискутувати про локальні проблеми, транслювати емоційні оцінки міського життя та ділитись досвідом. Такі середовища часто сприяють утворенню «міських мемів», слоганів, неформальних назв районів, які в свою чергу стають частиною культурного коду.

Також цифрове середовище дає можливість мешканцям брати участь в формуванні іміджу міста, зокрема через створення влогів, блогів, урбаністичних ініціатив та краудсорсингу для проєктів міста. Це посилює відчуття приналежності до розвитку міста, а також скорочує дистанцію між владою та громадою [18].

Презентація міста поза його межами за допомогою новин, культури, кіно та туристичних компаній помітно впливає на формування його образу. Репутація міста може посилювати, або послаблювати відчуття внутрішньої ідентичності.

Наприклад Львів заслужив репутацію культурної столиці, а Чернігів міста історичних подій. Відповідно, коли місто набуває специфічного символічного статусу, то він починає впливати і на мешканців цього міста.

Брендинг міст дуже важливий на міжнародному рівні, адже часто міста мають можливість долучались до культурних програм, міжнародних форумів, а також побратимства. Успішна робота локальних медіа сприяє створенню позитивного іміджу для міста, який досить часто інтегрують мешканці у свою власну ідентичність. Люди починають ототожнювати себе не тільки з фізичним місцем, але й з характерним образом, як модерного, культурного, європейського і навіть стійкого міста [12] [26].

Інформаційно-комунікативний вплив дозволяє не тільки відображати реальність, але й активно формувати її. Це інструмент для творення індивідуальної та колективної міської ідентичності для локального та глобального простору.

Міська ідентичність це також не тільки про результати об'єктивних історичних, соціальних, або урбаністичних факторів, але й глибоке суб'єктивне переживання міського простору. Особистий досвід кожного мешканця зумовлює формування унікального способу бачення, відчуття та інтерпретації міста. Завдяки повсякденним практикам, емоціям та звичкам будується взаємозв'язок між місцем та людиною, тобто виникає «місто в уяві», що може не збігатись з загальноприйнятими образами.

Почуття дому в контексті міського простору пов'язане з глибокою емоційною прив'язаністю до місця проживання. Це почуття можна ототожнити з відчуттям безпеки, значущості та пізнаваності, які виникають на основі довготривалого перебування в місті, активній громадській участі, а також наявності сімейних та особистих історій. Для кожної людини це щось особливе, банально від кав'ярні до улюбленого парку, це такі місця, що стають символічними та вкорінюють особу в міському ландшафті [13].

Варто зазначити, що зв'язок з містом може бути ідентифікаційним, або ментальним, коли людина починає сприймати проблеми, або успіхи міста, як

частину власної історії. Часто такий зв'язок посилюється під час соціальних трансформацій, або криз. Зокрема це війни, протести, породні катастрофи та інше. Власне це події, які об'єднують мешканців з метою захисту їх міста, тоді мешканці ідентифікують себе, як активну частину свого міста.

Міська повсякденність це ще один чинник формування міської ідентичності, який ґрунтується на щоденному досвіді пересування, дозвілля, праці та спілкування. Зокрема це сталі маршрути з дому на роботу, або навчання і навпаки, це місця зустрічей, а також власні циклічні ритуали, як ранкова кава в улюбленій кав'ярні, вигул собаки, або пробіжка парком. Власне це момент, коли мешканці міста занурюються в його ритм та привласнюють простір, що перетворює його з анонімного на знайомий.

Значну роль в даному процесі займає взаємодія з іншими особами, а зокрема сусідами, водіями, продавцями і випадковими перехожими. Такі соціальні зв'язки навіть поверхневі створюють відчуття належності до спільноти міста. Сюди можна віднести повсякденну комунікацію, як наприклад мовчазні вітання, участь в ініціативах та спільні обговорення локальних подій, все це поступово формує ідентичність, де місто це не тільки географічне місце, а частина особи.

Особистий досвід це живий фундамент міської ідентичності, який створює індивідуальні «міські карти», зокрема емоційні, просторові та соціальні. На основі таких карт людина визначає, ким вона є в урбаністичному середовищі власного міста.

1.3. Вплив урбаністичних процесів на ідентичність мешканців міст

Станом на XXI століття все частіше міста включаються в глобальні культурні, економічні та інформаційні процеси. Глобалізація сприяє відкриттю нових можливостей для розвитку, а зокрема туризму, інвестицій, обміну досвідом та інновацій. Проте вона також є джерелом загрози гомогенізації простору міста, адже локальні особливості починають зникати під впливом

стандартизованих і універсальних моделей урбаністичного розвитку. Це має прямий вплив на мешканців міста та міську ідентичність.

Помітним наслідком глобалізації стала уніфікація архітектури, як житлової так і комерційної, а також уніфікація стилів життя. В багатьох містах світу можна побачити дуже схожі офісні комплекси, торгові центри, а також міжнародні мережі закладів сфери послуг. Місця з виразною локальною специфікою перетворюються в взаємозамінні. Явище, коли міста втрачають свою ідентичність отримало власну назву – «міста-клони». Ці міста втрачають свої регіональні, культурні та історичні відмінності [35].

Даний процес знищує символічну глибину міського середовища. Зокрема це приводить до втрати місцевих ринків, автентичних фасадів, історичних кварталів та ремісничих майстерень для того щоб створити «стерильне» середовище з орієнтацією на споживачів, а не мешканців. Внаслідок таких процесів мешканці перестають відчувати гордість та емоційну прив'язаність до міста, а ідентичність стає фрагментованою та розмитою.

Даний процес також провокує конфлікт між локальними традиціями та глобальними трендами. Часто мешканці стикаються з вибором: захищати власну культурну ідентичність, чи адаптуватись до нових реалій. В містах це особливо помітно, коли відбуваються модернізації, чи реконструкції історичних будівель та громадських просторів. Переважно на такі події громада дає опір адже це потенційне знищення історичної забудови, або заміна локальних підприємств на міжнародні мережі, чи взагалі спроба забудувати публічний простір відібравши його в мешканців.

В багатьох містах громади створюють ініціативи у відповідь на глобальні виклики для того щоб боротись за відновлення локальної ідентичності. Зокрема це підтримка креативних індустрій, розвиток локального бренду, ревіталізація історичних районів і збереження культурної спадщини. Такі дії вказують на прагнення міст до збереження власного обличчя, без втрати зв'язку з глобальним світом [23].

Отже глобалізація це амбівалентне явище, бо вона відкриває нові можливості та перспективи, проте кидає виклик для унікальності міських ідентичностей. Одним із ключових викликів сучасного урбанізму це досягнення балансу між глобальним та локальним [1].

Ще один важливий процес у формуванні міської ідентичності – джентрифікація. Це складний урбаністичний процес, який полягає в трансформації малозабезпечених та занедбаних міських районів у привабливі та дорогі райони. Такий процес переважно супроводжується зростанням цін на нерухомість, оновленням інфраструктури та зміною соціального складу населення з бідного на багате. Переважно такий процес має тільки зовнішні позитивні зміни, адже здебільшого витісняє мешканців, які тривалий період часу там проживали та формували усталені спільноти, що помітно впливає на міську ідентичність.

Для джентрифікованих районів характерне переселення представників середнього, або вищого класу, що в свою чергу призводить до змін в локальній соціокультурній динаміці. Тобто різноманітні середовища перетворюються в більш однорідні, де поширені групи осіб з однорідними смаками, звичками й доходами. Старі мешканці вимушені покидати такі райони, бо переважно не мають можливості дозволити собі нові ціни на послуги та житло. В наслідок цього процесу слабшає соціальна різноманітність, а вона є важливою складовою в живій міській культурі.

Чи не найгострішим наслідком джентрифікації є знищення локальних спільнот. Цей процес призводить не тільки до того, що довгожителі району втрачають житло, бо вони також втрачають і символічну приналежність, яка включає повсякденні маршрути, соціальні зв'язки та звички. Це провокує утворення розривів між історією місця та новою ідентичністю. Переважно нові мешканці стають джерелом нових не характерних для місцевості культурних кодів, також вони часто ігнорують, або не знають традицій району, що провокує культурні конфлікти.

Тож джентрифікація це не тільки економічний, але й ідентифікаційний виклик, бо вона змінює уявлення про місто, адже перетворює простір «для всіх» в простір «для обраних». Відповідно загострюється соціальна поляризація та виникають питання справедливості в плануванні міста.

Традиційно міста це простори, де зустрічаються різні мови, релігії, культури та способи життя. В умовах сьогодення з посиленою мобільністю та глобалізацією вони стають особливо вразливими до впливу процесів міграції. Міграція змінює не тільки демографічну структуру міста, але й розширює культурне розмаїття, а також створює нові виклики для колективної ідентичності міських спільнот. Варто зазначити, що мультикультурне середовище може не тільки збагачувати ідентичність, але й провокувати соціальні напруження [14].

Міста, де є велика кількість мігрантів формують нові типи міської ідентичності. Сюди відносяться не тільки міжнародні мігранти, але й внутрішні, а саме особи, які переселяються з інших міст (переважно менших), або сіл. Вони часто утворюють гібридні практики повсякденного життя, бо є носіями кількох культурних кодів, тому адаптують різноманітні традиції до локального контексту.

Внаслідок процесів міграції в мімістах часто утворюються етнічні квартали, а також створюються багатомовні освітні ініціативи та проводяться гастрономічні фестивалі, що в сукупності утворює «культуру взаємного проживання». Коли в культурному житті міста беруть участь різні спільноти виникає відчуття приналежності та спільності єдиного міського простору. Проте для цього потрібно включати різні голоси в публічний простір, а також визнавати культурне розмаїття, як цінність.

Часто міграція активізує питання про приналежність, тобто в кого є право називати місто, «своїм», а також, яке місце в міському середовищі належить новоприбулому населенню. Частина корінних мешканців може відчувати страх пов'язаний із прибуттям нових груп, адже є ризик втрати контролю над «рідним» простором, а також виникають різні упередження і культурна дезорієнтація.

Часто в таких випадках наростає ризик утворення соціального поділу на «чужі» та «свої», виникає сегрегація, мовне відчуження та культурні конфлікти.

В той час для мігрантів місто може бути простором емансипації, що призводить до переосмислення особистої ідентичності та відкриває нові можливості. Не рідко, вони формують альтернативні ментальні карти, які мають інші ключові локації, бо мають певне особливе значення саме для їх спільнот. Тобто виникає паралельна урбаністична реальність, яка співіснує з домінантною, або намагається їй суперечити.

Власне таким чином, міграція не тільки змінює міське населення, але й змінює розуміння самої суті міської ідентичності, стимулюючи пошуки нових способів життя, які включають доступність, інклюзію та взаємоповагу в спільному міському просторі.

Як відповідь на процеси урбаністичного занепаду, соціально-культурну деградацію певних районів та втрату функціональності історичних будівель більшість міст використовує ревіталізацію. Це процес цілеспрямованого відновлення та перезавантаження міського простору, або будівлі. Варто зазначити, що ревіталізація включає не тільки оновлену фізичну інфраструктуру, але забезпечує передумови для формування нових форм ідентичності міста. Наприклад це зміцнення зв'язку мешканців та простору, який вони використовують для повсякденного життя.

Процес відновлення індустриальних зон, історичних будівель, фабрик і станцій це спосіб не тільки зберегти цінну архітектурну спадщину, але й переосмислити минуле. Практика ревіталізації сприяє включенню занедбаних об'єктів в сучасний міський простір з оновленням їх символічного статусу, що дозволить зробити їх активною частиною повсякденного життя.

Прикладом реалізації такої ревіталізації є нові мистецькі простори у Львові, як «Jam Factory Art Center» (колишня фабрика повидла) та «Lem Station» (колишнє трамвайне депо), це такі місця, які поєднали в собі згадку про індустриальне минуле та нові культурні функції. Тобто в такий спосіб міський

простір може отримати друге життя, а мешканці відчуття приналежності, спадковості та гордості.

Часто сучасна ревіталізація пов'язана зі створенням нових креативних просторів, як арт-квартали, хаби, майстерні, відкриті судії, галереї та кав'ярні, які об'єднують представників креативного класу. Такі місця забезпечують корисну соціальну функцію, бо виступають платформами для взаємодії, самовираження, неформального навчання та співпраці. Вони також стають локальними «точками тяжіння», які формують навколо себе нову ідентичність району, або навіть міста.

Подібні простори сприяють зародженню нових образів, міфів та символів міста, які формують альтернативно, переважно контркультурну, або молодіжну версію міської ідентичності. Також вони виконують роль арен для публічних обговорень соціальних питань, проведення виставок, фестивалів і перформансів, які активізують культурне життя, що сприяє зміцненню соціальних зв'язків між мешканцями міста.

Ревіталізацію варто сприймати не тільки, як фізичну реконструкцію, а як глибокий процес з переосмислення міського середовища, як символічного ресурсу. Ревіталізація здатна перетворити закинуті території на осердя ідентичності, де використовують нові творчі урбаністичні практики, активізують пам'ять та відкривають місто для майбутнього.

Станом на сьогодні міста починають активно використовувати цифрові технології. Зараз ми спостерігаємо за трансформацією не тільки способів взаємодії мешканців та міста, але й за трансформацією самої природи міської ідентичності на основі використання платформ електронного врядування, смарт-інфраструктури, мобільних застосунків, цифрових сервісів та віртуальної комунікації. В такому контексті виникає феномен віртуального міста, де урбаністичний простір існує у фізичній та цифровій реальності одночасно.

Концепція «смарт-сіті» зосереджена на інтеграції інформаційних технологій в різні сфери управління міста, як енергетика, комунальні послуги, безпека, транспорт, освіта та охорона здоров'я. Завдяки різним цифровим

сервісам від застосунку для запису до лікаря до «Дії» в мешканців з'являються, нові, комфортні та швидші інструменти для взаємодії з міським середовищем [34].

Використання цих технологій дозволяє підвищувати рівень залученості громади в життя міста, це стимулює цифрову участь в різних процесах ухвалення рішень, що сприяє зменшенню відстані між громадою та владою. Проте варто вказати, що цифрові технології можуть змінювати уявлення про місто, як певну матеріальну реальність, бо більшість аспектів життя в місті стають доступними «онлайн», що впливає на сприйняття мешканців, як вони проживають та описують своє місто.

Завдяки соціальним мережам та іншим візуальними медіа на цифрових платформах утворюються нові способи для репрезентації міста. В реаліях сьогодення віртуальний образ міста стає не менш важливим та впливовим, як реальний досвід життя в ньому. Архітектурні символи, візуальні коди та урбаністичні бренди активно розповсюджуються онлайн, що формує нові уявлення про ідентичність міста з точки зору мешканців та зовнішніх спостерігачів. В певних випадках цифрова ідентичність може займати переважаючу позицію, коли місто асоціюють з певними образами, які існують винятково в інформаційному просторі.

Цифрова трансформація змінює не тільки функціональність міста, але й спосіб його проживання, ідентифікації та уявлення. Таке місто є багатовимірним, бо поєднує і фізичний і цифровий простори, де мешканець виступає споживачем та творцем урбаністичного змісту.

1.4. Методи дослідження міської ідентичності

Для дослідження міської ідентичності раціонально використовувати кількісні та якісні методи, адже це дозволяє комплексно проаналізувати об'єктивні тенденції в міському та суб'єктивні переживання мешканців в міському середовищі.

Серед кількісних методів емпіричного дослідження міської ідентичності одним із найбільш ефективних є соціологічне опитування. Завдяки ньому можна дізнатись узагальнену інформацію, як сприймають своє місто мешканці, чи вони відчують себе частиною міста, а також, які цінності та емоції асоціюють із міським простором.

Основною метою такого опитування є виявлення рівня міської ідентичності серед мешканців та визначення чинників, які можуть впливати на її формування. Зокрема до таких чинників належать соціально-демографічні характеристики, участь в громадському житті, досвід проживання та різноманітні символічні аспекти міського середовища.

Структура якісної анкети має включати кілька важливих блоків. В першу чергу це загальні демографічні дані, як наприклад стать, вік та тривалість проживання в місті. Наступний блок був зосереджений на оцінці емоційної прив'язаності мешканців до міста. Цей блок має на меті виявити, які події, місця та архітектурні об'єкти здатні викликати асоціації з містом. Також важливий блок питань стосується соціальної залученості та взаємодії. Цей блок включає питання про участь в громадських ініціативах, або спілкування з іншими мешканцями. І завершальний блок мав би стосуватись ідентифікації для розуміння того, чи респондент ідентифікує себе «мешканцем цього міста».

Даний метод має перевагу у вигляді можливості охопити велику кількість респондентів, а також можливість забезпечення стандартизованості відповідей, що сприяє їх легкому порівнянню. Крім того він дозволяє вивити загальні закономірності у формуванні міської ідентичності.

Проте окрім переваг даний метод має і ряд недоліків, а саме обмежену глибину, адже переважно не дозволяє фіксувати неоднозначні, суперечливі, або складні варіанти відповіді. Крім того респонденти можуть давати формальні відповіді, які відповідатимуть соціально бажаним чином. Також варто зазначити, що далеко не всі аспекти ідентичності можуть піддаватися кількісному виміру.

Метод соціологічного опитування широко використовується у великій кількості країн з метою збору інформації для аналізу ставлення людей до

брендингу території, ідентичності міст, а також планування міської політики. В Україні такі дослідження важливі з точки зору того, що відбуваються соціальні трансформації частина яких зумовлена воєнними діями.

Більш досконала форма соціологічного опитування це анкетування, який характеризується тим, що респонденти отримують уніфіковану форму, де чітко структуровані питання, що в свою чергу дозволяє виявити суб'єктивні емоції та уявлення, а також ставлення мешканців до міста. В анкетуванні можуть використовуватись різні типи питань від відкритих до питань з варіантами відповіді, або шкалою [2].

Перевага анкетування у високій стандартизації, що дозволяє обробляти велику кількість даних для проведення порівняння результатів у різних соціальних групах. Також перевагою анкетування є можливість його проведення в онлайн режимі. Проте існує також ряд недоліків, які стосуються ризику соціально бажаних відповідей, а також їхньої загальності.

Окрім кількісних методів дослідження є і якісні методи. Наприклад глибинне інтерв'ю, яке полягає в зборі інформації у вигляді напівструктурованої вільної бесіди з респондентом. Мета даного методу не просто отримати певні факти, а зрозуміти, цінності, розуміння та особисті переживання з символічними уявленнями, які взаємопов'язані з міським середовищем.

Глибинні інтерв'ю дозволяють усвідомити, яким чином люди формують емоційні зв'язки з певними міськими просторами, дізнатись індивідуальні наративи стосовно тези «місто мій дім», зібрати історії, які пов'язані з ідентичністю, а зокрема, що викликає розчарування, чи гордість за місто, або змінює ставлення до міста, а також можливість дослідити досвід респондента взаємодії з містом, наприклад символом, районом, або навіть будівлею.

Для проведення якісного глибинного інтерв'ю необхідно відповідати ряду вимог. В першу чергу вибір респондентів має охоплювати різні вікові та статеві групи, а також райони проживання та в ідеалі осіб з різним рівнем залученості до міського життя. Також необхідно мати заздалегідь готові питання відповідно до тематики дослідження. За формою проведення найкраще в форматі віч-на-віч,

бо онлайн інтерв'ю є менш ефективним. При аналізі отриманих даних необхідно звертати увагу на тематичне кодування, а також шукати повторювання думок на основі чого можна створювати «профілі» ідентичності.

Перевагами даного методу є глибоке розуміння соціальної реальності, можливість гнучкого ведення бесіди, а також можливість виявляти емоційні реакції та неявні мотиви, які фактично не можливо виявити за допомогою формалізованих опитувань.

Недоліками даного методу є високі витрати часу, адже процес інтерв'ювання та його аналізу є затратними в часі процесами у зв'язку з чим можна охопити невелику кількість респондентів, що не дає можливості робити об'єктивні статистичні узагальнення. Власне тому є проблема суб'єктивності інтерпретації результатів.

До якісних методів також належить метод фокус-групи. Суть даного методу полягає в тому, що інтерв'юєр виступає модератором в ініціативній групі, де відповіді на питання отримують в результаті дискусії. У випадку саме з дослідженням міської ідентичності фокус-групи дозволяють дослідити колективне бачення міста, а також отримати можливість порівняти думки від різних соціальних груп на основі чого виявити подібність та відмінність думок про міську ідентичність. Переважно фокус-група складається з 6-10 осіб.

Завдяки методу фокус-груп можна дізнатися, як різні мешканці міста говорять про нього, а саме, що на їх думку є важливим та які образи є домінуючими. Крім того завдяки ним можна дізнатися про символи, місця та події, з якими вони асоціюють міську ідентичність. Також такі групи дають можливість зрозуміти, які є відмінності у сприйнятті міського простору, особливо цікаво порівнювати різновікові групи, а також групи осіб, які проживають в центральній частині міста та на його околицях в спальних районах. І найголовніше можна спостерігати процес формування колективних наративів, які стосуються міста.

В першу чергу для реалізації даного метода на практиці необхідно мати чітке визначення теми для обговорення. Наступним важливим кроком є підбір

учасників, якщо є дефіцит часу та ресурсів, то доцільно збирати малу кількість груп з різномірним складом, але кращі результати можна отримати, коли організувати більшу кількість обговорень в однорідних групах, які можна буде цікаво порівнювати з іншими однорідними проте відмінними за складом групами. Також важливо мати попередньо підготований сценарій з уточнювальними питаннями по темі обговорення. Під час проведення зустрічі модератор має не просто вести діалог, але й стимулювати взаємодію з обов'язковою фіксацією ключових ідей. На завершальному етапі необхідно здійснити аналіз результатів, для чого спершу потрібно зробити тематичне групування відповідей, а тоді провести процес виявлення повторюваних контрастів, сюжетів та домінантних уявлень.

До переваг даного методу можна віднести можливість отримання більш глибоких уявлень про символіку, цінності та ставлення до міста. Крім того він дозволяє застосовувати гнучкість в обговоренні та відкритості до нових тем, які можуть виникати в діалозі. Також до переваг варто віднести можливість виявлення колективної динаміки в формуванні міської ідентичності.

Серед недоліків необхідно визначити, що даний метод потребує досвідченого медіатора, а також прослідковується «ефект групи», коли думки менш активних учасників є приглушеними. Окрім цього даний метод дає невелику вибірку внаслідок чого таке дослідження не можна вважати репрезентативним для всього населення.

Для того щоб якісно інтерпретувати дані дослідження необхідно використовувати комплексний підхід, який включатиме поєднання якісних та кількісних методів аналізу, адже ідентичність – складне багаторівневе явище, що поєднує індивідуальне та колективне сприйняття міста та міського середовища.

Контент-аналіз є одним з основних підходів до оцінки відповідей від респондентів. Він дозволяє виокремлювати частоту згадування конкретних понять, місць, образів та символів, що можуть асоціюватись з міською ідентичністю. Наприклад його можна використовувати для аналізу відкритих

питань з анкет, або стенограми глибинних інтерв'ю. На основі отриманої інформації можна реконструювати символічний образ міста з точки зору його мешканців.

Крім цього можна використовувати дискурсивний аналіз, бо він дозволяє виявляти, яким чином мешканці конструюють міську ідентичність завдяки мові, тобто які наративи та поняття переважають в їх розповідях про їх місто. Наприклад можуть використовуватись поняття опозиції «своє – чуже», «нове – старе», «центр – околиця» та інше.

У випадку з кількісним аналізом можна використовувати різні програми, які дозволяють швидко та точно обробляти інформацію зі стандартизованих анкет. Від дозволить швидко визначити рівень локальної ідентичності, рівнем відчуття приналежності та й рівнем задоволеності життям у місті. До статичних інструментів даного аналізу можна віднести: кластерний, кореляційний та факторний аналіз, бо вони дозволяють встановити зв'язки між демографічними ознаками, як стать, вік, освіта та тривалість проживання у місті та особливостями сприйняття міської ідентичності та її окремих характеристик.

Картування просторової ідентичності є важливим елементом аналізу, адже така візуалізація чітко демонструє, які частини міста для мешканців є значущими та які з них власне формують локальну міську ідентичність. Відповідно буде показано, які території на думку мешканців паплюжать їх місто та призводять до втрати ідентичності, як наприклад спальні райони з типовою радянською багатоповерховою забудовою. Такі ментальні карти дозволяють побачити, де на думку мешканців є «ядро ідентичності», а де розташована «периферія».

Варто зазначити, що доцільно також використовувати компаративні методи в основі яких порівняння різних районів міста, або навіть різних міст. Він особливо корисний, якщо мета дослідження полягає у виявленні різноманітних факторів, що можуть впливати на формування слабкої, або сильної ідентичності міста. Загалом для того щоб отримати багатогранне та глибоке розуміння міської ідентичності необхідно використовувати всі вищенаведені методи комплексно.

Для емпіричних досліджень характерна низка методологічних та практичних викликів, що можуть впливати на якість зібраної інформації так і на можливості інтерпретації даних. Зокрема одним із основних викликів є складність поняття «міська ідентичність», бо воно є багатозначним, складним та контекстуальним. Відповіді респондентів відображають емоційне стан особи в момент проходження анкетування, а також відповіді можуть бути неусвідомленими, що призводить до утворення суперечностей, внаслідок чого провести формалізований аналіз стає справжнім викликом. Часто люди не артикують своє розуміння ідентичності на пряму у зв'язку з чим її необхідно «зчитувати» опосередковано на основі розуміння людиною символів, наративів та поведінкових патернів.

Наступний виклик полягає в суб'єктивності інтерпретації якісних даних. Результати дослідження, а саме анкетування, глибинні інтерв'ю, фокус групи і навіть ментальні карти в більшості залежать саме від аналітика, а також його дослідницьких рамок та попередніх знань і уявлень. На основі цього виникає ризик, що аналіз буде упереджений, або спрощений без складних смислових конструкцій.

Значною проблемою залишається і репрезентація вибірки, а особливо в контексті неоднорідних великих міст, бо охопити всі соціальні групи майже неможливо, або дуже складно у зв'язку з чим виникає викривлення загального образу міської ідентичності.

Високий рівень мобільності мешканців та трансформація урбаністичного середовища можуть зумовлювати нестабільне сприйняття ідентичності, адже вона формується повільно, а от міське середовище може дуже стрімко змінюватись, що провокує труднощі з фіксації сталих тенденцій.

Ще одним важливим викликом є культурне та політичне середовище. В певних випадках респонденти умисно уникатимуть відкритих відповідей, або надаватимуть соціально бажані відповіді, адже анкета може викликати страх та недовіру, а також може бути вплив політичної заангажованості. Даний виклик

особливо актуальний для міст в яких ідентичність пов'язана з якимись історичними конфліктами та ідеологічними протистояннями.

Крім цього є труднощі, які пов'язані з вимірюванням динаміки змін ідентичності в часі. Переважно дослідження фіксують стан в певний період часу в той час, як ідентичність є процесом еволюційним. Загалом дослідження міської ідентичності потребує обережного підходу з критичним мисленням та раціонально обраними методами з постійним балансом між соціокультурним контекстом та емпіричними даними [47].

РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ МІСЬКОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ НА ПРИКЛАДІ ОКРЕМИХ МІСТ

2.1. Методологія та інструменти емпіричного дослідження

Для дослідження регіональних відмінностей формування міської ідентичності необхідно обирати контрастні міста, які мають виразні відмінності, що сприятиме хорошій репрезентативності. Зокрема в даній роботі це Львів та Кривий Ріг, бо ці міста мають виразні відмінності одразу в історичних, соціокультурних та урбаністичних контекстах. Хоча обидва міста вважаються важливими регіональними центрами, проте вони мають ряд помітних відмінностей, що сприяє глибшому розумінню механізмів ідентифікації мешканців із власним міським простором. Варто зазначити, що контрастність може виражатись, коли міста мають різне географічне розташування, відмінний історичний розвиток, масштаб та соціокультурний контекст. Власне підхід підбору контрастних міст для дослідження та аналізу дає можливість ознайомитись з різними моделями ідентичності та визначити унікальні чинники та спільні риси в їх формуванні.

Міста різного розміру допомагають отримати уявлення про вплив масштабу міського середовища на сприйняття осіб, адже мешканці малого міста Дрогобич та мешканці мільйонного мегаполіса Києва, який є столицею будуть сприймати локальну ідентичність кардинально по різному. Також варто вибирати міста, які мають географічну та регіональну різноманітність, адже територія України досить велика і в певні періоди часу частково знаходилась під контролем інших держав, що призвело до різного культурного нашарування та історичної спадщини. Наприклад Львів є прикладом класичного середньовічного європейського міста, а от Кривий Ріг натомість репрезентує типово промислове

місто, більшість яких зосереджена на сході України, де географічні умови сприяли розвитку видобувної та промислової діяльності.

Контрастність міст може також виражатись в урбаністичній структурі та просторових відмінностях. Наприклад Львів має компактну структуру, де відчутна домінація історичного центру і розвинута система публічних просторів, які сприяють формуванню локальної ідентичності. Натомість Кривий Ріг має виразну лінійну структуру з великою протяжністю та ізольованістю районів, що негативно відображається на формуванні єдиного міського образу та зумовлює утворення локальної ідентичності на рівні районів.

Міста також можуть мати різні приклади змін, як соціальних так і фізичних. Вони в свою чергу дозволяють простежити за динамічними урбаністичними процесами, які змінюють ідентичність міського простору. Наприклад Львів та Кривий Ріг пережили вплив радянської урбанізації і Львів в той час, як і Кривий Ріг був осередком промисловості, проте в пострадянський період вони почали демонструвати різні вектори розвитку. Львів став центром туристичного та культурного відродження, а Кривий Ріг досі бореться з викликами міграцій, деіндустріалізації в пошуку нової ідентичності.

Власне вибір Львова та Кривого Рогу є методично доцільним адже міста є контрастними за рахунок відмінного середовища. Львів це типове культурно-туристичне місто, а Кривий Ріг типове індустріально-робітниче місто.

Варто вказати, що при виборі модельних міст краще обирати ті міста, де є контакти, відкриті джерела, або локальні експерти, які сприятимуть реалізації анкетування, або навіть інтерв'ю. Це сприятиме отриманню надійних емпіричних даних.

В межах дослідження міської ідентичності необхідно охопити, якомога більшу аудиторію респондентів, щонайменше по 500 осіб на місто. Крім цього такі особи повинні проживати в цих містах щонайменше протягом року. Також краще, коли таке анкетування є анонімним і збір інформації про респондента охоплює тільки загальну інформацію, адже в такому випадку можна отримати більш щирі відповіді, а не суспільно бажані. Перевагою буде залучення різних

вікових груп, а також осіб, які залучені до міського життя в професійному, культурному, соціальному вимірах. Позитивно також, коли респонденти зацікавлені та здатні до рефлексії. Варто зазначити, що онлайн анкетування не дає таких об'ємних результатів, як інтерв'ю проте анкетування дозволяє в коротші терміни отримати більшу кількість відповідей, які простіше можна системно проаналізувати.

Збір емпіричних даних про міську ідентичність може здійснюватися за допомогою кількісних та якісних методів дослідження. Даний підхід дає можливість отримувати глибоке розуміння особистого досвіду мешканців та виявляти загальні тенденції із сприйняття міського простору.

Можна використовувати напівструктуровані інтерв'ю, бо воно дає можливість поєднати стандартизовані питання і поглиблений діалог з респондентом. Під час таких інтерв'ю для дослідження міської ідентичності можна використовувати ряд питань пов'язаних з особистим ставленням до міста, а також його атмосфери та простору. Крім того доречними питаннями буде розкриття відчуття відчуження, або навпаки приналежності, також питання стосовно важливості, локацій, подій, символів та інших елементів пов'язаних з містом. Корисно також дізнатись про досвід особи у взаємодії з іншими мешканцями, громадськими ініціативами та навіть владою, а також впливом на самопочуття змін, які відбуваються в місті.

Варто зазначити, що переважно респонденти, які справді зацікавлені темою діалогу можуть присвятити від 30 до 50 хвилин розмови. Формат може бути, як онлайн за допомогою різних платформ так і класичний очний (наживо).

Для охоплення більшої кількості респондентів доцільніше використовувати онлайн-анкетування. Зараз є безліч онлайн платформ, які дозволяють легко створювати опитування та допомагають легко аналізувати їх результати. В анкетах доцільно використовувати поєднання відкритих та закритих питань. Наприклад така анкета може містити питання пов'язані з улюбленими місцями, рівнем емоційного зв'язку, оцінкою змін в міському середовищі, асоціаціями із містом, а також рівнем участі в громадському житті.

Станом на сьогодні найпростішим методом поширення такої анкети є різні соціальні мережі, де зосереджені різні вікові категорії користувачів.

Для візуального відображення результатів дослідження доцільно створювати «ментальні карти», які демонструють, які території міста найкраще репрезентують основний образ міської ідентичності. В даній роботі ці карти демонструють репрезентацію на рівні районів. Такі карти дозволяють не тільки зафіксувати емоційне зонування простору міста, але й виявити просторові уявлення про місто, а також дослідити, які символи та локації відображаються в когнітивних структурах.

По можливості можна також проводити польові спостереження, суть яких полягає у виявленні повсякденних практик мешканців в межах громадських просторів, а зокрема на вулицях, площах, в парках і скверах. Проте краще, коли є контрастність, наприклад центр та околиця, або історична та нова частина міста. Такі спостереження дозволяють зафіксувати методи використання простору, а також зафіксувати поведінкові патерни, що корелюють із уявленнями про «своє місто».

Такі емпіричні дослідження проводяться в п'ять послідовних етапів, які охоплюють підготовку, збір, аналіз та інтерпретацію даних. Власне в кожного етапу є власна специфіка та методологічне наповнення.

Перший етап є підготовчим. Саме на цьому етапі відбувається утворення дослідницьких гіпотез та питань. Цей етап також передбачає вибір методів для збору даних, а також розробку інструментарію. На підготовчому етапі визначають критерії для вибірки респондентів та проводять пілотне тестування інструментів з їх адаптацією.

Другий етап зосереджений на зборі емпіричних даних. Він включає проведення ряду інтерв'ю з респондентами, розповсюдженню анкети для соціальних мереж і проведення польових спостережень.

Третій етап охоплює систематизацію та попередній аналіз даних. Він зосереджений на аналізі інтерв'ю з структуризацією отриманих відповідей,

аналізі відповідей анкет та візуалізації результатів за допомогою графіків та створенню «ментальних карт».

Четвертий етап це інтерпретація результатів, коли на основі аналізу даних виявляють основні патерни міської ідентичності, порівнюють отримані результати та аналізують вплив соціальних та урбаністичних факторів на формування ідентичності. Цей етап також включає співвідношення результатів та теоретичних підходів.

П'ятий етап є підсумковим і включає узагальнення висновків з розробкою рекомендацій. На цьому етапі також готується аналітичний звіт, де отримані результати оформлені, як науковий текст. Також цей етап включає обговорення можливостей для майбутніх досліджень [41].

2.2. Дослідження міської ідентичності у великих містах

Великі міста є особливими об'єктами з точки зору дослідження міської ідентичності, адже в їх межах формується високе соціальне різноманіття, а також інтенсивна урбаністична динаміка з складною просторовою структурою, яка прямо впливає на уявлення мешканців про місто та його ідентичність.

Характерною рисою для великих міст є поліцентричність та фрагментарність міського простору. Тобто великі міста часто функціонально та символічно поділяються на різні частини.

Переважаю ядром міста та його ідентичності є центр, здебільшого він є історичним, де збереглися цінні архітектурні об'єкти, що робить його не тільки адміністративним, але й туристичним осередком. Проте варто зазначити, що мешканці, які живуть на околицях іноді вважають центр міста надто перевантаженим, що сприяє розвитку їх уявлення, що їх мікрорайон краще відображає життя в місті.

Райони зі спальними масивами, новобудовами, або промисловими зонами мають власну локальну ідентичність, яка іноді конфліктує з загальноприйнятим образом міста, який формується на основі центрального ядра. Тобто виникає

велика кількість локальних уявлень, які часто зумовлюють відчуття просторової диференціації та відчуження [22].

У великих містах високий рівень соціального різноманіття, адже там співіснують дуже різні культурні, соціальні та етнічні групи, які формують паралельні образи міста. Часто на ідентичність мешканців у великому місті впливають такі фактори, як тип зайнятості, місце проживання, тривалість проживання, мовна та культурна приналежність. Таке різноманіття не тільки збагачує міську ідентичність та ускладнює формування єдиного символічного образу міста.

Також у великих містах постійно відбуваються міграційні процеси, адже приймають велику кількість внутрішніх та зовнішніх мігрантів. Тобто кількість населення у великих містах постійно зростає. Звичайно є винятки, як наприклад прифронтові міста Харків, або Запоріжжя, де через небезпеку даний процес є незвично оберненим. Власне постійне зростання мешканців у місті сприяє формуванню тимчасових та перехідних ідентичностей. Також іноді нові мешканці відчують відчуження від міського простору, бо не завжди мають сильну емоційну прив'язаність до міста.

Проте саме у великих містах формується новий тип ідентичності, так званої «урбаністичної», яка характеризується мобільністю та гнучкістю, адже менш залежна від коріння та більше опирається на стиль життя.

У великих містах часто виникають суперечки на основі різних версій пам'яті, історії та символіки. Зокрема є суперечності між загально прийнятою офіційною історією, яка представлена в музеях та локальними наративами, які опираються на вуличні легенди та мікрорайонні спогади. Відповідно виникає поліфонія міських образів та потреб в постійному перегляді того, що вважають «справжнім», тобто репрезентативним для ідентичності міста.

Для великих міст характерне уявлення про індивідуалізм, анонімність та роз'єднаність мешканців. Проте останнім часом відбувається зворотна тенденція, бо мешканці активніше долучаються до формування ідентичності міста. Зокрема вони беруть участь в різних громадських ініціативах, як

фестивалі, партисипативне планування і урбаністичні форуми. Соціальні мережі використовують, як локальні платформи для обговорення міських символів та проблем. Також популярнішими стають мікро-урбаністичні практики, коли відбувається переосмислення скверів, дворів, вивісок та інших елементів [11].

Джерелом локального патріотизму є районна самоідентифікація. Переважно люди, які проживають у великих містах ідентифікують себе не з містом загалом, а з його певним районом, або навіть мікрорайоном, де вони живуть, або працюють, тобто проводять багато часу. Здебільшого локальні ідентичності є сильнішими за загальноміську, бо саме «малі простори» сприяють формуванню відчуття приналежності, бо там відчуваються локальні міфи та відбуваються практичні взаємодії. Проявом цього є створення різних районних спільнот та сторінок в соціальних мережах. Сюди також відносяться різні неформальні ініціативи, які стосуються охорони локальної історичної пам'яті та створення благоустрою.

Варто зазначити, що завдяки культурним практикам також може здійснюватися вплив на ідентичність. Культурні практики є дуже різноманітними, наприклад стріт-арт може бути представлений, як графіті, яке вважають вандалізмом так і муралами, які офіційно визнають мистецтвом спрямованим на покращення міського середовища. Це своєрідна форма захоплення міського простору. До культурних практик належать і локальні медіа, блоги і навіть міські гіді. Наприклад львівські гіді в більшості випадків своєю харизмою репрезентують місцевий колорит та ідентичність. Ці практики дозволяють транслювати альтернативні образи міста, як для мешканців так і для відвідувачів і зовнішніх спостерігачів. Не менший вплив мають театральні вистави, або кінопроекти та навіть виставки, що знайомлять із забутими частинами міста, які часто не вписуються в загальноприйняту характеристику ідентичності міста. Таким чином мешканці можуть виходити з ролі споживача та ставати співавторами міського образу.

Участь також може бути реалізована не тільки через підтримку, але й завдяки протестам й опору. Найчастіші прояви опору міської громади виникають

разом із проблемою незаконної забудови, яка краде зелені зони, або руйнує цінну архітектуру, що на думку мешканців знищує символічний вигляд міста. Часто конфлікти виникають довкола збереження історичних будівель, бо мешканці міста обурені недоглянутими фасадами, які потребують не тільки ремонту, але й відновлення зі всіма автентичними елементами. Проте самі мешканці, часто не готові починати з себе. Крім цього для історичного центру Львова характерна проблема сучасної забудови. Ні мешканці, ні відвідувачі міста не готові сприймати сучасну архітектуру серед історичною і вважають за краще будувати імітацію старовини з бутафорними фасадами. Сюди також можна віднести перейменування вулиць та інших просторів. В таких випадках мешканці діляться на 3 категорій, хто за, хто проти і кому просто байдуже. Насправді дуже позитивно, що тих кому байдуже стає все менше. Всі ці дії мають політичний підтекст, а також вказують на боротьбу за «справжнє» та «істинне» обличчя міста, таким яким його бачать саме мешканці.

Свій вплив мають і цифрові платформи, бо станом на сьогодні саме в цифровому просторі відбуваються обговорення проблем району, а також формуються спільні інтерпретації майбутнього та минулого міста. Ці простори дозволяють також ділитись спогадами та фотоархівами, що викликає емоційну прив'язаність до міста. Все це сприяє тому, що утворюються нові спільноти, які функціонують незважаючи на фізичну близькість та можуть здійснювати потужний вплив на міську символіку та політичну ідентичність [44].

При дослідженні міської ідентичності у великих містах необхідно враховувати динаміку просторових трансформації, соціальне розмаїття та структурні складнощі. Бо ідентичність це не стабільний набір характеристик, а процес постійної трансформації на зіткненні символів, досвіду, міфів та щоденних практик.

2.3. Вплив міграційних процесів та урбаністичних змін на міську ідентичність

Одним із проявів міграційних процесів є зміна соціальної структури міста. Така зміна відбувається внаслідок зростання населення новими групами осіб. Великі міста ж привабливими для внутрішніх мігрантів, наприклад до таких осіб можна віднести мешканців малих міст і сіл, які в реаліях сьогодення не бачать там перспектив для проживання. Великі міста це осередки великих можливостей. Крім того міграційні процеси в Україні пов'язані з війною, коли люди вимушено переселяються. Проте також є міжнародні мігранти, які переселяються в міста не тільки через війни, або стихійні біди, а й задля високооплачуваної роботи, або якіснішої освіти та більших можливостей. Таким чином виникає соціальне розмаїття.

Міграційні процеси також є причиною розширення соціальних розривів, які зумовлені різними рівнями доходу, освіти і правового статусу мігрантів. В місті виникають нові вразливі групи, які мають виклики пов'язані з безробіттям, дискримінацією та дефіцитом доступу до послуг.

Крім цього формуються нові соціальні прошарки. Тобто зростає креативний клас, освічені переселенці та ІТ-спеціалісти з інших регіонів формують нові середовища, які вирізняються власними цінностями та ідентичністю. Це зумовлює вплив на культурне життя, споживчі звички і політичні пріоритети.

Здійснюється трансформація житлових районів, бо певні райони стають місцем зосередження певних груп, як наприклад етнічні громади, або тимчасові переселенці. Даний процес провокує мозаїчну соціальну структуру міста. Варто зазначити, що ці соціальні групи можуть, як злагоджено співіснувати так і активно конфліктувати між собою.

Також мігранти зумовлюють такі процеси, як витіснення та сегрегація. Це взаємопов'язані процеси, які є супроводжуваними урбаністичних трансформацій з глибоким впливом на міську ідентичність, просторову структуру міста та соціальну рівність.

Процес витіснення в науковій літературі відомий, як джентрифікація, він супроводжується змінами, які змушують мешканців з нижчим рівнем доходу

поступитись місцем більш заможним особам. Для джентрифікації характерне зростання цін на оренду житла та інших послуг. Також змінюється характер всього району з реконструкцією, або повною зміною забудови. Наприклад часто промислові зони в містах перетворюють на нові житлові райони [19].

Внаслідок витіснення змінюється населення, тобто місцеві мешканці, які є частиною історично сформованих спільнот витісняються заможними новоприбулими людьми, що призводить до втрати локальної ідентичності. Райони втрачають свій історичний характер та традиційну архітектуру. Наприклад в районах з садибною забудовою будуть високі багатоквартирні житлові комплекси. Таким чином власне й виникає соціальна напруга між «корінними» та «новоприбулими» мешканцями міста, бо вони мають різні погляди на розвиток району.

Сегрегація є процесом просторового відокремлення певних соціальних груп в межах міста за певними характеристиками до яких належать етнос, дохід, статус, мова, культура та інше.

Відповідно на основі цих характеристик виникають різні форми сегрегації. Соціально-економічна, коли виникає протистояння між бідними та заможними районами. Наприклад, коли мешканці нових елітних житлових комплексів виступають проти естетично непривабливої забудови мало заможних людей, яка псує їх краєвид.

Етнічна, коли утворюються так звані «гетто», або «етнічні квартали», де зосереджено проживають мігранти з певних країн, або національні меншини, які потерпають від утискання зі сторони більшості.

Функціональна, коли йде поділ за функціональним призначенням. Наприклад житлові зони, ділові райони, рекреаційні осередки, промислові зони. Тобто не всі ці зони можуть забезпечити рівномірний доступ до послуг.

Варто зазначити, що на відміну від джентрифікації, яка має, як позитивні так і негативні сторони, сегрегація має тільки негативну сторону. В першу чергу це обмежений доступ до можливостей. Тобто виникають не рівні можливості для отримання освітніх та медичних послуг. Різні пропозиції на ринку праці й

різний рівень оплати роботи. Власне мешканці сегрегованих районів відчують дискримінацію. Відбувається порушення соціальної згуртованості, що призводить до погіршення взаємодії між різними верствами населення. Виникає формування стереотипів та упереджень, бо певні райони асоціюють з «проблемами», що тільки поглиблює соціальну ізоляцію.

Міський ландшафт є візитівкою кожного міста, адже це візуальний носій його культури, історії та ідентичності. Зміни в забудові, знищення певних об'єктів, або реконструкції впливають на сприйняття міста та осіб, які себе з ним ідентифікують.

Знищення, або реновація міських районів має, як позитивні так і негативні аспекти. З позитиву можна звернути увагу на те, що реновація може сприяти збереженню історичної основи міста, але вдихнути в неї нове життя, особливо зробивши занедбані об'єкти та території знову функціональними. З негативу варто звернути увагу, що іноді реновація це прихована руйнація старої забудови, коли максимум залишається невдало відновлений фасад. Тобто такі об'єкти втрачають свою «душу», а саме культурну пам'ять та історичну тяглість. Наприклад в Києві часто умисно доводять цінні архітектурні об'єкти до такого стану, що вони стають аварійними та відповідно зносяться, а на їх місці виростають новобудови, що призводить не тільки до змін зовнішнього вигляду, але й до втрати значення простору [15].

Одною із загроз є масова забудова однотипними новобудовами, бо уніфікована архітектура призводить до втрати локального колориту. Особливо, коли великий забудовник будує в різних містах України по кілька ідентичних житлових комплексів. Це буквально наслідування жахливого радянського підходу до житлової забудови, що призводить до втрати почуття гордості і приналежності до місця проживання.

Зміна архітектурної мови це процес переходу від затишної архітектури, де в оздобленні використано природні матеріали з витримкою локального стилю до сучасного стилю зі скла та бетону, який нічим не вирізняється. Зараз такий процес можна спостерігати в Яремче, де був свій розкішний локальний стиль на

заміну якому прийшов сучасний з скляними багатоповерхівками. Власне це зумовлює конфлікт між інновацією та традицією, де ключовий момент це боротьба за міську ідентичність.

Міста, які активно займаються розвитком публічних просторів роблять значний внесок у формування міської ідентичності. Міста, які створюють якісні простори заохочують бути присутнім в місті, а не тільки пересуватись ним. Люди починають проводити більше часу на вулиці, зокрема сидіти на лавках, спілкуватись, читати, спостерігати, займатись спортом. На основі чого виникає нова поведінкова норма, коли «місто – спільний дім». Наприклад площа Ринок у Львові це не тільки сукупність архітектурних об'єктів, а місце подій та зустрічі.

Громадські простори дозволяють посилювати ідентичність через відчуття належності, бо якісний громадський простір забезпечує відчуттям спільності, особливо, коли його створення просуvalи самі мешканці. Такі простори дозволяють всім мешканцями почуватись рівними не зважаючи на вік, походження, або статус. Людям подобається ідентифікувати себе з містом, де їм комфортно бути й залишатись.

Завдяки громадським просторам формується локальна унікальність, бо кожен простір може бути особливим з унікальним дизайном, функцією, або архітектурою, що відображає їх знаковість, адже кожне місто має власні урбаністичні символи. Ці простори будують візуальну та просторово-емоційну ідентичність міста.

Участь громади у формуванні простору сприяють формуванню відповідальної ідентичності, адже мешканці розуміють, що мають вплив на функції або дизайн публічного простору завдяки громадським обговоренням та бюджету участі. Зокрема це сприяє урбаністичному патріотизму [10].

Урбаністичні зміни та міграційні процеси помітно трансформують ідентичність міста, бо впливають не тільки на фізичний простір міста, але й на соціокультурні практики мешканців цього міста. Збільшення рівня мобільності населення, зміна конфігурації міських просторів та змін в архітектурному середовищі зумовлюють формування нових форм взаємодії, сприйняття та

приналежності до міста. Міська ідентичність це динамічне явище, яке постійно трансформується під впливом внутрішніх та зовнішніх чинників. Розуміння цих процесів важливе для збереження унікальності міського середовища та формування сталих міських політик в умовах глобальних змін.

РОЗДІЛ 3. ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ФОРМУВАННЯ МІСЬКОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ В УКРАЇНІ

3.1. Основні проблеми регіональних відмінностей у міській ідентичності

Регіональна ідентичність України формувалась на основі глибокого історичного підґрунтя. Зокрема це здебільшого пов'язане з тим, що сучасна територія країни тривалий період часу перебувала у складі різних держав та імперій, які залишили свій характерний слід в культурі, архітектурі та інших особливостях. В певні історичні проміжки території сучасної України були складовими Речі Посполита, Австро-Угорщини, Польщі, Російської імперії, СРСР та інших. Ці держави здійснювали політичний та культурний вплив на формування відмінних моделей соціального життя, мовного середовища, культурних кодів та історичної пам'яті в різних регіонах, що зумовило виникнення різних проблем (див. рис. 3.1.).

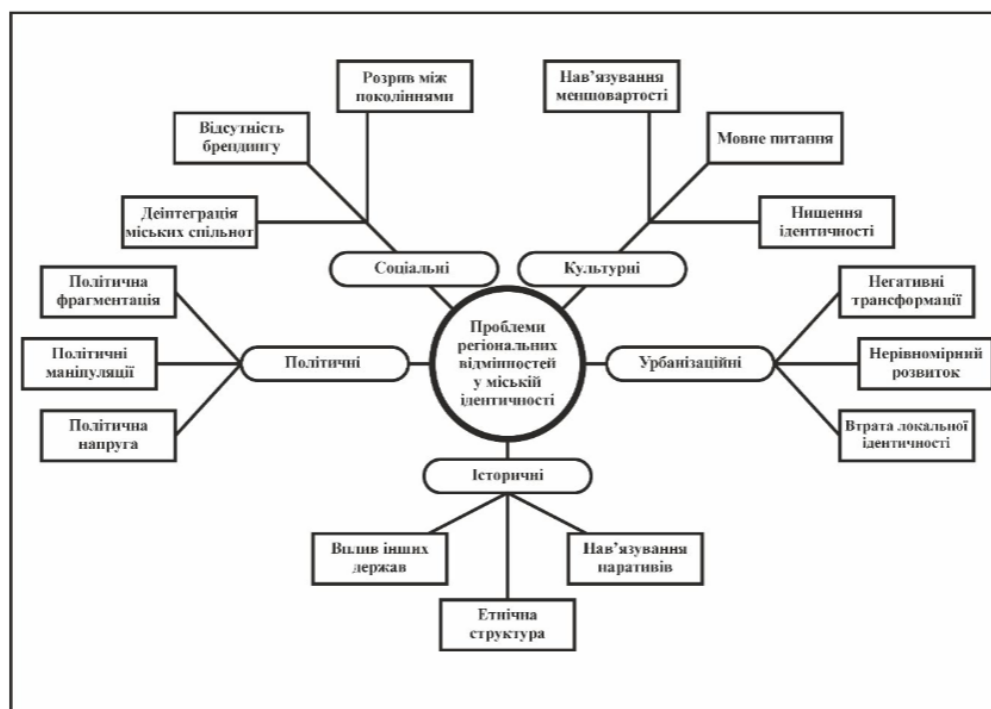


Рис. 3.1. Основі проблеми регіональних відмінностей у міській ідентичності

В західній частині України, а зокрема в межах Волині, Галичини та Буковини свій вплив здійснювала Австро-Угорщина, яка посприяла формуванню сильної традиції місцевого самоврядування, прихильність до європейських цінностей, активне громадське життя, що призвело до чітко вираженої української національної ідентичності. Російська імперія натомість зосередилась на знищенні культурної ідентичності на півдні та сході України. Ці території зазнали русифікації та індустріалізації, що призвело до слабо вираженої локальної свідомості. Згодом, коли Україна опинилась в Радянському Союзі такий вплив намагались здійснювати на територію всієї України.

Такі історичні особливості мали вплив не тільки на регіональні культурні практики, але й посприяли формуванню різного сприйняття національної ідентичності, ролі держави та громади. Наслідком цього міста в різних регіонах України станом на сьогодні набули ти зберігають унікальні риси, які поєднали сучасні процеси трансформації та локальну спадщину. Варто зазначити, що історичний контекст залишається важливим фундаментом для розуміння сучасних викликів, які формуватимуть єдину, але водночас різноманітну міську ідентичність в Україні.

В Україні урбанізаційні процеси мають виразну регіональну специфіку, що зумовлено історичними передумовами, а також сучасними соціально-економічними тенденціями. В різних частинах країни проявляються відмінні моделі розвитку міст, а зокрема міського простору, функціонального призначення, щільності населення та культурного профілю урбанізованих територій [29].

В східній та південній частинах України урбанізація переважно відбувалась в індустріальному форматі, що власне є характерною рисою радянської моделі розвитку. Наприклад такими є наступні міста: Маріуполь, Запоріжжя, Дніпро, Харків, Кривий Ріг тощо. Такі міста виникали, або стрімко розвивались, як індустріальні осередки для забезпечення людським ресурсом великих промислових підприємств, як наприклад шахт, заводів, комбінатів та інших. В таких містах домінуючу позицію займає концепція функціонального й

економічного міста, де значний вплив на локальну ідентичність мали трудові міграції, колективістські практики та радянські наративи.

Захід України під впливом європейських держав, а зокрема Австро-Угорщини, Речі Посполитої та Польщі перейняв європейський еволюційний характер. Зокрема до таких міст належать Львів, Чернівці, Івано-Франківськ та інші. Ці міста набували давніх історичних традицій міського самоврядування, а також поліетнічну структуру населення і сталі культурні інституції. В цих містах процес урбанізації відбувався поступово, що дозволяло зберігати історичне ядро, локальну культурну ідентичність та архітектуру [32].

Для центральної частини України, як наприклад Вінниця, Полтава і Київ характерна змішана модель урбанізації, яка поєднує культурний, адміністративний та економічний центри, які формувались під різними впливами, як наприклад радянська індустріалізація, або ж національне відродження в пострадянський період [33].

Варто зазначити, що для малих міст, як наприклад Самбір, чи Дрогобич формування міської ідентичності має додаткові виклики. Адже такі міста часто не мають розвинутої інфраструктури та культурної автономії.

Станом на сьогодні урбаністичні тенденції в Україні представлені таким чином, що міста поблизу зони активних бойових дій зіткнулись з процесом деурбанізації, коли мешканці через небезпеку військових дій вимушені переселятись в інші регіони. На більш спокійних та тилкових територіях проявляються процеси субурбанізації, коли люди шукають житло в передмісті задля певного комфорту, а також є прояви реурбанізації, які зосереджені на відновленні центральних частин міст, як наприклад в Києві, або Івано-Франківську, чи навіть у Львові.

Отже, урбанізація в Україні характеризується виразною регіональною неоднорідністю, що прямо впливає на формування різноманітних моделей міської ідентичності – від колективістської та індустріальної до культурно-історичної і локально орієнтованої.

В сучасних умовах Українська регіональна ідентичність формується під впливом комплексу політичних та соціальних чинників, які значною мірою впливають на утворення відмінностей між мешканцями різних регіонів в таких питаннях, як самоідентифікація, ставлення до локальної спільноти та держави, а також унікальних цінностях [7].

Одним з основних чинників, які мають вплив на формування регіональної ідентичності є мова. В Україні існували чіткі регіональні відмінності пов'язані з мовним середовищем до повномасштабного вторгнення у 2022 році. На заході домінувала українська мова, на півночі та в центральній частині співіснування української та російської, а от на півдні та сході переважала російська мова. Варто зазначити, що мовна ситуація часто є маркером ідентичності та політичної орієнтації.

Варто також зазначити, що різні регіони України по-різному ставляться до історичних подій та постатей. Наприклад це відображається в публічних просторах, як наприклад назви вулиць та площ, або пам'ятники присвячені певним особам, або подіям. Таким чином формуються регіональні відмінності з різними варіантами історичної пам'яті [50].

Також одним з ідентифікаторів є політичні вподобання та виборчі поведінкові патерни. Переважно політичні орієнтації населення традиційно можуть відображати регіональну поляризацію. Також вплив має й інформаційне середовище, а особливо регіональні медіа та соціальні мережі завдяки яким відбувається поширення локальних дискурсів, образів регіонів та міст з формуванням уявлень про «чуже» і «своє». До 2014 року в українському медійному просторі, а особливо на регіональному рівні в південній та східній частині країни активно працювала російська пропаганда.

Крім того до чинників формування регіональної ідентичності можна відносити децентралізацію, яка сприяла розвитку місцевого самоврядування. Ця реформа розпочалась в Україні ще в 2015 році та забезпечила умови для формування ідентичності на рівні об'єднаних територіальних громад. Власне громади почали активніше займатись розвитком власної символіки, брендингом

міст та локальних ініціатив, що в свою чергу посприяло появі нових форм регіональної та міської ідентичності [6] [46].

Також варто вказати, що вторгнення Росії в Україну ще в 2014 році, а особливо після повномасштабного вторгнення 2022 року внесло кардинальні зміни в ідентифікаційні орієнтири більшості регіонів. Вона вплинула на патріотизм, згуртованість, а також посилення та відродження української ідентичності в тих регіонах, які раніше підтримували проросійські погляди та настрої. Війна також спровокувала зростання локального патріотизму, а також потребу в збереженні та відродженні регіональних особливостей.

Формування національної єдності в Україні реалізовується в умовах глибоких соціокультурних, регіональних та урбаністичних відмінностей. Урбанізаційні процеси частково сприяють процесу модернізації країни, але в той же час можуть впливати на поглиблення розриву між регіонами, а також поколіннями та соціальними групами. В даному контексті виникає одразу кілька ключових викликів, що мають ідентифікаційний та практичний характер.

Першим таким викликом є просторово-соціальна нерівність міст, адже в країні можна простежити помітну асиметрію розвитку міст, коли великі обласні центри, як наприклад Львів та Дніпро концентрують ресурси та можливості для самореалізації, а також мають політичну вагу. Малі міста натомість залишаються на периферії, що в свою чергу створює відчуття ізольованості в мешканців, у зв'язку з цим виникає локальне невдоволення, яке стає бар'єром для інтеграції в загальнонаціональний простір.

Наступним викликом є урбаністичний розрив між регіонами, адже східна та південна частина України має індустріальне минуле, яке відобразилось на структурі міст та характері ідентичності. Власне війна та деіндустріалізація зумовили процес переосмислення міської ідентичності з переходом від «міста-заводу» до міста-культурного і громадського центру. Такий процес є складним та потребує ідентифікаційної та інфраструктурної трансформації.

Також викликом є війна та її наслідки, адже мільйони українців вимушені були покинути свої домівки. Власне масова внутрішня міграція зумовила

утворення нових урбаністичних осередків, як тимчасових так і постійних. Таким чином для внутрішньо переміщених осіб виникають виклики для інтеграції в нові спільноти з гармонізацією локальних ідентичностей та нових соціальних структур.

Вагомим викликом є напруження між національною та локальною ідентичностями, адже в більшості міст розвивається сильна локальна ідентичність, що є позитивним явищем для місцевої згуртованості, але воно може бути тригером для конфлікту із загальнонаціональним дискурсом, а особливо в регіонах, де проживає поліетнічне населення, або є складне історичне підґрунтя. Варто зазначити, що досягнення рівноваги між місцевою та загальноукраїнською ідентичністю це постійний виклик в урбаністичній політиці [28].

До викликів сучасності також варто віднести руйнування міської інфраструктури, яке відбулось внаслідок бойових дій, адже велика кількість міст зазнали значних руйнувань внаслідок обстрілів, або активних бойових дій. Варто зазначити, що це стосується не тільки фізичної, але й соціальної інфраструктури, а особливо символічних центрів та просторів, як театри, музеї, площі та інше. Для відновлення таких міст, які зазнали руйнувань необхідно не тільки будівництво, але й ренаративізація для того щоб повернути сенс та пам'ять у міський простір.

Ще одним із таких викликів є дезінтеграція спільнот. Внаслідок стресу, мобільність, вплив війни та індивідуалізацію відбувається процес розпаду сталих горизонтальних зв'язків в містах. Для того щоб реконструювати єдність міської спільноти необхідно відновлювати довіру, комунікації та спільні практики, що відобразиться позитивно не тільки для міста, але й для країни.

Отже, станом на сьогодні урбанізація в Україні має позитивні прояви, як посилення національної єдності завдяки культурній політиці, децентралізації та розвитку громад, так негативні прояви у вигляді низки викликів, які починаються від інфраструктурної нерівності аж до культурно-ідентифікаційної поляризації. Для того щоб успішно подолати ці виклики необхідно використовувати

міждисциплінарний підхід, який поєднує соціологію, політику пам'яті, урбаністику та культурну антропологію [45].

3.2. Роль міських громад та локальної політики у зміцненні ідентичності

В контексті адміністративно-територіальної реформи міська громада в Україні отримала новий зміст, як соціальна, політична та культурна одиниця. Після формування об'єднаних територіальних громад, вона стала не тільки адміністративною структурою, але й активним учасником місцевого планування, розвитку та ухвалення рішення [36]. Таким чином міські громади почали здійснювати вплив на розвиток локальної ідентичності (див. рис. 3.2.).

Станом на сьогодні міська громада являє собою не тільки сукупність жителів, але й повноцінну спільноту з потенціалом для утворення локальної ідентичності завдяки спільній участі в житті міста, участі у виборах, захисті культурної спадщини, а також формуванні громадського простору [42].

Одна з ключових функцій громади міста це забезпечення умов для символічного та емоційного «прив'язування» особи до міста та міського простору. Таке явище переважно визначають, як формування ідентичності місця та відчуття незалежності [43].

Формування такої незалежності має кілька механізмів. Перший механізм – громадські ініціативи, як наприклад відкриті фестивалі, локальні медіа та урбаністичні проекти. До механізмів також належать публічні простори, а зокрема сквери, вулиці, площі та інші місця, які несуть символічне значення. Ще до механізмів входить міфологізація міста, яка опирається на видатні особистості, легенди та локальні історії. Окрім цього механізмом є і партисипативне управління, яке базується на залученні мешканців до створення стратегії розвитку. Такі практики забезпечують мешканців відчуттям того, що місто їхнє, адже змінюються горизонтальні зв'язки, зростає лояльність та довіра до локальної спільноти.

В процесі посилення міської ідентичності особливу роль відводять локальній політиці, бо вона здійснює безпосередній вплив на середовище, яке мешканці використовують для самоідентифікації. Такі органи влади, як міські

ради, управління культури та архітектури та виконками займаються формацією не тільки фізичного міського простору, але й його символічним виміром.

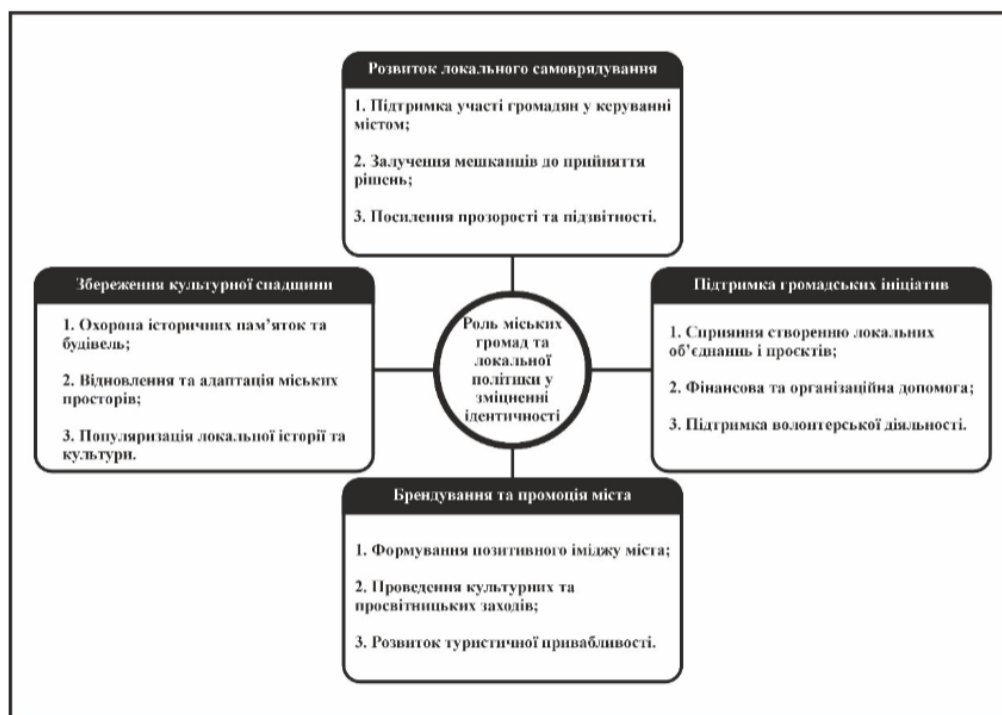


Рис. 3.2. Роль міських громад та локальної політики у зміцненні ідентичності

Урбаністичне планування є інструментом не тільки функціонального розвитку, а й ідентифікаційного та візуального моделювання міського простору.

До основних підходів урбаністичного планування відносяться ревіталізація історичних районів орієнтована на збереження та адаптацію старої забудови, інтеграція публічного простору орієнтована на створення площ, скверів та пішохідних зон, як локацій для зустрічі та взаємодії мешканців. Також до цих підходів входить забезпечення доступності та відкритості середовища, а зокрема створення інклюзивних умов, зонування та інтуїтивно зрозумілої навігації, адже це все елементи ідентичності відкритого міста.

Варто зазначити, що важливе місце в міській ідентичності займає топоніміка, адже назви вулиць, площ, станцій транспорту безпосередньо впливають на колективну пам'ять та самоідентифікацію мешканців. Саме тому процес декомунізації був дуже важливим для відродження та збереження

самоідентичності українських міст. Проте варто зазначити, що топоніми мають відображати локальні контексти та бути затверджені внаслідок публічного обговорення для того щоб не зумовлювати відчуження.

Культурна політика орієнтується на підтримці локальних ініціатив. До таких ініціатив відносяться виставки, фестивалі, місцеві свята, арт-фестивалі, ярмарки, дні міста та інші події, які формують емоційний зв'язок мешканців з містом. Наприклад «Форум видавців», який є щорічним заходом у Львові. Громадські ініціативи переважно представлені локальними проектами, як наприклад екскурсії, створення муралів, або банальне облаштування дворів, адже такі заходи створюють спільний досвід від чого мешканці отримують відчуття «я вдома». Такі ініціативи часто підтримуються міською радою через гранти, бюджети участі та консультаційні центри.

Брендування міста це також дуже важливий момент забезпечення ідентичності, айдентика транспорту, логотипи, локальні слогани, сувеніри та медіа є інструментами символічного репрезентування міста, що дає можливість мешканцям та гостям відчувати унікальність простору. Наприклад гаслом Львова є вираз: «Львів відкритий для світу».

В сучасному міському управлінні ідентичність формується в результаті діалогу, коли є співтворчість та участь громади. Тільки завдяки активній участі мешканців в життєдіяльності міста можна збудувати стійкий фундамент міської ідентичності завдяки фізичній присутності, публічній комунікації та символічному осмисленню.

Мешканці можуть долучатись до формування міської ідентичності безліччю способів, як наприклад партисипація, коли мешканці завдяки громадським слуханням, бюджетам участі, консультаціям та опитуванням. Такі процеси змінюють статус мешканців міста зі споживачів на творців міста, що стимулює відчуття причетності та відповідальності.

Варто зазначити, що локальні спільноти та ініціативні групи переважно започатковують урбаністичні ініціативи та просувають їх. Їх дії сприяють утворенню локальних наративів, які прив'язані до мікрорайонів, або появи

неформальних лідерів, які виступають медіаторами ідентичності в місті. Соціальний капітал зміцнюється за рахунок формування мережових зв'язків.

Медійний простір та соціальні платформи є простором для осмислення міської ідентичності. Медіапростір в цифрову епоху можна сміливо називати ключовим полем для її осмислення. Сюди першочергово можна віднести спільноти в Facebook, блоги в Instagram, проєкти в Tik Tok, як наприклад «Типовий Харків». В медійному просторі також можна займатись цифровою археологією, наприклад дослідження локальних історій та архівних фото, які відображають зміни в міському просторі. Також корисним інструментом можна вважати онлайн-опитувальники, які дозволяють дізнатись думку великої кількості осіб з певної тематики, наприклад, як можна покращити Личаківський парк у Львові. Цифрові платформи дозволяють створити середовище віртуального громадського простору, де формується символіка уявлення про спільне місто.

Міста це не тільки фізичне середовище існування, а й осередок понять, ідентичностей та історій. Міста це простори, де кожного дня відбувається взаємодія колективного й індивідуального, а також минулого з майбутнім. Серед сучасних викликів, які виникли перед Україною можна виділити війну, внутрішню мобільність та відбудову. Власне відбудова має особливе значення в контексті міської ідентичності. Станом на сьогодні необхідно визначити стратегічні напрямки, що здатні забезпечити не тільки збереження, а й трансформацію такої ідентичності в контексті національної єдності.

До ключових викликів можна віднести цілісність урбаністичної політики з точки зору загальнонаціонального рівня. Незважаючи на успіх децентралізації міста залишились нерівномірно долученими до державних стратегічних процесів. Завдяки формуванню загальної урбаністичної політики можна було б об'єднати локальні ініціативи в ширшому контексті та забезпечити підтримкою громади, які прагнуть розвиватись проте мають обмежені ресурси. Це стосується ні тільки економічних, або інфраструктурних інструментів, але й символічних та

культурних, які власне й сприяють формуванню відчуття приналежності до міста, де проживаєш, як фрагмента великої та живої країни.

В той же час ще одним важливим стратегічним напрямом є розвиток локального патріотизму. Локальний патріотизм не варто сприймати, як відмежування, або ізоляцію, а як гордість за свою громаду з повагою до її унікальності та прагнень вдосконалити її. Варто зазначити, що дуже важливою в реаліях воєнного часу та перспективі післявоєнної реконструкції є соціальна згуртованість. Власне завдяки любові до «свого місця» виникає довіра до громади, яка згодом перетворюється в довіру до держави.

Для того щоб локальний патріотизм трансформувався в реальний ресурс необхідні інструменти, як освітні програми з підтримки культурних ініціатив, від сучасної урбаністики до публічного мистецтва. Громадські бюджети, партисипативне управління, активне залучення молоді та інші заходи дозволяють формувати не тільки нову міську культуру, але й нову громадянську етику. Необхідно також звертати увагу на медійний простір та створювати історії про міста, події, їхніх героїв та трансформації, які стають спільним фундаментом для формування міфології міст [20].

В Україні майбутнє міської ідентичності є не тільки питанням вуличних назв, або архітектури. Вадливо, як ми усвідомлюємо себе мешканцями певного простору, як ми будуємо стосунки з цим простором та іншими особами. В часи змін міста є не тільки домом, але й символом відкритості, сили та здатності до відродження. Власне завдяки ним ми маємо можливість будувати більш досконалу, гідну та згуртовану державу.

РОЗДІЛ 4. РЕГІОНАЛЬНІ ВІДМІНОСТІ НА ПРИКЛАДІ ЛЬВОВА ТА КРИВОГО РОГУ

4.1. Результати соціологічного дослідження в модельних містах

Соціологічне дослідження в модельних містах проводилось у вигляді онлайн анкетування на платформі Google Forms. Загалом вдалось отримати відповіді від 631 респондента зі Львова та 503 респондентів з Кривого Рогу. Для того щоб отримати більш правдиві результати було забезпечено анонімність проте зібрано детальну інформацію про респондентів для більш якісного аналізу. Загалом блок питань про респондентів включає віковий діапазон, стать, тривалість проживання в місті, чи дане місто є місцем народження та район проживання.

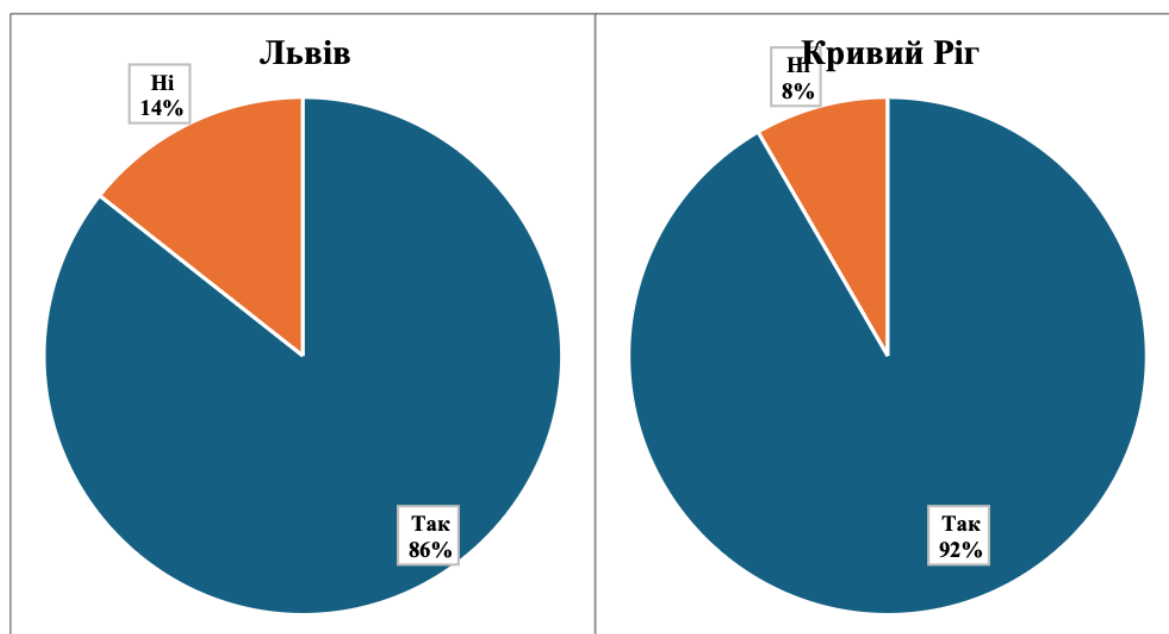


Рис. 4.1. Відчуття приналежності до міста

В Кривому Розі частка осіб, які вважають себе мешканцями вища, проте майже всі респонденти з Кривого Рогу проживають там давно і в більшості народились там, а от у Львові серед осіб, які відповіли «ні» тільки недавно прибулі особи, або ті особи, які не народились в місті (див. рис. 4.1.).

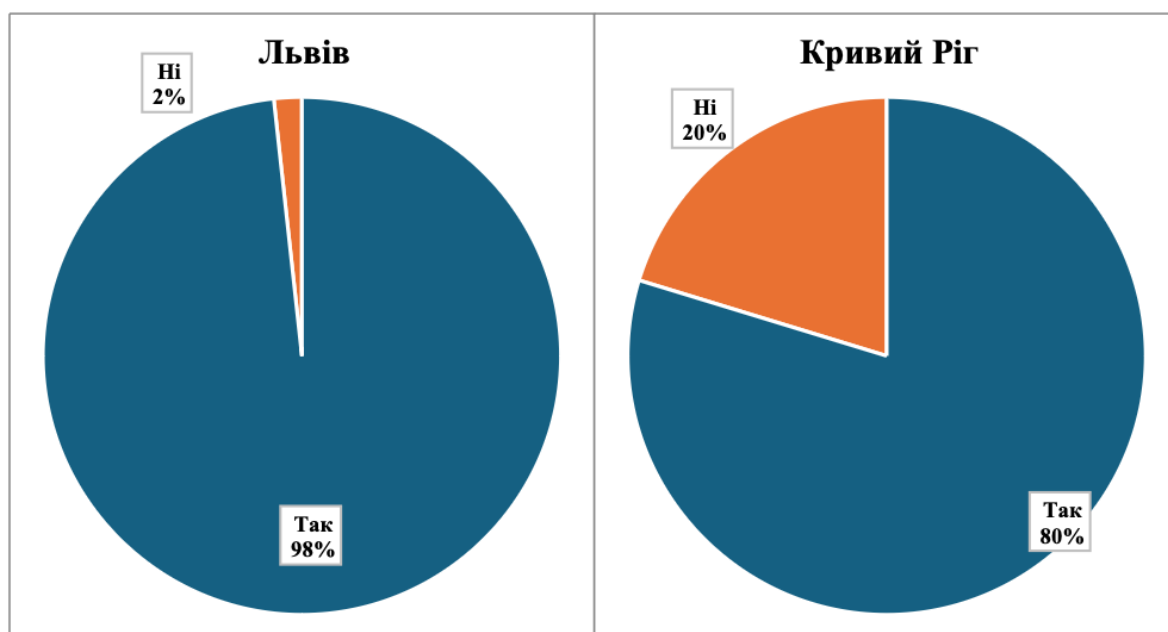


Рис. 4.2. Відчуття гордості за проживання в місті

Варто звернути увагу на діаграму вище (див. рис. 4.2.), яка показує, що більшість мешканців, які проживають у Львові пишаються цим, навіть більшість із тих, хто не вважає себе львів'янами. Це пов'язано з тим, що Львів одне із найпрестижніших міст для життя в Україні. Натомість частина криворіжців, яка вважає себе такими не пишається тим, що проживає в своєму місті. Це пов'язано із стереотипним уявленням про Кривий Ріг, як промислове місто без перспектив для життя.

Отже є потреба в тому щоб розвивати місто та робити його не тільки комфортним, але й престижним, а також сприяти формуванню міської ідентичності для того щоб мешканці Кривого Рогу не відчували меншовартості тільки через потужне промислове минуле. Кривий Ріг має перспективи для того щоб стати популярним туристичним містом, яке вже має виразну рису, адже це найдовше місто України.

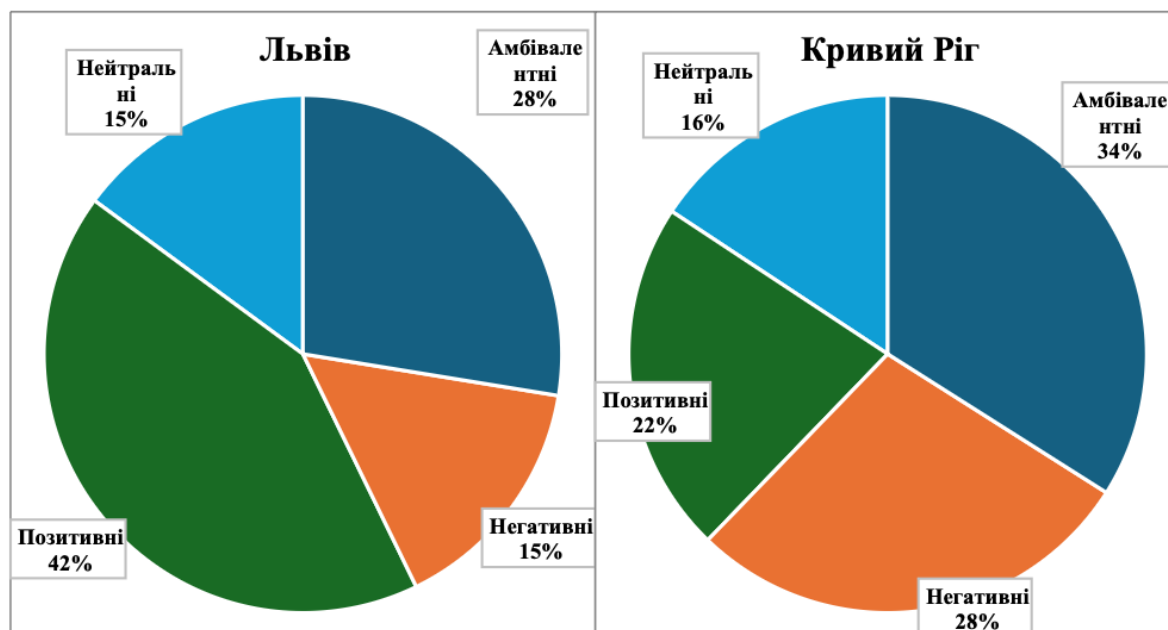


Рис. 4.3. Емоційне сприйняття міст мешканцями

На питання: «Які емоції у вас викликає Львів?» переважна більшість респондентів давала позитивні відповіді, як наприклад гордість, любов, затишок, тепло та натхнення (див. рис. 4.3). Саме позитивні емоції є ядром сприйняття Львова та його ідентичності. Респонденти вказували, що люблять місто саме історію, автентичність та архітектуру. Багато людей також відчуває прив'язаність до міста, як до дому, або теплого простору. Переважно молодь вказувала, що для них Львів це місто творчості та натхнення. Амбівалентні відповіді були на другому місці вони висловлювали позитивні та негативні емоції, серед позитивних лідирувала любов, а серед негативних занедбана архітектура та постійні затори. Крім того особливо мешканців дратує перевантаження туристами. На третьому місці були негативні емоції, варто зазначити, що більшість цих відповідей належать особам, які проживають у Львові менше 5 років. Скоріш за все це ВПО, які відчувають дискомфорт у зв'язку з цінами в місті на житло та послуги, а також ставленням інших мешканців до російської мови. Проте також Львів'яни, які проживають в місті значно довше вказували, що їх дратує комерціалізація центральної частини міста, а також блогери, вуличні фотографі та інші «підприємці», які викликають

дискомфорт. Найменшу частку складають нейтральні відповіді по типу «звичайне місто». Варто зазначити, що саме жителі центральних районів частіше вказували, що відчують гордість та любов, але й роздратованість від туристів.

Отже Львів здебільшого отримує позитивні або змішані емоційні відгуки від мешканців, що вказує на потужну ідентифікацію з містом, але наявність суперечливих відповідей є сигналом для міської влади, бо місто люблять, але є певні моменти, які вказують, що певні структурні проблеми викликають серйозне роздратування. Міську ідентичність Львова можна вважати емоційно насиченою і трохи суперечливою з глибоким вкоріненням в повсякденне життя. Проте варто працювати над покращенням міста, а не тільки привабливого для туристів бренду, необхідна турбота про зони, які викликають любов та втому.

На питання: «Які емоції у вас викликає Кривий Ріг?» мешканці Кривого Рогу переважно відповідали амбівалентно. Вони стверджували, що вважають місто своїм, але важким для життя, вони одночасно відчують тепло, але й відсутність розвитку. Тут можна побачити прояв того, що є виражена емоційна прив'язаність до місця народження, але є й розуміння проблем пов'язаних із поганою інфраструктурою, виглядом та відсутністю перспектив. На другому місці негативні емоції, які характеризувались такими словами, як втома, сірість, зневіра і депресивність. Часто фігурували й вислови, як індустріальний занепад, відсутність майбутнього і сіра буденність. На третьому місці були відгуки з позитивними емоціями, які здебільшого залишали старші люди, які посилялись на стабільність, а також вислови, що це місто працьовитих людей.

Отже, емоційна ідентичність криворіжців є глибоко суперечливою. Є сильна локальна прив'язаність, яка поєднується із втомою, байдужістю і критичністю. Варто зазначити, що позитивні емоції від міста не пов'язані з його візуальною складовою, а ґрунтуються на життєвій траєкторії та стабільності. Це місто не надихає, але тримає. Власне тому є потреба стимулювати підсилення емоційної прив'язаності створюючи сучасний якісний благоустрій, що створить соціальне тепло та затишок. Крім того міська влада повинна сприймати голоси розчарування мешканців з точки зору запиту на змін, а не як розчаровані скарги.

На питання «Яке ваше улюблене місце у Львові та чому?», мешканці Львова наводили велику кількість варіантів, проте кілька з них згадувались значно частіше за інші. На першому місці очікувано площа Ринок, що вказує на символічну увагу до історичного центру міста та його атмосфери а колективній уяві мешканців. Власне це місце асоціюють з атмосферою старовини, привабливою архітектурою та туристичним шармом. Також в межах центру серед мешканців особливу любов заслужив проспект Свободи, а саме площа пер оперним театром. Саме тут на свята влаштовують ярмарки, а взимку приходять подивитись на головну ялинку міста. Варто зазначити, що до улюблених об'єктів міста потрапили зелені зони, а саме такі парки, як Високий Замок, Стрийський та парк ім. Івана Франка. Також для мешканців особливою є частина парку Знесіння, де розташований Шевченківський Гай. Крім цього мешканці міста часто згадували інші паркові зони та церкви, власне тут помітно високий рівень релігійності населення Галичини.

Якщо у Львові все-таки перевага була на стороні старовинної архітектури, то в Кривому розі на першому місці опинились зелені зони. Зокрема це такі об'єкти, як парк Героїв, ботанічний сад, Карачунівське водосховище, алея 200-каштанів та парк Мершавцева. Тобто мешканці індустріального міста цінують свої зелені зони відпочинку. Також в Кривому Розі мешканці цінують такі місця, де можна проводити неформальні зустрічі, зокрема це арт-простір «Територія» з культурними хабами, площа Визволення та 95-квартал. Цікаво, що навіть промислові об'єкти є серед улюблених місць, а зокрема це музей гірничої техніки, який на думку мешканців є символом унікальності міста. Також мешканці вказували інші варіанти, як наприклад власний двір, де пройшло дитинство.

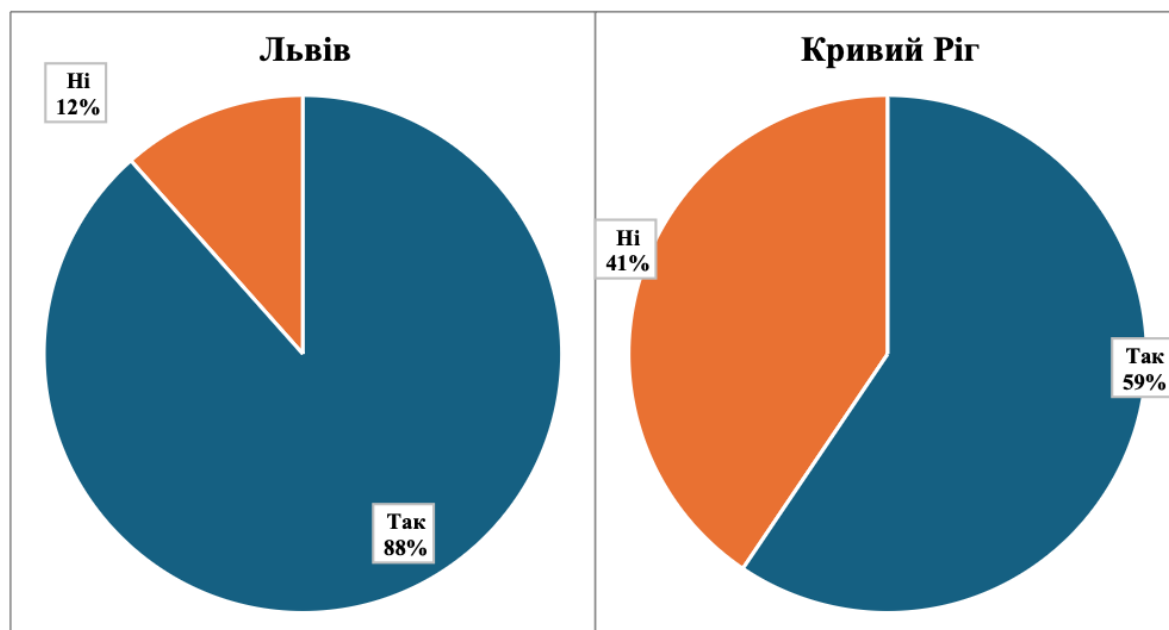


Рис. 4.4. Відчуття приналежності до міської спільноти

На питання «Чи відчуваєте ви себе частиною міської спільноти?» більшість Львів'ян відповіли «так», а от в Кривому Розі таких тільки трохи більше половини. Скоріш за все це пов'язано з тим, що у Львові є значно більше можливосте для того щоб залучати мешканців до прийняття рішень стосовно розвитку громади. Відповідно, коли мешканці відчувають та знають, що їх думка може бути почута, або вони можуть прийти з пропозицією, то в них виникає більше бажання робити місто та його громаду кращими. У Львові до повномасштабного вторгнення завжди відповідально ставились до ініціативи «громадський бюджет», коли кожен бажаючий міг зареєструвати власний проєкт за фінансування якого могли голосувати мешканці міста. Натомість в Кривому Розі особливо в реаліях сьогодення, коли місто поблизу зони активних бойових дій питання благоустрою є менш важливим ніж забезпечення безпеки для мешканців міста.

На питання «Як би ви описали характер вашого міста трьома словами?» респонденти зі Львова написали безліч варіантів, проте їх можна об'єднати в своєрідні блоки. Найчастіше слова стосувались історико-культурного блоку, як наприклад історичний, старовинний та культурний. Це очікуваний результат

адже історія та культура є ядром міської ідентичності Львова. Друге місце зайняв емоційно-атмосферний блок з такими характеристиками міста, як романтичний, атмосферний і таємничий, що вказує на міцний емоційний зв'язок львів'ян з містом. На третьому місці опинився своєрідний прогресивний європейський блок в якому Львів часто називали сучасним, незалежним і європейським. Що є виправданим, бо не тільки для мешканців Львів асоціюється з європейським цінностями. Також були характеристики Львова, як соціально-дружнього з такими словами, як повільний, гостинний і відкритий. Варто зазначити, що неформальне гасло міста звучить, як «Львів відкритий для світу». Крім того, часто зустрічалось слово – патріотичний.

В Кривому Розі слова асоціації помітно відрізняються від тих, які використовували львів'яни. Найбільше таких слів стосувались індустріально-робітничої тематики, а саме робочий, промисловий та індустріальний. Потім йшли слова з ментально-психологічною прив'язкою: витривалий, живучий, незламний і сильний. Крім цього були й слова, які характеризували географічно-просторовий аспект – гучний, прямий і протяжний. Ще були асоціації з середовищем та екологією і переважно це були синоніми до слів сірий, пилюжний та зелений. Варто зазначити, що були слова, як з позитивною так і негативною локальною прив'язкою, наприклад це чесний, рідний, справжній, втомлений і нерозкручений. Характер Кривого Рогу на думку його мешканців є міцним, витривалим, промисловим і щирим з помітним відтінком втоми, але з внутрішньою автентичністю та гідністю.

На питання «Чи берете ви участь у місцевих ініціативах, святах, обговореннях міських проєктів?» львів'яни найчастіше відповідали «так, іноді», трохи рідше «так, часто», в меншій мірі «ні, але хочу» і зовсім мало відповіло «ні, не хочу». Криворіжці на це питання відповідали по іншому найбільше відповідей було «ні, але хочу», менше «так, іноді», ще менше відповідей «ні, не хочу» і найрідше відповідали «так, часто» (див. рис. 4.5.). Це вказує на різний рівень зацікавлення мешканців. Серед львів'ян долучатись до місцевих ініціатив є більш поширеним явищем, як серед молоді так і серед старших осіб. Варто

зазначити, що криворіжці, які зараз не долучаються до такого, але хотіли б також репрезентувати осіб різного віку.

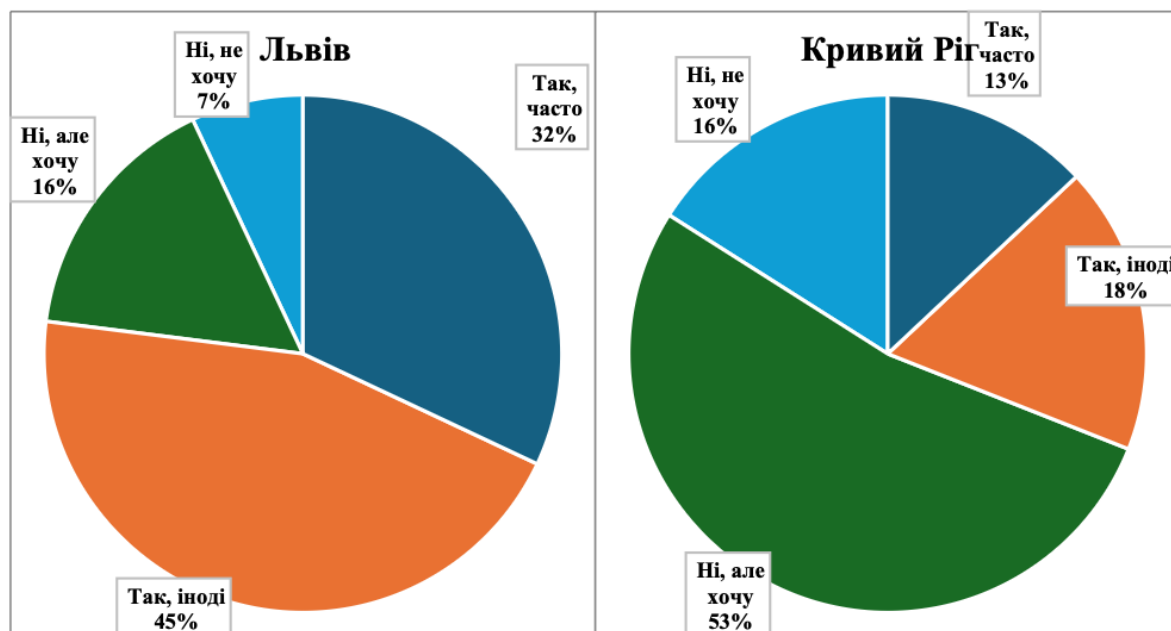


Рис. 4.5. Залученість в місцевих ініціативах

На запитання «Як часто ви відвідуєте культурні/громадські заходи у місті?» львів'яни очікувано відповідали, адже Львів це місто, де постійно відбуваються, якісь культурні заходи, або фестивалі. Відповідно кількість відповідей очікувано йшла по спадаючій від «дуже часто» до «дуже рідко». Натомість ситуація в Кривому Розі кардинально відрізняється адже там найчастіше фігурувала відповідь «іноді», а після неї йшли відповіді «рідко» та «часто» (див. рис. 4.6.). Це вказує на необхідності створювати більше можливостей для криворіжців, адже культурні заходи сприяють не тільки формуванню міської ідентичності, розвитку локального бренду, але й допомагає розвивати місто, як туристично привабливе.

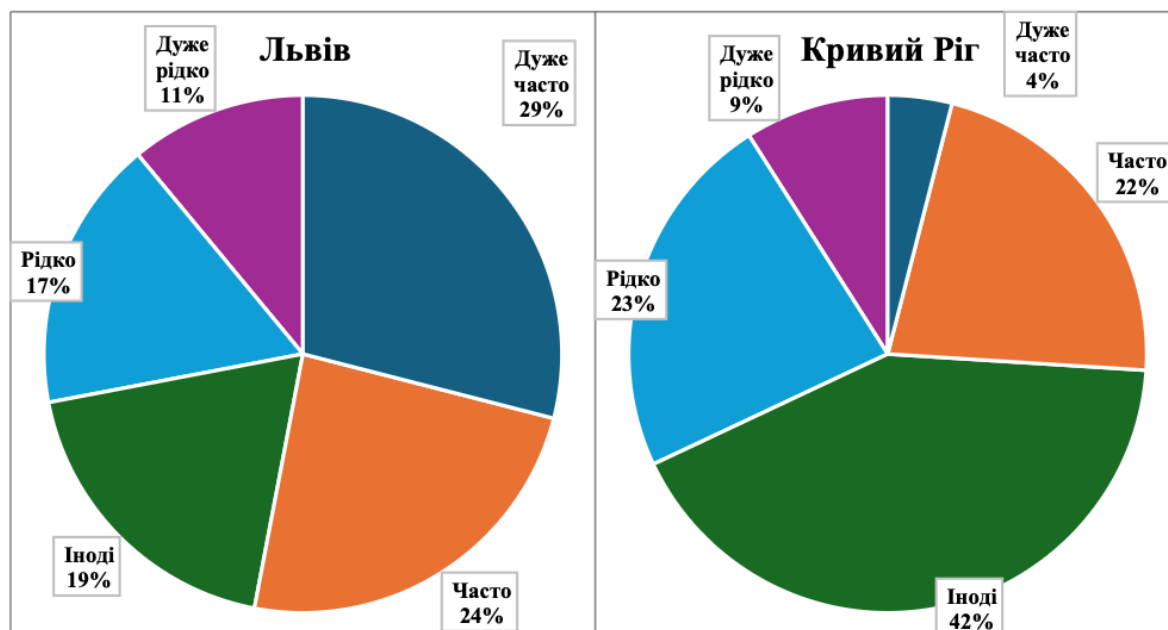


Рис. 4.6. Участь в культурних заходах

У відповідь на питання «Які зміни в місті вам подобаються за останні 5 років?» львів'яни переважно назвали по 2-3 приклади. В першу чергу вони оцінили «людинорісні» зміни, адже здебільшого згадували вело мережу та пішохідні простори, а також озеленення та створення комфортної навігації. Також мешканці Львова оцінили позитивні зміни пов'язані з історичною спадщиною, яка є їх гордістю. В місті активно займалися реставрацією старовинних будівель, або певних їх елементів, як наприклад програма співфінансування для відновлення історичних брам. Це демонструє глибоку емоційну прив'язаність до візуальної ідентичності Львова. Львів'яни також радіють від того, що занедбані об'єкти перетворюються на мистецькі простори, що сприяє розвитку Львова, як творчого міста. Дуже позитивним є зміна транспорту, а саме жовтих маршруток «Богдан» на великій й комфортні автобуси. Також мешканці Львова оцінили забезпечення доступності та інклюзивних умов.

Криворіжці натомість найбільше задоволені ремонтом доріг, облаштування освітлення та оновленням благоустрою прибудинкових територій, що вказує на орієнтацію, яка зосереджена на базовій інфраструктурній якості

життя. Також мешканці Кривого Рогу задоволені позитивним змінам в межах зелених зон, адже висаджувались нові дерева, розвивались парки та сквери. Тобто для криворіжців важливо знаходитись в балансі між природним та міським середовищем у місті. Мешканці дуже задоволені оновленими дитячими майданчиками.

Отже, за останні 5 років Львів намагався стати комфортним та доступним містом для всіх навіть з впровадженням екологічних ініціатив. Кривий Ріг був зосереджений на покращенні фізичної інфраструктури для покращення якості життя.

В анкеті було представлено питання, яке звучало таким чином: «Що б ви хотіли змінити в місті?». І насправді варіативність відповідей на нього була одна з найбільших. На першому місці у львів'ян була транспортна тема, бо вони дуже незадоволені, яким чином реалізована система електронного квитка, а власники приватних авто незадоволені відсутністю достатньої кількості паркомісць та ціною існуючих. На другому місці у Львові проблема відходів, адже на деяких вулицях міста смітєві контейнери просто відсутні, а також є багато питань до дуже повільного процесу будівництва смітєвого сортувального і переробного заводу. Мешканці також хотіли б отримати захист для зелених зон та заборонити будівництво сучасної архітектури в історичному центрі. Також у Львові є запит на покращення інклюзивних умов в місті для забезпечення доступності.

В Кривому Розі першочерговий запит також стосувався транспорту, але в поєднанні з дорогами. Більша половина респондентів вказала, що хоче ремонту доріг з кращими тротуарами та комфортними зупинками. На другому місці криворіжці мають запит на покращення екологічної ситуації. У зв'язку з високим рівнем індустріалізації в місті сумнівна якість атмосферного повітря. Також мешканці хотіли б позбутися сірості міста і зробити його візуально приємнішим. Цей запит включає реставрацію фасадів, ліквідацію занедбаних будівель та створення якісного благоустрою. Також криворіжці відчують потребу в оновленні благоустрою парків, заміні дитячих майданчиків та оновленні культурних просторів.

У відповідь на питання «Які символи або образи асоціює з містом?» респонденти зі Львова відповідали сукупністю кількох різних образів. Найчастіше респонденти давали типові відповіді – «запах кави», «дощ», «леви на будівлях», «бруківка», «вузькі вулиці», «вуличні музиканти», «книги», «трамвай», «куполи і вежі старовинних храмів», «фасади кам'яниць», «ратуша» і «культурна інтелігенція». Респонденти з Кривого Рогу переважно давали відповіді, які стосувались індустріального характеру міста. Наприклад «шахти», «кар'єри», «металургія», «терикони» і «дим». Тобто Кривий Ріг це місто образ якого міцно переплетений з важкою працею.

На питання «Яку роль у формуванні міської ідентичності відіграють місцеві ЗМІ?» мешканці Львова відповідали «вони нагадують про історію», «іноді перебільшують позитив, приховують проблеми», «показують Львів, як культурну столицю, що посилює гордість», «знайомлять з подіями та фестивалями», «формують образ львів'янина». Варто зазначити, що майже половина респондентів вважає, що ЗМІ відіграють позитивну роль, адже посилюють відчуття належності та гордості за місто. Чверть респондентів вважає, що ЗМІ створюють образ «типового львів'янина» ідеалізуючи мешканців міста. Тільки деякі респонденти вважають, що це корисний інструмент для виявлення міських проблем, а ще частина, що це чудовий інструмент для вираження історичної тематики.

Респонденти з Кривого Рогу вважають, що локальні ЗМІ це джерело практичної інформації, який допомагає в повсякденному житті, але не сприяє розвитку ідентичності. Крім того часто зустрічались відповіді, які вказували на недовіру та звинувачували ЗМІ в роботі на користь влади, а не громади. Варто зазначити, що порівняно зі Львовом ЗМІ Кривого Рогу мало уваги приділяють висвітленню культурної, або історичної ідентичності. Крім того мало висвітлюються і культурні події в місті.

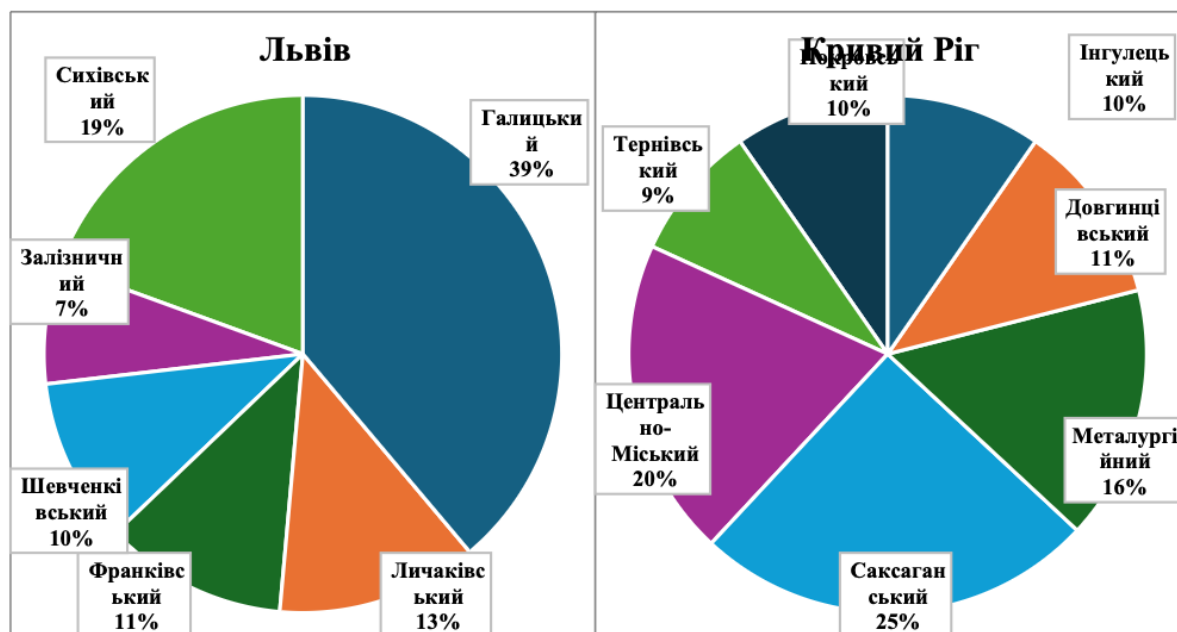


Рис. 4.7. Райони, де мешканці проводять найбільше часу

Розглянувши діаграму вище (див. рис. 4.7.) можна побачити, що у Львові респонденти на питання «У яких районах міста ви проводите найбільше часу? Чому?» найчастіше відповідали про Галицький район, який є найменшим, але охоплює центральну частину міста. Це старе місто, де зосереджене життя Львова, а також навчання, робота та найбільша кількість громадських закладів та публічних просторів. Варто зазначити, що його згадували мешканці зі всіх районів міста. На другому місці Сихівський район, де проживає найбільше мешканців у місті. Його згадують, як місце комфортне для життя та дозвілля, де є все необхідне для життя. Личаківський район переважно асоціюється зі спокійним тихим життям, великою кількістю зелених зон та старовинною архітектурою.

В Кривому Розі лідер за згадками – Саксаганський район, який мешканці вважають найзручнішим, бо там є житло та інфраструктура для дозвілля. На другому місці Центрально-Міський район, який цінують за атмосферу та тяжіння до культурного життя. Третю позицію займає Металургійний район, де люди проводять багато часу на роботі. Довгинцівський та Інгулецький райони є базовими спальними районами, а Покровський і Тернівський це локальні райони

з високим показником самоідентифікації. Варто зазначити, що переважно мешканці використовують інфраструктуру власного району, але тяжіють до центральних локацій.

В анкеті також було таке питання «Чи відчуваєте ви комфорт у публічному просторі міста (парки, вулиці, площі)?». Більшість респондентів зі Львова, фактично майже половина загалом відчувають комфорт, а особливо в зоні історичного центру. Приблизно 30% респондентів зазначали, що рівень комфорту в різних частинах міста відрізняється, що пов'язано із нерівномірним розвитком публічних просторів в місті. Головними перешкодами для комфорту є транспортний хаос, недостатня кількість елементів благоустрою та не велика частина повністю інклюзивних територій.

Також в респондентів обох місць запитували про характерні для міста свята, зокрема це звучало так: «Які традиції чи свята вважаєте характерними для вашого міста?». У Львові ключовими є релігійні та родинні свята. Найсильніше асоціюють місто із Різдвом та Великоднем. Львів'яни пишаються тим, як туристів вражають вуличні вертепи та гаївки в Шевченківському Гаю. У Львові також проводиться багато фестивалів, які є своєрідним маркером міста. Львів'яни високо цінують культурні фестивалі, які створюють місту обличчя європейського. Наприклад це фестивалі: кави, шоколаду, музики та інші.

В Кривому Розі на першому місці свята пов'язані з індустріальною гордістю. Найчастіше згадували свята, які пов'язані з гірничою та металургійною галузями. Наприклад це День гірника, День металурга, а також корпоративні заходи різних підприємств. День міст це основне свято локальної ідентичності для мешканців. Його згадували понад 60% респондентів, бо воно включає ярмарки, концерти, шоу та інші яскраві події.

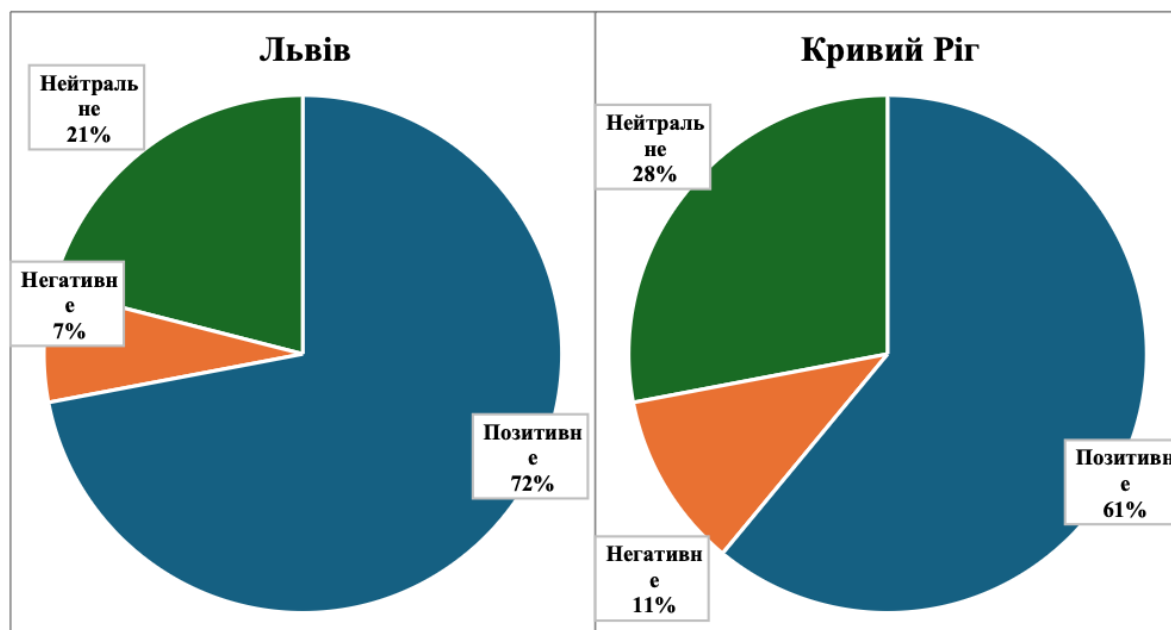


Рис. 4.8. Ставлення до нових мешканців міста

Якщо звернути увагу на діаграму вище (див. рис. 4.8.), то можна побачити, що Львів, як туристичне та освітнє місто більш позитивно сприймає переселенців. Крім того деякі респонденти залишали відповіді через варіант власної відповіді: «залежить від поведінки», «позитивно, якщо інтегруються» та «з обережністю, бо виникає конкуренція за робочі місця».

На питання «Чи хотіли б ви переїхати до іншого міста? Якщо так — чому?», більшість респондентів зі Львова відповіла, що ні, бо їх влаштовує життя в місті й вони відчувають сильну міську ідентичність, а також задоволені рівнем життя. Проте частина львів'ян хотіла б переїхати у зв'язку з кар'єрними перспективами, або освітніми можливостями. Часто згадувалися міста Європи і тільки Київ серед міст України є привабливішим для львів'ян ніж їх рідне місто. Найменша частка осіб вказали, що не хотіли б переїздити, але вимушені адже життя у Львові для них надто дороге.

Ситуація з відповідями від криворіжців відрізняється, адже більша половина мешканців хотіла б переїхати у зв'язку з відсутністю кар'єрних можливостей, погане екологічний стан, низький рівень якості міського простору,

а також освітні та сімейні фактори. Батьки прагнуть безпеки та хорошого майбутнього для своїх дітей.

На питання «Які кольори, архітектурні елементи або локації символізують для вас це місто?» львів'яни відповіли, що кольорова палітра міста для них є в коричнево-сірій гамі, яка відображає кам'яні споруди, черепичні дахи та бруківку. У випадку з архітектурою найбільш виразними є барокова та австрійська спадщина, проте особливе місце займає галицька сецесія. Також особливе місце посідають скульптури кам'яних левів. Крім цього у Львові збереглась велика кількість брукованих вулиць та автентичних вхідних брам. До символічних місць відноситься історична частина міста, Високий Замок та Собор Святого Юра.

Респонденти з Кривого Рогу здебільшого асоціювали місто з червоним, сірим та чорним кольорами. Де червоний символізував для мешканців колір рудної землі, а чорний та сірий образ індустріального міста. В архітектурі переважає індустріальна та радянська архітектура. Житлова забудова це типові панельні будинки, а характерною рисою промислової архітектури є домені печі. Найбільш символічною локацією міста є його центр, який відомий, як 95 квартал.

«Наскільки міська символіка (герб, прапор, гасло) впливає на ваше сприйняття міста?» це питання на яке львів'яни стримано відповідали. Для більшості мешканців міста ці елементи мають другорядну роль у формуванні міської ідентичності. Тільки третина населення міста вважає їх важливими, особливо з емоційної точки зору, а от більшість інших ставиться до них нейтрально, бо ці елементи на їх думку тільки доповнюють загальний образ Львова, а не є його визначальними рисами. Варто зазначити, що вплив цих символів може зростати за рахунок освітніх, культурних та туристичних кампаній, які ідентифікують значення символів та їх зв'язок з містом.

Ситуація в Кривому Розі подібна адже переважає помірний вплив. Для них ці елементи несуть інформативну або ритуальну функцію, а не емоційну або ідентифікаційну. Тільки чверть криворіжців сприймають їх, як частину особистої міської ідентичності без стереотипів про індустріальний образ.



Рис. 4.9. Логотипи Львова і Кривого Рогу [31][30]

Для того щоб перевірити силу міського бренду в анкетах для обох міст було питання про вигляд міського логотипу (див. рис. 4.9). Більшість мешканців Львова правильно вказали, що на логотипі зображені вежі, але для багатьох виявилось труднощами їх ідентифікувати. Найчастіше впізнають саме ратушу, а тоді по спадаючій дзвіницю Латинської катедри, вежу Корнякта, вежу Бернардинів і вежу Вірменського собору. Більша половина від тих, хто знає, як виглядає логотип Львова також змогли вказати неформальне гасло. Більша половина респондентів Кривого Рогу змогла вказати правильно, що логотип Львова це вежі, але назвати змогли тільки ратушу. Крім того деякі криворіжці думали, що на логотипі Львова зображений лев, або оперний театр. Також криворіжці здебільшого могли назвати подібне до справжнього неофіційне гасло Львова.

Криворіжці свій логотип та неофіційне гасло знають дуже добре. Натомість львів'яни тільки робили припущення, що на логотипі є кривий ріг, а в гаслі є згадка про довжину міста. Отже помітно, що Львів за рахунок багатшої культурної спадщини та туристичного потенціалу має потужніший міський бренд, який відомий навіть на великій відстані від нього, а от Кривий Ріг має активно розвивати те що має щоб намагатись конкурувати з такими містами, як Львів.

Також в межах дослідження у Львові проводилось глибинне інтерв'ю з 20 респондентами на тему «міської ідентичності». В інтерв'ю брали участь особи віком від 20 до 60 років, які демонстрували стійке відчуття приналежності до міста, як культурного центру. Стосовно культурної спадщини респонденти висловлювались, як про ядро ідентичності. Майже всі згадували архітектуру, фестивалі та кавову культуру Львова. Також вони зазначали важливість збереження великодніх та різдвяних традицій, а також дня міста. Також для респондентів було важливо зазначити, що Львів це місто, де розмовляють українською, більшість з них негативно реагують на розмови ВПО російською мовою.

Ставлення мешканців до туризму неоднозначне, вони пишаються тим, що місто популярне та привертає увагу не тільки українців, але й європейців, проте надмірне туристичне навантаження та комерціалізація створюють дискомфорт ніби місто в першу чергу саме для туристів, а тоді вже для мешканців. Також вдалось дізнатись, що молодші респонденти частіше бажали б розвитку міста, як сучасного, також вони більш позитивно ставляться до сучасної забудови в історичній частині міста на відміну від старших осіб, які реагують агресивно.

В місті відчувається бажання зберегти його автентичність, але без змикання в традиціях, тобто мешканці прагнуть досягнення балансу між живим та історичним Львовом.

4.2. Аналіз та характеристика міської ідентичності в модельних містах

Опираючись на результати дослідження та аналіз інформаційних джерел було прийнято рішення здійснити SWOT-аналіз міської ідентичності Львова (див. табл. 4.1.) і Кривого Рогу (див. табл. 4.2.).

Львів має безліч сильних сторін, одна з основних це історична спадщина та цінна архітектура, яка репрезентує різні епохи та є занесена в список світової спадщини ЮНЕСКО, що підтверджує глобальну культурну історичну цінність.

Таке історичне середовище створює своєрідну автентичну атмосферу, що формує гордість мешканців та приваблює туристів.

Таблиця 4.1. SWOT-аналіз міської ідентичності Львова

Сильні сторони	Слабкі сторони
історична спадщина та архітектура; велика кількість культурних просторів та заходів; європейський дух та адаптивність; активна громадська участь; освітній та туристичний центр; інклюзія та доступність; сильний бренд міста.	сезонна надмірна туристична активність; інфраструктурні проблеми; нерівномірний розвиток міського простору; комерціалізація міської ідентичності; пропагандистські наративи.
Можливості	Недоліки
розвиток сталого туризму; підсилення локального бренду; ІТ та креативні індустрії; реконструкції спальних районів; міжнародна співпраця.	військова загроза; економічна не стабільність; джентрифікація; втрата культурної автентичності; застаріле управління містом.

Також Львів знаменитий великою кількістю культурних та мистецьких просторів, а також заходів та фестивалів, які формують інтенсивне культурне життя. В міст також чудові умови для розвитку креативних індустрій. Місто має сильні європейські зв'язки та активно переймає західний досвід. Львів одне з зразкових міст з точки зору інтеграції до європейського союзу, а зокрема його інтелектуального та культурного простору.

Виразна риса Львів'ян, яка є сильною стороною це активна громадська участь. Львів це місто, де велика частка молоді активно волонтерить в різних сферах. Містяни активно долучаються до формування розвитку просторів, локальних політик та урбаністичних змін. Крім цього Львів є потужним

туристичним та освітнім хабом України. Тут є провідні університети, які приваблюють молодь зі всієї країни, а туристичний імідж міста робить його знаменитим на рівні всієї Європи.

Крім цього до сильних сторін міста варто віднести створення інклюзивних умов та забезпечення доступності. На жаль, даний процес дуже активізувався внаслідок розташування у Львові реабілітаційних центрів для військових. Окрім цього Львів може похвалитись сильним брендом, адже це місто кави, фестивалів, а також «культурна столиця України», де часто падають дощі. Логотип міста та неформальне гасло є широко впізнаваними.

Проте окрім сильних сторін місто має і ряд слабкостей. Зокрема одна з таких слабкостей це сезонна надмірна туристична активність, яка зумовлює такі проблеми, як надмірне навантаження на інфраструктуру, а особливо транспортну, створення дискомфорту для мешканців, зростання цін на проживання та послуги, а також втрата автентичності, коли зникає межа між повсякденним життям мешканців та туристичним потоком.

Не зважаючи на стрімкий розвиток міста є ряд важливих інфраструктурних проблем. Наприклад інженерні мережі потребують заміни, каналізація за умов грози часто не може впоратись з кількістю води, що призводить до затоплення вулиць. Крім того в місті постійні затори, а реалізація електронного квитка викликала у львів'ян та гостей міста більше роздратування ніж користі. Постійно відчувається дефіцит паркомісць, вело мережа та пішохідні простори погано сполучаються один з одним. Крім того просторовий розвиток міста не рівномірний, міська влада не шкодує грошей на центр, а от периферійні райони майже не розвивають. На благоустрій спальних районів менше інвестують. Крім того розподіл зелених зон по місту нерівномірний це ж стосується і культурних просторів. Такий нерівномірний розвиток порушує відчуття єдності серед населення.

Значною проблемою є комерціалізація простору, коли мешканці центру мусять переплачувати в магазинах за продукти, бо там йде націнка для туристів. Крім того іноді бізнес-інтереси влада ставить вище за інтереси мешканців. Також

це зумовлює загрозу втрати історичної автентичності заради популярності. Зараз імідж міста страждає через пропагандистські наративи, бо Львів намагаються використовувати в інформаційних маніпуляціях. Особливо, коли через певних осіб псується враження про всю громаду. Зараз багато мешканців України почали зневажливо висловлюватись про Львів та використовувати наративи «Фортеця Львів», тобто відбувається розділення суспільства за регіональною ознакою.

Серед можливостей у Львові варто відзначити розвиток сталого туризму, адже місто має потенціал для того щоб перетворити масовий туризм на якісний. Не тільки центр Львова має потенціал для туризму тому необхідно розвести потоки туристів за межі центру. Також необхідно підтримувати локальні ініціативи для збереження автентичності. Є можливість розвивати екотуризм і культурний туризм з акцентом на сталість. Регулювати туристичну інфраструктуру з урахуванням інтересів мешканців для досягнення балансу між культурною спадщиною та економічною вигодою.

Також місто не зважаючи на сильний локальний бренд може його посилювати. Зокрема це можна реалізувати, якщо не акцентувати увагу тільки на каві та фестивалях, а також розвивати освітні, соціальні та екологічні теми. Просувати образ Львова, як інноваційного міста з активною громадою та сталим розвитком.

Вже станом на сьогодні Львів є одним із лідерів IT-сектору в Україні, що зумовлює потенціал для створення нових робочих місць, та розвитку культурної індустрії. Місто може стати технологічним та інтелектуальним центром. Є можливість налагодити взаємодію між творчим та історичним середовищем. Місто має багато стартапів, які може підтримати, що посприє переосмисленню міста.

Також є можливості для реконструкції спальних районів, а особливо ти, де велике скупчення радянської забудови. Громадські простори та інфраструктуру можна модернізувати з залученням громади до планування. Створення нових зелених зон та велоінфраструктури з повною інклюзією може сприяти розвитку

культурної децентралізації, коли мистецькі осередки більше не будуть зосереджені тільки в центрі. Рівномірний розвиток міста дуже важливий.

Завдяки усталеним зв'язкам з Європою Львів має перспективи розвитку міжнародної співпраці в різних сферах, як наприклад урбаністика, сталий розвиток та культура. Відповідно ці зв'язки дозволяють залучати партнерів, інвесторів та гранти. Також міжнародна співпраця посприє підвищенню глобальної видимості міста.

Серед загроз та недоліків першочергово варто зазначити військову загрозу. В місті було кілька серйозних прильотів, що створює ризики для туристів і мешканців, а також впливає на зниження привабливості для інвестицій, крім того зростає навантаження на місто за рахунок стрімкого зростання кількості населення.

Також зараз виникла проблема пов'язана з економічною нестабільністю, бо через дефіцит бюджету скоротилось фінансування міських програм. Крім того малий бізнес тепер має ще більше викликів. Не сприяє також відтік молоді з міста, яка виїжджає в Європу.

До загроз також відноситься джентрифікація, адже життя в центральних районах міста стає все дорожчим, що витісняє місцевих жителів. Комерціалізація простору є економічно вигідною для бізнесу, але соціально не вигідною для мешканців. Львів може перетворитись на вітринне місто без реального життя.

Надмірний розвиток туристичної привабливості негативно впливає на культурні наративи адже сприяє їх спрощенню. Витісняються традиційні ремесла, мова побуту та автентична гастрономія. Відбувається підміна культурних понять, що розмиває ідентичність Львова. Управління містом є застарілим і акцентованим на туризм відповідно потрібно його міняти для досягнення балансу.

Кривий Ріг, як і Львів має свої сильні сторони тільки вони кардинально інші. Кривий Ріг є потужним індустріальним центром і серцем гірничо-металургійного комплексу. Місто знамените багатовіковою традицією видобутку та переробки залізної руди.

Таблиця 4.2. SWOT-аналіз міської ідентичності Кривого Рогу

Сильні сторони	Слабкі сторони
індустріальна унікальність; географічна унікальність - найдовше місто України; міцне трудове коріння; освітній та науковий потенціал; наявність яскравої локальної самоідентифікації.	сильна техногенна спадщина; стереотип «промислового міста»; недостатній рівень розвитку креативних індустрій; фрагментована структура міста; відсутність класичного туристичного потенціалу.
Можливості	Недоліки
переосмислення індустріальної спадщини; розвиток урбаністичних ініціатив; промоція власної автентики; ІТ-сфера і технічна освіта; громадські ініціативи та нові культурні події.	залежність від промисловості; міграція молоді; низький рівень зовнішнього іміджу; погіршення екологічної ситуації; воєнні ризики та економічна вразливість.

Місто знамените своєю географічною унікальністю, бо це найдовше місто України – 126 км. Воно простягається вздовж річки Інгулець та залізничного басейну. Воно сформоване унікальними кластерами логістичних, житлових та промислових мікрорайонів.

Також сильною стороною міста є працьовитість та трудова культура мешканців. Крім цього в місті можна отримати хорошу вищу освіту. Окремої уваги заслуговує потужний локальний патріотизм та сила громади.

Місто окрім сильних сторін має і слабкі, зокрема сюди входить техногенна спадщина. Важка промисловість негативно вплинула на довкілля: забруднення ґрунту, води й повітря, а також техногенне навантаження. Це підкріпило стереотип, що Кривий Ріг це суто промислове місто, навіть скоріше

індустріальний гігант. Низький рівень розвитку креативних індустрій не сприяє боротьбі з стереотипами.

Крім цього специфічна форма міста зумовила фрагментарну структуру, де є суто житлові, промислові, або інші осередки. Відчувається дефіцит публічних просторів для взаємодії мешканців. Також в місті немає ресурсів з класичним туристичним потенціалом, тобто історичної архітектури, або курортних умов. Місто може розвивати специфічний туризм, який потребує нестандартного брендингу.

До можливостей Кривого Рогу варто віднести переосмислення індустріальної спадщини, адже промислові об'єкти в розвинутих країнах часто перетворюють на різні креативні простори, музеї або лофти. Тобто перетворити проблему в перевагу. Крім того в місті є урбаністичні ініціативи, які можна розвивати, що сприятиме позитивним змінам.

Насправді місто має багату автентичну, просто специфічну, яку воно має розвивати. Також в місті розвивається ІТ-сфера і технічна освіта, що може стати точкою притягання для молоді. Також в місті є громадські ініціативи, які сприяють розвитку нових культурних подій. Різні фестивалі і воркшопи можуть зацікавити туристів.

Основна загроза Кривого Рогу це залежність від промисловості, адже фактично на ній тримається вся економіка міста і випадку зупинки підприємств на місто чекатиме економічна криза. Обмежені можливості для самореалізації змушують молодь шукати щастя в інших місцях, тобто місто втрачає свій людський потенціал. Низький рівень зовнішнього іміджу є причиною слабого міського бренду. Погіршення стану довкілля може призводити до погіршення самопочуття його мешканців та відштовхувати нових. Також такий стан екології може спонукати людей не народжувати дітей в таких умовах.

Крім того станом на сьогодні є особливо гостра загроза – війна, адже місто розташоване дуже близько до межі активних бойових дій, що може призводити до того, що спочатку лунають вибухи, а тільки після них тривога. Тому

першочергово витрати на місто мають бути орієнтовані на забезпечення якісного укріплення для кожного мешканця міста.

Загалом порівнюючи міста можна побачити їх контрастні відмінності, які формувались протягом всього їх існування. Проте загалом Львів має більше сильних сторін та можливостей, а перед Кривим Рогом значно більше викликів для боротьби зі слабкими сторонами та уникненням загроз. Незважаючи на це Кривий Ріг є перспективним містом, яке має власний колорит та особливості, які роблять його унікальним навіть на фоні інших індустріальних міст.

Звичайно в умовах війни поблизу зони активних бойових дій проводити заходи з трансформації міста є нерозсудливим рішенням. Для реалізації значних кроків необхідно виграти війну, проте реалізація дрібних речей є важливою. Саме дрібниці дозволяють створити комфорт для мешканців, які формують спільноту, яка в свою чергу формує власне міську ідентичність.

Власне на основі цих SWOT-аналізів та соціальному анкетуванню було виявлено, які райони краще репрезентують загально міську ідентичність. Для оцінки репрезентативності враховувалась якість життя в районі, а також наявність якихось елементів формування ідентичності, як наприклад цінні архітектурні об'єкти, або зелені зони. На основі цієї інформації були створені ментальні карти для візуалізації осередків міської ідентичності (див. рис. 4.10 і 4.11).

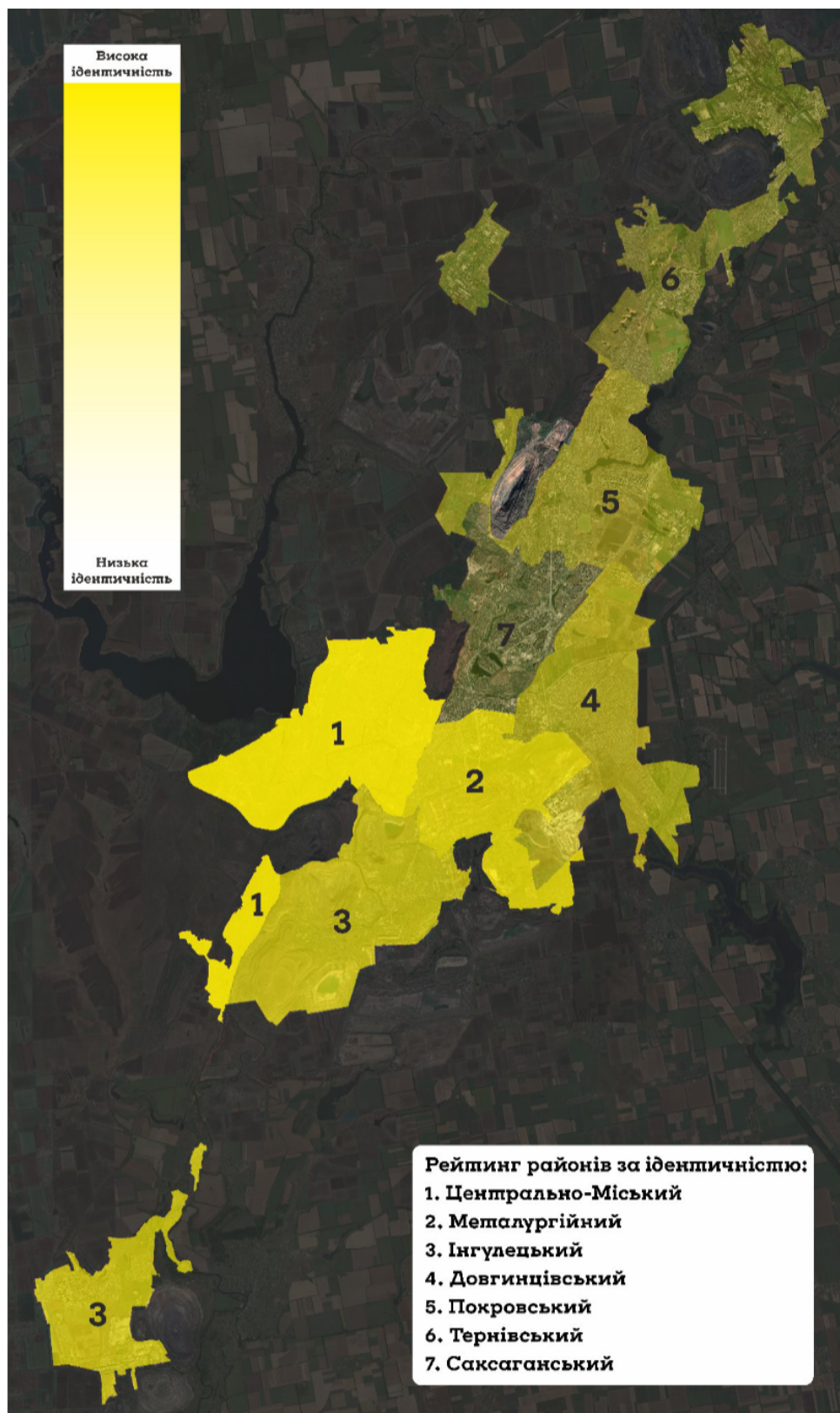


Рис. 4.10. Осередки міської ідентичності в Кривому Розі

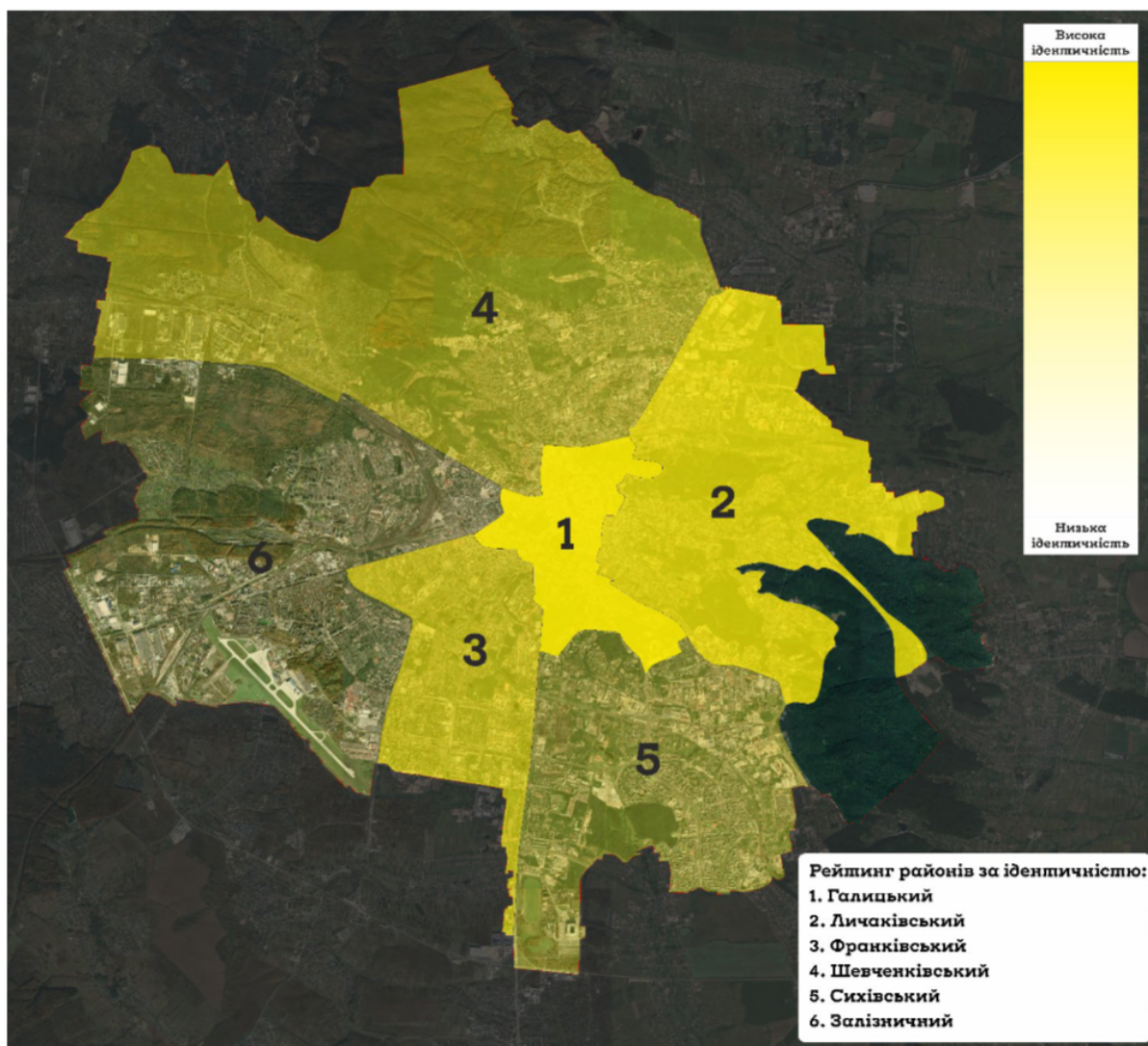


Рис. 4.11. Осередки міської ідентичності у Львові

В обох випадках можна побачити, що основне ядро ідентичності це історичний центр – місце звідки починалась історія цих міст. Саме там переважно найбільше громадських просторів та історичної архітектури. Також до місць з високою локальною ідентичністю належать зелені райони – тобто території, де багато зелених зон: парків, скверів та набережних.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило комплексно дослідити регіональні відмінності у формуванні міської ідентичності в межах України з розробкою ряду важливих прикладних та наукових висновків.

В першу чергу було підтверджено основну гіпотезу, що міська ідентичність це багатовимірний та складний соціокультурний конструкт, який формується за рахунок впливу ряду взаємопов'язаних чинників, як архітектурне середовище, історичний контекст, соціально-економічна структура, культурні практики, інституційна організація міського життя, географічне положення, локальні наративи, міграційні процеси, участь мешканців в житті громади, а також колективній пам'яті.

Регіональна специфіка помітно впливає на формування міської ідентичності та зумовлює значні відмінності в сприйнятті мешканців свого міста, його символів, образу, історичної спадщини та цінності.

Аналіз контрастних модельних міст Кривого Рогу та Львова дав можливість наочно продемонструвати, що тип міста визначає домінуючі наративи ідентичності, сили бреду, соціокультурної динаміки та рівня ототожнення мешканців і міського простору. Власне Львів репрезентує середньовічне європейське місто, а Кривий Ріг індустріальне радянське. Власне у зв'язку з цим у Львова чітка орієнтація на європейську спадщину з особливою гордістю за австрійський період та негативним сприйняттям радянської типової нав'язаної культури. Кривий Ріг постійно бореться проти сприйняття міста, як міста-заводу, проте слабший міський бренд та мало розвинута туристична інфраструктура цьому перешкоджають [25].

Важливою складовою роботи став емпіричний етап дослідження, що включав соціологічне анкетування в якому прийняли участь 631 респондент зі Львова та 503 респонденти з Кривого рогу, а також глибинне інтерв'ю з 20 респондентами у Львові. Інтерв'ювання в Кривому Розі не проводилось у зв'язку з безпековими питаннями. Також на основі аналізу інформаційних ресурсів та

отриманих результатів дослідження було здійснено SWOT-аналіз міської ідентичності обох міст. Було створено ментальні карти, які відображають репрезентативність районів міст, як осередків, що формують загальновизнану міську ідентичність. Крім цього було здійснено порівняння обох міст для виявлення регіональних особливостей. За результатами анкетування стало відомо, що тривалість проживання в місті має значний вплив на рівень ідентифікації з ним. Мешканці міста, які не народились в ньому не сприймають себе повноцінними мешканцями і зберігають ідентифікацію з місцем народження. Тому можна стверджувати, що прийняття міським середовищем новоприбулих є важливим елементом її інтеграції в локальні спільноти.

Також з'ясувалось, що у великих містах завжди формуються різні локальні ідентичності на рівні районів і мікрорайонів, що вказує на фрагментацію міського простору в розумінні мешканців. Це вимагає врахування багатошарової структури ідентичності для розробки стратегій брендингу та розвитку міста в контексті урбаністичної політики.

Обидва міста мають загальну тенденцію до негативного сприйняття сучасної архітектури в історичному середовищі, тобто мешканці надають перевагу імітації та бутафорії. Проте мешканці Львова активніше залучені в громадську діяльність і активно беруть участь в публічних ініціативах та обговореннях спрямованих на збереження історичного вигляду міста та грамотному сучасному розвитку. Львів'яни мають вищий рівень локального активізму.

На основі результатів анкетування вдалося підтвердити, що міський бренд є важливим інструментом для формування колективної ідентичності. Власне Львів демонструє сильніший бренд хоча деякі мешканці Кривого Рогу вважали, що на логотипі міста зображений лев, або оперний театр, бо для них Львів це місто з багатою архітектурною спадщиною та європейськими цінностями, а також глибокою історією та культурою. Проте навіть мешканці Львова не завжди можуть ідентифікувати вежі на офіційному логотипі. У випадку з Кривим Рогом, то респонденти обох міст без помилково вказували Кривий Ріг, проте львів'яни

могли робити це інтуїтивно опираючись на назву міста. Загалом бренд Кривого Рогу є слабшим за львівський, бо місто не є таким потужним туристичним центром і відповідного багатства туристичних ресурсів.

Варто зазначити, що досвід обох міст вказує, що розвиток місцевого самоврядування, культурна політика, створення міських наративів, переосмислення спадщини та підтримка громадських ініціатив позитивно впливають на відчуття приналежності до міста.

Таким чином результати дослідження мають теоретичне та практичне значення. Вони можуть використовуватись при розробці стратегій міського розвитку у брендингу територій, сфері урбаністики, локальної культурної політики і формування інструментів інтеграції новоприбулих мешканців в міське середовище. Проте є перспективи для майбутніх досліджень щоб зробити порівняльний аналіз міст інших типів наприклад міст-курортів, або малих міст, а також дослідження впливу війни на трансформацію міської ідентичності, а також досліджувати зміни сприйняття міської ідентичності різними поколіннями.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ahmad Nia, H. Globalization and the Challenge of Urban Identity. Proceedings of the International Conference of Contemporary Affairs in Architecture and Urbanism-ICCAUA. 2023. Vol. 6, No. 1. P. 859–864. URL: <https://doi.org/10.38027/iccaua2023en0336>
2. Bucher S., Nováková Š. Territorial Aspects of Regional Identity and Respondents' Identification with the Region and Place: Case Study of Slovakia. *Eastern European Countryside*. 2015. Vol. 21. P. 81–109. URL: <https://doi.org/10.1515/eec-2015-0005>
3. Cuesta Moreno O. J. La influencia de la crónica periodística en la constitución de la identidad urbana. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*. 2018. Vol. 24. P. 501–513. URL: <https://doi.org/10.5209/ESMP.59963>
4. Fedchenko D., Ishchenko A., Kharazishvili Y. Urban Green Spaces and Citizens' Quality of Life: Case Study of Kyiv City. *E3S Web of Conferences*. 2021. Vol. 258. P. 06011. URL: <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202125806011>
5. Gnatiuk O., Melnychuk A. Identities with Historical Regions – are they Adapting to Modern Administrative Division? The Case of Ukraine. *European Spatial Research and Policy*. 2019. Vol. 26, No. 1. P. 175–194. URL: [10.18778/1231-1952.26.1.09](https://doi.org/10.18778/1231-1952.26.1.09)
6. Ilovan O.-R., Istrate M. Guest Editorial: Territorial Identities and Heritage. A Constructivist Approach. *Journal of Settlements and Spatial Planning*. 2021. Special Issue no. 7. P. 1–4. URL: [10.24193/JSSPSI.2021.7.01](https://doi.org/10.24193/JSSPSI.2021.7.01)
7. Konopski M. The Role of Administrative Borders in Determining Regional Identity: The Case of Podlasie, Poland. *Moravian Geographical Reports*. 2021. Vol. 29, No. 1. P. 53–70. URL: [10.2478/mgr-2021-0005](https://doi.org/10.2478/mgr-2021-0005)
8. Korzhov H. O. Features of Territorial Identification of the Population of Modern Ukraine. *Ukrainian Socium*. 2010. No. 2(33). P. 31–43. URL: [10.15407/socium2010.02.031](https://doi.org/10.15407/socium2010.02.031)
9. Kravchuk M. A. Negotiating Memory through Urban Space: Post-Soviet Spatial Identity in Ukrainian Cities. *Japanese Journal of Human Geography*. 2024. Vol. 76, No. 1. P. 1–18. DOI: <https://doi.org/10.1080/13467581.2024.2373831>
10. Melnychuk A., Gnatiuk O. Regional identity and the renewal of spatial administrative structures: The case of Podolia, Ukraine. *Moravian Geographical Reports*. 2018. Vol. 26, No. 1. P. 42–54. URL: [10.2478/mgr-2018-0004](https://doi.org/10.2478/mgr-2018-0004)
11. Nedović-Budić Z., Cavrić B. I., Gačić J. Waves of Planning: A Framework for Studying the Evolution of Planning Systems and Empirical Insights from Serbia and Montenegro. *Spatium*. 2009. No. 21. P. 66–73. URL: <https://doi.org/10.2298/SPAT0921066N>
12. Novikova E., Mityagina V., Gureeva A., Makhortova T. Branding in Urban Discourse Space: Region's Identity as Attraction Factor. *SHS Web of Conferences*. 2018. Vol. 50. P. 01066. URL: <https://doi.org/10.1051/shsconf/20185001066>

13. Rehan R.M. The phonic identity of the city urban soundscape for sustainable spaces. *HBRC Journal*. 2016. Vol. 12, No. 3. P. 337–349. URL: <https://doi.org/10.1016/j.hbrcj.2014.12.005>
14. Shapovalov Y. Urban Planning in Ukraine: Current Challenges and the Need for a Paradigm Shift. *Journal of International Conference on Civil Engineering and Architecture ICCEA*. 2022. Vol. 2, No. 1. P. 19–24. URL: <https://journal.iccaua.com/index.php/jiccaua/article/view/176>
15. Stepanchuk A., Salyakhova M., Salyakhova V. Preserving identity while reorganizing urban spaces. *E3S Web of Conferences*. 2021. Vol. 274. P. 01017. URL: <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202127401017>
16. Syam C., Seli S., Abdu W. J. Dynamics of Language Interaction in Multicultural Urban Communities: Analysis of Socio-Cultural Linguistic Environment. *Society*. 2023. Vol. 11, No. 2. P. 575–588. URL: <https://doi.org/10.33019/society.v11i2.628>
17. Terlouw K. Rescaling Regional Identities: Communicating Thick and Thin Regional Identities. *Studies in Ethnicity and Nationalism*. 2009. Vol. 9, No. 3. P. 452–464. URL: [10.1111/j.1754-9469.2009.01064.x](https://doi.org/10.1111/j.1754-9469.2009.01064.x)
18. Van Eldik A. K., Kneer J., Lutkenhaus R. O., Jansz J. Urban Influencers: An Analysis of Urban Identity in YouTube Content of Local Social Media Influencers in a Super-Diverse City. *Frontiers in Psychology*. 2019. Vol. 10. URL: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.02876>
19. Бабій І., Риндюк С., Жадан О. Реабілітація промислових територій як частина міського простору. *Сучасні технології, матеріали і конструкції в будівництві*. 2023. № 34(1). С. 127–133. URL: <https://stmkvb.vntu.edu.ua/index.php/stmkvb/article/download/814/754>
20. Бойко С. Формування національної ідентичності української молоді в умовах російсько-української війни. *Українознавчий альманах*. 2022. № 30. С. 17–22. URL: <https://doi.org/10.17721/2520-2626/2022.30.2>
21. Букреева І. В., Яковлева Ю. В. Соціологічні маркери конструювання ідентичності сучасного міста. *Габітус*. 2021. № 21. С. 24–29. URL: <http://habitus.od.ua/journals/2021/21-2021/5.pdf>
22. Бушманов С. А. Проблеми збереження та реструктуризації промислових будівель і комплексів в міському середовищі. *Science and technology: challenges, prospects and innovations: матеріали 7-ї міжнар. наук.-практ. конф.*, 26–28 лютого 2025 р., Осака, Японія. Osaka: CPN Publishing Group, 2025. С. 143. URL: <https://sci-conf.com.ua/wp-content/uploads/2025/02/SCIENCE-AND-TECHNOLOGY-CHALLENGES-PROSPECTS-AND-INNOVATIONS-26-28.02.25.pdf#page=143>
23. Войтенко О. А. Управління культурною спадщиною в умовах воєнного стану та післявоєнного відновлення: локальний та державний рівні. *Молодий вчений*. 2024. № 1. URL: <https://molodyivchenyi.ua/omp/index.php/conference/catalog/download/122/1735/3624-1>
24. Габрель М. М., Габрель Т. М. Феномен пам'яті міст як цілісності часового виміру. Київ, 2021. URL: <http://elib.nakkkim.edu.ua/handle/123456789/3618>

25. Двуреченська О., Гусениця А. Процес трансформації української ідентичності в контексті євроінтеграційних процесів. *Вісник НЮУ імені Ярослава Мудрого. Серія: Філософія, філософія права, політологія, соціологія*. 2022. № 3(54). URL: <https://doi.org/10.21564/2663-5704.54.265742>
26. Когут М. Я., Гаврилюк І. Брендинг міст як основа сталого розвитку територій. *Економіка та суспільство*. 2024. № 70. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/download/5225/5168>
27. Коробанова О. Л. Теоретичні засади дослідження територіальних передумов групової взаємодії. У: *Соціально-психологічні особливості професійної діяльності спеціалістів соціальної сфери: територіальні та історичні виміри взаємодії*. Київ, 2021. С. 36–47. URL: <https://ispp.org.ua/wp-content/uploads/2021/12/soc-psy-osbl.pdf#page=36>
28. Котенко Я. В., Ткачук А. Ф. Локальна ідентичність і об'єднані територіальні громади. Вид. 2-ге, виправл. і доповн. Київ: ТОВ «Видавництво «Юстон», 2018. 56 с. URL: https://decentralization.ua/uploads/library/file/451/web_book_Lokalna_identich-PRN_148x210_2-e-v.pdf
29. Кривицька О. Міжрегіональний «розкол» України: чинники поглиблення. *Політичний менеджмент*. 2008. № 2. С. 51–65. URL: <https://ipiend.gov.ua/publication/politychnyj-menedzhment-2-2008/>
30. Криворізька міська рада. – Офіційний вебсайт. – URL: <https://kr.gov.ua/>
31. Львівська міська рада. – Офіційний вебсайт. – URL: <https://city-adm.lviv.ua/>
32. Ляшенко О. Громадянська самоідентифікація населення Західної України (1992–2021). *Society. Document. Communication*. 2022. № 13. С. 127–159. URL: <https://doi.org/10.31470/2518-7600-2021-13-127-159>
33. Ляшенко О. Громадянська самоідентифікація населення Півдня України (1992–2020). *Society. Document. Communication*. 2021. № 9/2. С. 154–181. URL: <https://doi.org/10.31470/2518-7600-2020-9/2-154-181>
34. Матвеева О., Мунько А. Упровадження концепції розумного міста у процеси цифрової трансформації України заради сталого розвитку. *Науковий вісник: Державне управління*. 2023. № 1(13). С. 138–162. URL: <https://nvdu.undicz.org.ua/index.php/nvdu/article/download/297/271>
35. Мезенцев К. В. Територіальна ідентичність в контексті глобалізації: український вимір. Київ: Інститут соціології НАН України, 2011. 280 с.
36. Мезенцев К. В. Територіальна ідентичність і конфлікти: український досвід. Київ: Інститут соціології НАН України, 2022. 160 с.
37. Мусієздов О. Феномен міської ідентичності у контексті соціологічного аналізу. *Схід-Захід: Історико-культурологічний збірник*. 2008. URL: <http://dspace.nbuv.gov.ua/handle/123456789/28257>
38. Нагорна Л. Територіальні ідентичності в системі трансдисциплінарних регіональних досліджень. *Регіональна історія України: Зб. наук. ст.* Київ: Інститут історії України НАН України, 2012. Вип. 6. С. 35–52. URL: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/71305/3-Nahorna.pdf?sequence=1>

39. Нагорна Л. П. Регіональна ідентичність: український контекст. Київ: ІПіЕНД ім. І. Ф. Кураса НАН України, 2008. 405 с. URL: https://ipien.gov.ua/wp-content/uploads/2018/07/Nagorna_50.pdf
40. Овчаренко С. Публічне управління символічною декомунізацією українських міст. *Актуальні проблеми державного управління*. 2021. № 1(82). С. 180–185. URL: <http://uran.oridu.odessa.ua/article/download/229133/228089>
41. Олійник Я. Б., Гнатюк О. М. Методичні підходи до дослідження територіальної ідентичності населення. *Український географічний журнал*. 2013. № 3. С. 34–40. URL: <https://doi.org/10.15407/ugz2013.03.034>
42. Рубчак М. В. Сутність і типологія ідентичності територіальної громади. *Дніпровський науковий часопис публічного управління, психології, права*. 2021. № 3. С. 71–76. URL: <https://doi.org/10.51547/ppp.dp.ua/2021.3.12>
43. Стамат В. М., Білоус В. В. Емоційний маркетинг як стратегічний інструмент формування територіального бренду. Київ, 2025. URL: <http://dspace.mnau.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/20765/1/29-34.pdf>
44. Стамат В. М., Білоус В. В. Цифрові інструменти формування бренду міста в умовах глобалізації. Київ, 2025. URL: <http://dspace.mnau.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/20769/1/23-26.pdf>
45. Суслов М. М. Механізми здійснення локальної ідентичності об'єднаних територіальних громад в умовах децентралізації влади. Київ, 2025. URL: <https://dspace.chmnu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/2759/1/disser-Suslov-M.M..pdf>
46. Ткачук А. Ф., Наталенко Н. В. Місцева ідентичність. Для територіальних громад і не тільки. Київ: ТОВ «Видавництво «Юстон», 2020. 97 с. URL: https://decentralization.ua/uploads/library/file/691/local_identity_for_site.pdf
47. Черкес Б. С., Юрик Я. М. Методологічні основи дослідження міської ідентичності та її об'єктів-символів. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Серія: Архітектура. 2013. № 757. С. 3–6. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/VNULPARX_2013_757_3.pdf
48. Черкес Б. С., Юрик Я. М. Ідентичність та пам'ять в міському середовищі. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Серія: Архітектура. 2014. № 793. С. 35–39. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/VNULPARX_2014_793_1.pdf
49. Шеховцова-Бурянова В. А. Міська ідентичність як різновид локальної ідентичності. Київ, 2021. URL: <https://dspace.onua.edu.ua/items/292e1acf-479b-4c57-ae3-8557c3ff4f8e>
50. Шеховцова-Бурянова В. А. Особливості регіональної ідентичності українців. *Актуальні проблеми філософії та соціології*. 2021. № 29. С. 54–58. URL: <https://doi.org/10.32837/apfs.v0i29.960>

ДОДАТКИ

Додаток А

Таблиця А.1 Структура анкети опитувальника для львів'ян

№	Питання	Відповіді
1	Ваш вік	до 18 років
		19-24 роки
		25-34 роки
		35-44 роки
		від 45 років
2	Ваша стать	чоловіча
		жіноча
		інше
3	Чи народились ви у Львові?	так
		ні
4	Скільки часу ви проживаєте у Львові?	менше року
		1-5 років
		6-10 років
		більше 10 років
5	В якому районі Львова ви проживаєте?	Галицький
		Личаківський
		Франківський
		Шевченківський
		Залізничний
		Сихівський
6	Чи вважаєте себе львів'янином / львів'янкою?	так
		ні
7	Чи пишаєтесь ви тим, що проживаєте у Львові?	так
		ні
8	Які емоції у вас викликає Львів?	відкрита відповідь
9	Яке ваше улюблене місце у Львові та чому?	відкрита відповідь
10	Чи відчуваєте ви себе частиною міської спільноти Львова?	так
		ні
11	Як би ви описали характер Львова трьома словами?	відкрита відповідь
12	Чи берете ви участь у місцевих ініціативах, святах, обговореннях міських проєктів?	так, часто
		так, іноді
		ні, але хочу

		ні, не хочу
--	--	-------------

Продовження таблиці А.1 Структура анкети опитувальника для львів'ян

№	Питання	Відповіді
13	Як часто ви відвідуєте культурні/громадські заходи у Львові?	дуже часто
		часто
		іноді
		рідко
		дуже рідко
14	Які зміни у Львові вам подобаються за останні 5 років?	відкрита відповідь
15	Що б ви хотіли змінити у Львові?	відкрита відповідь
16	Які символи або образи асоціюєте зі Львовом?	відкрита відповідь
17	Яку роль у формуванні міської ідентичності відіграють місцеві ЗМІ?	відкрита відповідь
18	У яких районах Львова ви проводите найбільше часу? Чому?	відкрита відповідь
19	Чи відчуваєте ви комфорт у публічному просторі Львова (парки, вулиці, площі)?	відкрита відповідь
20	Які традиції чи свята вважаєте характерними для Львова?	відкрита відповідь
21	Як ви ставитеся до нових мешканців Львова (мігрантів, переселенців)?	позитивно
		нейтрально
		негативно
22	Чи хотіли б ви переїхати до іншого міста? Якщо так – чому?	відкрита відповідь
23	Які кольори, архітектурні елементи або локації символізують для вас Львів?	відкрита відповідь
24	Наскільки міська символіка (герб, прапор, гасло) впливає на ваше сприйняття Львова?	відкрита відповідь
25	Що зображено на логотипі Львова?	відкрита відповідь
26	Як виглядає логотип Кривого Рогу?	відкрита відповідь
27	Як звучить гасло Львова?	відкрита відповідь
28	Як звучить гасло Кривого Рогу?	відкрита відповідь

Таблиця А.2 Структура анкети опитувальника для криворіжців

№	Питання	Відповіді
1	Ваш вік	до 18 років
		19-24 роки
		25-34 роки
		35-44 роки
		від 45 років
2	Ваша стать	чоловіча
		жіноча
		інше
3	Чи народились ви в Кривому Розі?	так
		ні
4	Скільки часу ви проживаєте в Кривому Розі?	менше року
		1-5 років
		6-10 років
		більше 10 років
5	В якому районі Кривого Рогу ви проживаєте?	Довгинцівський
		Інгулецький
		Металургійний
		Покровський
		Саксаганський
		Тернівський
		Центрально-Міський
		Довгинцівський
6	Чи вважаєте себе криворіжцем / криворіжкою?	так
		ні
7	Чи пишаєтесь ви тим, що проживаєте в Кривому Розі?	так
		ні
8	Які емоції у вас викликає Кривий Ріг?	відкрита відповідь
9	Яке ваше улюблене місце в Кривому Розі та чому?	відкрита відповідь
10	Чи відчуваєте ви себе частиною міської спільноти Кривого Рогу?	так
		ні
11	Чи берете ви участь у місцевих ініціативах, святах, обговореннях міських проєктів?	так, часто
		так, іноді

		ні, але хочу
		ні, не хочу

**Продовження таблиці А.2 Структура анкети опитувальника для
криворіжців**

№	Питання	Відповіді
12	Як би ви описали характер Кривого Рогу трьома словами?	відкрита відповідь
13	Як часто ви відвідуєте культурні/громадські заходи в Кривому Розі?	дуже часто
		часто
		іноді
		рідко
		дуже рідко
14	Які зміни в Кривому Розі вам подобаються за останні 5 років?	відкрита відповідь
15	Що б ви хотіли змінити в Кривому Розі?	відкрита відповідь
16	Які символи або образи асоціюєте з Кривим Рогом?	відкрита відповідь
17	Яку роль у формуванні міської ідентичності відіграють місцеві ЗМІ?	відкрита відповідь
18	У яких районах Кривого Рогу ви проводите найбільше часу? Чому?	відкрита відповідь
19	Чи відчуваєте ви комфорт у публічному просторі Кривого Рогу (парки, вулиці, площі)?	відкрита відповідь
20	Які традиції чи свята вважаєте характерними для Кривого Рогу?	відкрита відповідь
21	Як ви ставитеся до нових мешканців Кривого Рогу (мігрантів, переселенців)?	позитивно
		нейтрально
		негативно
22	Чи хотіли б ви переїхати до іншого міста? Якщо так – чому?	відкрита відповідь
23	Які кольори, архітектурні елементи або локації символізують для вас Кривий Ріг?	відкрита відповідь
24	Наскільки міська символіка (герб, прапор, гасло) впливає на ваше сприйняття Кривого Рогу?	відкрита відповідь
25	Що зображено на логотипі Кривого Рогу?	відкрита відповідь
26	Як виглядає логотип Львова?	відкрита відповідь
27	Як звучить гасло Кривого Рогу?	відкрита відповідь
28	Як звучить гасло Львова?	відкрита відповідь

