

2. Василевська Я.В. «Оцінка природно-рекреаційних ресурсів Херсонської області» / Я.В. Василевська // Регіон-2013: стратегія оптимального розвитку: Матеріали науково-практичної конференції з міжнародною участю – Харків: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2013. – С.399-401.
3. Гетьман В. Теоретичні конструкції екотуризму в Україні / В. Гетьман // Туризм сільський зелений. - 2015 р. - №3 – С 7 – 8

КУХАРСЬКА Г.Ю.

ПОНЯТТЯ ТА РІЗНОВИДИ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ

Постановка проблеми. Паралельно зі змінами у самому суспільстві, соціальній структурі пріоритетною стала і проблема сприйняття території, оскільки у процесі життєдіяльності населення та цілеспрямованої самопрезентації територія набуває характеристик, які згодом стають її стійкими властивостями у свідомості людей. Дедалі частіше йдеться про бренд території як ментальний конструкт, що поєднує в собі образи, емоційні оцінки, враження та сподівання щодо конкретної місцевості.

Аналіз останніх публікацій і досліджень. Проблематика процесів формування територіальної ідентичності досліджується в роботах вітчизняних та зарубіжних авторів С. Роккана, М. Рябчука, Л. Нагорної, А. Гуцала, Г. Зеленько, Є. Кіш, І. Ковалю, І. Кресіної, І. Кураса, І. Прізела, М. Шульги, Р. Шпорлюка, Т. Кузьо та інших. Методичні підходи до дослідження територіальної ідентичності населення були розроблені та систематизовані Олійником Я. та Гнатюком О.

Територіальну ідентифікацію часто вивчають у контексті загальних ідентифікаційних практик. Тому проблема власне територіальної ідентичності, попри її надзвичайну актуальність, у вітчизняній науці розроблена ще недостатньо.

Мета цієї публікації – обґрунтування сутності терміну «ідентичність», а також основних напрямів дослідження, виходячи з актуальних проблем розвитку українського суспільства і потреб розширення предмету й оновлення методологічного інструментарію суспільної географії.

Виклад основного матеріалу. Терміном «ідентичність» (від лат. *idem* – «такий самий») у науці позначають інтерпретацію індивідом або певною людською спільнотою оточуючого світу та свого місця в ньому. Сформована ідентичність передбачає існування стійких асоціативних емоційно-забарвлених зв'язків у свідомості індивіда між самим індивідом та об'єктом ідентичності [7].

Психологічне становлення особистості неможливе без формування внутрішньої визначеності та цілісності, тому процес її розвитку характеризується свідомим відособленням, самоізоляцією, що породжує процес самоідентичності – формування тотожності із самим собою. Пізніше з'являється соціальна ідентичність: індивід сприймає себе й світ, поділяючи всіх на інгрупи та аутгрупи, тобто «ми» та «вони». Завдяки ідентичності індивід позиціонує себе в соціальному просторі, зберігаючи власну індивідуальність та водночас включаючись у суспільні процеси. У соціальному сенсі ідентичність має вигляд найбільш значущих культурних, релігійних, політичних, територіальних та інших орієнтацій, якими детермінована мережа зв'язків людини з групами, інститутами, ідеями тощо; ця співвіднесеність дає людині основу власного життя, включає в груповий і загальносвітовий контексти, виокремлюючи її як буття цілком оригінальне, унікальне в тих контекстах, що визначають його сутність, але і водночас буття і спільне з іншими людьми. Тому реальністю є існування як індивідуальної, так і колективної (групової) ідентичності. Колективна ідентичність являє собою комплекс свідомих та несвідомих уявлень, установок та практичних дій, який, будучи вагомою особистісною характеристикою, визначає віднесення людиною себе до певної спільноти. Ідентичність особи або спільноти є результатом процесу ідентифікації, тобто співвіднесення суб'єктом себе з об'єктом ідентифікації – ідентитетом.

Існує велика різноманітність ідентичностей. Розрізняють реальну та уявну, абстрактну та функціональну, стабільну та маргінальну, постійну та ситуативну ідентичності. Л. Нагорна визначає три рівні ідентичностей: базову (особисте самовизначення, протиставлення «Я» – «не Я»); соціокультурну (вікову, професійну, гендерну, етнічну, національну); цивілізаційну (транснаціональні, глобальні ідентичності) [6]. За об'єктом та змістом розрізняються такі ідентитети: аскриптивні, культурні, політичні, економічні, колективістсько-групові, територіальні. М. Губогло виділив серед основних етнічну, соціальну, професійну, гендерну, громадянську, конфесійну, майнову, расову ідентичності [4].

Виділяють чотири основні різновиди ідентичності: соціально-рольові, політичні, соціокультурні та просторово-територіальні.

Особливе місце серед ідентичностей займає територіальна ідентичність. Абстрактний географічний простір, тобто форма існування географічних об'єктів і явищ в межах географічної оболонки, що виражає сукупність відносин між географічними об'єктами, не може виступати як ідентитет. Об'єктом ідентичності може слугувати певна частина географічного простору – територія, що має визначені межі, певну

множину географічних об'єктів та населення, здатне сприймати територію як культурний ландшафт.

Визначення територіальної ідентичності як наукової категорії ускладнюється фактом можливості двох форм територіальної ідентичності: ідентичності з територією та ідентичності зі спільнотою, що проживає на відповідній території. Визнання обох цих форм ідентичності типове для дослідників-географів. Водночас у рамках соціології територіальна ідентичність розглядається суто як різновид соціальної ідентичності, яка полягає у відчутті приналежності до певної територіальної групи на основі схожості та відмінності від інших територіальних груп.

Тому, узявши за основу визначення І. Прохоренко, територіальну ідентичність визначаємо як комплекс індивідуальних або колективних уявлень, які визначають особливий ментальний зв'язок індивіда чи спільноти з певною територією та відповідною територіальною спільнотою, і пов'язані з процесом інтерпретації місцевої специфіки, завдяки якому унікальність регіону об'єктивується в образах, символах та міфах, що поділяються та відтворюються членами територіальної спільноти [7]. Територіальну ідентичність можна розглядати і як «ідентифікаційні відносини, які пов'язують дану спільноту з її власним життєвим простором».

У процесі сприйняття індивідами та спільнотами територія здатна перетворюватися на «місце», тобто частину географічного простору, наповнену територіальним та соціальним змістом для людини.

Територіальній ідентичності населення притаманні три структури: ієрархічна, компонентна та просторова.

Ієрархічна структура територіальної ідентичності. Напрямо пов'язаний з ієрархічністю та багаторівневістю територіальної організації суспільства та представлена трьома макрорівнями (локальний, національний, наднаціональний) та сімома рівнями (інтралокальний, субрегіональний, регіональний, субетнічний, макрорегіональний, глобальний).

Просторова структура. Представляє собою закономірності просторової організації територіальної ідентичності у географічному просторі. Розрізняють елементарну просторову структуру, властиву для одного ієрархічного рівня територіальної ідентичності, та інтегральну просторову структуру, яка формується шляхом накладання та взаємодії елементарних просторових структур територіальних ідентичностей на усіх ієрархічних рівнях.

Компонентна структура територіальної ідентичності. В компонентній структурі територіальної ідентичності виокремлюються три основних компонента. Змістом когнітивного компонента є 22 процеси відчуття і сприйняття території та місцевої спільноти, формування знань про їх особливості. Змістом афективного компонента є ставлення до території та спільноти, ціннісно-емоційна оцінка їх якостей. Змістом діяльнісного компонента є фактична і потенційна поведінка індивідів та спільнот, зумовлена сформованими знаннями, цінностями, ставленнями [1].

Територіальна самооцінка виявляється у ставленні до населення інших територій, сприйнятті культурних відмінностей між своєю та іншими територіальними спільнотами. Одним із соціально-психологічних наслідків територіальної диференціації є той факт, що індивіди схильні збільшувати сприймані відмінності між територіальними спільнотами й применшувати розбіжності між членами однієї й тієї ж спільноти. Можливі три базові варіанти: 1. жорстке протиставлення «ми» – «вони», що межує з відторгненням та ворожістю; 2. визнання рівноправності всіх територіальних спільнот, нехай і відмінних між собою; 3. заперечення наявності яких-небудь суттєвих відмінностей між населенням своєї та інших територій [2].

Общинність виявляється у розвитку тісних соціальних зв'язків всередині місцевої спільноти; передусім мова йде про ті зв'язки, що засновані на спільній приналежності членів соціальної групи до даної території. Первинною формою общинності є розрізнені контакти між окремими індивідами; її вищим та найскладнішим проявом є формування єдиного інформаційного поля території.

Територіальна суспільна консолідованість виявляється у активній, гострій, масовій реакції спільноти на виклики місцевого характеру, формуванні та відстоюванні спільного погляду на принципи розвитку території, об'єднанні індивідів у формальні та неформальні соціальні групи з метою більш ефективного відстоювання територіальних інтересів.

Висновки і перспективи подальшого розвитку. Значення територіальної ідентичності дуже високе, але, як свідчать останні події в нашій державі, мобілізація регіональної самосвідомості може використовуватися в різних інтересах. Є загроза того, що в умовах відсутності ідей, які консолідують суспільство загалом, актуалізація форм ідентичностей, сфокусованих на конкретній території, може супроводжуватися розмиванням ідентифікації з «великим» суспільством, нацією загалом або цивілізаційними нормами. Водночас, тільки

самовизначення людей з простором (територією) спонукає до їх боротьби за право визначати кордони цих територій. Саме тому консолідація територіальної ідентичності так важлива [5].

Наразі виділимо основні, на наш погляд, проблемні напрями суспільної географії, опрацювання яких сприятиме розумінню механізмів актуалізації територіальної ідентичності.

Аналіз міграційних процесів. Мотивація мігрантів при прийнятті рішень про переїзд, специфіка їх адаптації, а також взаємовідносини з корінним населенням, включаючи стереотипи про території колишнього проживання – ці складові безпосередньо пов'язані з вираженістю різних зрізів ідентичності, почуттям комфорту і захищеності населення

Територіальний маркетинг і брендинг території, які тісно прив'язані до розвитку громадянського суспільства та місцевого самоврядування. Створення іміджевих характеристик завжди впливало на залучення інвестицій, конкурентоспроможність, на ринок праці й нерухомості, а також на суб'єктивну оцінку населенням умов життя.

Дослідження соціального капіталу, насамперед оцінка соціальної безпеки людей і довіри до певного географічного простору, рівня згуртованості територіальної спільноти. Постійне спостереження за цими феноменами необхідне через те, що культурне і соціальне середовище (якість життя населення, щільність соціальних контактів) зазнають істотних змін.

Дослідження у сфері геоконфліктології: територіальна ідентичність може бути платформою для активних громадянських дій, протестів, конфліктів, що призводить до трансформації соціально-економічного розвитку регіонів і країн та нового формулювання стратегій їх розвитку [3].

Список використаних джерел:

1. Гнатюк О. М. Ієрархічна структурованість просторової ідентичності населення України / О. М. Гнатюк // Економічна та соціальна географія: науковий збірник. – 2012. – Вип. 2(65). – 242 с.
2. Гнатюк О. М. Компонентна структура територіальної ідентичності населення / О. М. Гнатюк // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія: Географія. – 2013. – Вип. 1(61). – 9 с.
3. Губогло М. Н. Идентификация идентичности: этносоциологические очерки / М. Н. Губогло. – М.: Наука, 2003. – 764 с.
4. Гукалова І.В. До питання осмислення територіальної ідентичності у сучасній соціальній географії / І.В. Гукалова / Регіональні проблеми України: Географічний аналіз та пошук шляхів вирішення. Зб. наук. праць за матеріалами VI Міжнар. наук.-практ. конференції (8-9 жовтня 2015 р., Херсон) / За ред. І.О. Пилипенка, Д.С. Мальчикової. – Херсон: ПП Вишемирський, 2015. – С.129-135.

5. Нагорна Л. П. Регіональна ідентичність: український контекст / Л. П. Нагорна – К.: ІПіЕНД імені І.Ф.Кураса НАН України, 2008. – 405 с
6. Нагорна Л. П. Національна ідентичність: український феномен в історичній ретроспективі / Л. Нагорна // Розбудова держави. – 1997. – № 7 – 8. – С. 47 – 55.
7. Прохоренко И. Л. Территориальная идентичность / И. Л. Прохоренко // Политическая идентичность и политика идентичности: В 2 т. – Т. 1: Идентичность как категория политической науки: Словарь терминов и понятий / Отв. ред. И. С. Семенов. – М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2011. – С. 135–140.

ЛЕЩУК Я.В.

ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ ВИЩОЇ ОСВІТИ В УКРАЇНІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Постановка проблеми. У сучасних умовах стабільність функціонування будь-якої економічної системи пов'язана з розвитком системи освіти, яка не лише забезпечує підвищення якісного потенціалу робочої сили, але все більше набуває статусу окремої сфери економіки. Сьогодні основною тенденцією розвитку освіти є зменшення кількості учнів, і, як наслідок, студентів. Це призводить до зниження якості освіти в цілому та появи складнощів у працевлаштуванні випускників вищих навчальних закладів. Тому актуальним є питання більш детального вивчення проблем ринку освіти з метою пошуку шляхів їх вирішення у максимально короткий термін[3].

Аналіз публікацій та досліджень. вчені Д.В. Бондаренко, Б.М. Данилишин, А.Я. Дмитрів, В.Ю. Дмитрієв, І.С. Каленюк, О.А. Крат, В.І. Куценко, М.А.Мартинюк, К.М. Ромащенко, Б.С. Рябушкін, І.Ю. Ходикіна, О.І. Черниш, В.О. Шевчук та інші.

Мета та завдання дослідження. полягає у виявленні основних тенденцій розвитку та функціонування ринку освітніх послуг в Україні, що надасть можливість більш ефективно використовувати освітні та наукові послуги.

Виклад основного матеріалу. Ринок освітніх послуг – це середовище і сфера виробництва, просування, реалізації і споживання освітніх послуг. Під ринком освітніх послуг також розуміють матеріальні взаємовідносини між учасниками навчального процесу: тими, хто навчається, організаціями, які надають освітні послуги, а також фізичними і юридичними особами, які їх оплачують і якимось чином регламентують[1].