

## НАЗВИ ПІДПРИЄМСТВ ТА ОРГАНІЗАЦІЙ УКРАЇНИ ЯК МАРКЕР ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ НАСЕЛЕННЯ

*О. М. Гнатюк*

**Вступ. Постановка проблеми.** Сприйняття населенням просторових, історичних, культурних, господарських особливостей території свого проживання визначає зміст його діяльності щодо власного регіону [13]. Без глибокого розуміння процесів регіональної та національної ідентифікації, явищ національного та місцевого патріотизму і їх взаємодії неможливо сформулювати ефективну стратегію регіональної політики в Україні та регіонального розвитку окремих територій, досягти суспільної єдності на національному рівні за рахунок збереження культурного, господарського, природного різноманіття окремих територій. Розуміння геопросторових відмін у територіальній ідентифікації населення та структурованості ментального простору дає змогу успішніше провадити регіональну політику, здійснювати управлінські процеси, оптимізувати адміністративно-територіальний устрій країни. Це дає можливість передбачати й нейтралізувати процеси національного і регіонального сепаратизму, актуалізувати потенціал населення у контексті підприємницької активності, природоохоронної діяльності й діяльності зі збереження історико-культурної спадщини.

Серед методів дослідження регіональної ідентичності є такі, що базуються на опосередкованому дослідженні виявів ментальних уявлень мешканців (маркерів територіальної ідентичності) у соціо-культурному просторі. Це дослідження топоніміки, зокрема ойконімів, урбанонімів, назв приватних підприємств та установ, регіональних брендів, а також виробництв, територіальне розташування яких підкреслюється у їхній маркетинговій політиці. Це вивчення пам'ятних знаків на честь відомих особистостей, подій тощо. Такі методи, менше часо- та ресурсозатратні, можна використовувати паралельно з соціо-географічним методом, для уточнення його результатів.

Назви географічних об'єктів є закономірними наслідками сприйняття населенням особливостей території свого проживання. Тому географічні назви (топоніми), які є важливими складовими геопросторового різноманіття, можна назвати «дзеркалом» суспільного ландшафту. Назви підприємств та організацій, що розглядаються у цій публікації, є динамічним пластом топоніміки та змістовно прив'язані до сьогодення, і тому відображають актуальний стан територіальної ідентичності населення.

Відзначимо також, що на сучасному етапі історичного розвитку українського народу традиційні міжрегіональні етноісторичні відміни населення, через глобалізаційні процеси, відіграватимуть усе меншу роль. Тому на чільне місце як ознака фактичного існування етнографічних (історико-культурних)

регіонів виходитиме саме територіальна самоідентифікація населення з цим регіоном. Доповненням до традиційного районування, фактуальна основа якого лежить у відображенні механізму просторових трансформацій, повинне стати виявлення регіональних особливостей територіальної ідентичності. У процесі такого районування треба враховувати різноманітні чинники, зокрема, історико-етнічні та перцепційні (територіальну самоідентифікацію населення). Натомість, деякі автори [11, с. 207-209; 12], підкреслюючи важливість пов'язаності території з головним функціональним ядром, практично не враховують ці чинники, особливо перцепційний. Зокрема, поза увагою залишаються суб'єктивні, чуттєві особистісні характеристики регіонів, які інколи відіграють вирішальну роль у прийнятті рішень щодо місця проживання і місць прикладання праці чи відпочинку. Через механізм людської поведінки вони певною мірою впливають на майбутній розвиток регіонів, притягуючи чи відштовхуючи населення, капітал, інновації [9, с. 208]. На нашу думку, неврахування сприйняття населенням геопростору є серйозною вадою таких схем суспільствознавчо-географічного районування. Можна висловити сумнів у тривалому ефективному функціонуванні району, різні частин якого мають різне історичне минуле і різне бачення населенням свого місця в країні та перспектив розвитку в майбутньому.

**Аналіз найновіших досліджень і публікацій.** В Україні дослідження регіональної ідентичності проводились переважно фрагментарно, на прикладах окремих регіонів. Це відображено, зокрема, в публікаціях А. Агаркової, В. Середи, Н. Шолуха, А. Алтухової. Дослідження під керівництвом І. Кононова дали можливість виявити складний, багаторівневий зміст етнічної ідентифікації, ієрархію ідентитетів. Загальні дослідження природи регіональної ідентичності присутні у працях В. Карлової, У. Лукач, М. Щепанського, Т. Татаренка, Л. Нагорної, Г. Коржова. Регіональну ідентичність як бренд досліджував А. Мусієздов. Останніми роками системні дослідження регіональної ідентичності проводяться А. Мельничуком із співавторами. Особливості сприйняття регіонів України населенням вивчали К. Мезенцев і Н. Мезенцева. Схеми історико-географічного, етнографічного, ландшафтознавчо-етногосподарського районування (регіоналізації) території України запропоновані В. Крулем, Ф. Заставним, С. Макарчуком, О. Мариничем, І. Ровенчаком, С. Романчуком та іншими авторами.

**Мета і завдання статті.** Метою дослідження є вивчення назв підприємств та організацій України як маркерів територіальної ідентичності населення та інших суспільно-етнічних процесів. Для цього залучено оцінювання ефективності використання маркерів територіальної ідентичності населення як метод дослідження територіальної ідентичності, а також, у разі ефективності методу, оцінювання просторово-часових трансформацій історико-культурних (етноісторичних) регіонів України впродовж новітньої історії.

**Виклад основного матеріалу.** Предметом аналізу цього дослідження стало геопросторове поширення на території України назв підприємств та організацій, що мають безпосередній семантичний зв'язок із назвами

історико-етнічних регіонів України. Для пошуку назв використовувалися інтернет-каталоги підприємств України, зокрема [4; 5; 6].

Загалом були проаналізовані назви, семантично дотичні до 20-и історико-етнічних регіонів України. Це Галичина, Волинь, Поділля, Північна Буковина, Опілля, Покуття, Полісся, Наддніпрянщина, Новгород-Сіверщина, Полтавщина, Слобожанщина, Запорожжя, Таврія, Донщина (Донбас), Бесарабія, Буджак, Закарпаття, Гуцульщина, Бойківщина, Лемківщина. Так, для Поділля такими назвами-маркерами були «Поділля», «Подоліє», «Подільська», «Подільський» тощо. Відповідним чином, було виділено і картографовано поширення 20-и груп назв підприємств і організацій України.

Важливим методичним елементом дослідження став обґрунтований відбір назв. До уваги приймалися лише ті назви, які надавалися за вільним вибором власника або керівних структур об'єкта. Ця умова особливо істотна у тих випадках, коли назва безпосередньо визначена назвою відповідної адміністративно-територіальної одиниці, де розташований об'єкт, – назвою поселення, району, області тощо. Так, до уваги не приймалися офіційні назви органів виконавчої влади та місцевого самоврядування (напр. «Подільська сільська рада» у селі Поділля на Київщині, або «Полтавська районна державна адміністрація» у Полтаві), оскільки їх походження ніяк не вказує на сприйняття території, а зумовлене незалежними від цього адміністративними чинниками. З огляду на це, існували певні складності у визначенні просторових меж тих територій, назви яких збігаються з назвами сучасних адміністративно-територіальних одиниць (наприклад: історична Полтавщина і Полтавська область; історична Волинь і Волинська область; історичне Закарпаття і Закарпатська область).

Аналізуючи роль назв підприємств та організацій як маркерів територіальної ідентичності, ми припускали, що власники підприємств та організацій дають їм назви, спираючись, серед іншого, на історико-етнічне підґрунтя того регіону, де підприємство розташоване. Таким чином, назви підприємств певного регіону повинні відображати його територіальну ідентифікацію населенням. Кількість таких назв та їх густота у розрахунку на одиницю площі та на кількість населення відображають силу прояву регіональної ідентичності регіону. У цьому разі йдеться про субетнічну ідентичність, що розвивається на рівні історико-етнічних («етнографічних») земель.

За своїм геопросторовим розташуванням назви в межах кожної семантичної групи було поділено на 2 види: конгруентні та інконгруентні. Конгруентні назви (від лат. *congruente* – відповідний) – це ті, які розташовані на території відповідних історико-етнічних («етнографічних») регіонів. Такі назви відповідають історико-етнічному підґрунтю території. За основу для потреб цього дослідження було взято поділ України на «етнографічні» землі за Ф.Д.Заставним [2, с.12-13; 3]) як такий, що має комплексний зміст і охоплює природні, господарські, історичні та політико-адміністративні чинники. До нього близька схема історико-географічного районування України за В. П. Крулем, що враховує, крім зазначених вище чинників,

ще й демогеопросторові, та базується на ретроспективній динаміці дії кожної характерної ознаки за відсутності превалювання жодної з них [8, с. 57-69].

До інконгруентних назв зараховувалися такі, що розташовані поза об'єктивними межами відповідних історико-етнічних ("етнографічних") регіонів.

Переважає більшість виявлених назв є конгруентними. Це говорить про те, що межі регіонів субетнічного рівня у перцепції населення в цілому збігаються з історико-етнічним підґрунтям. За кількістю та просторовим розподілом конгруентних назв можна зробити ряд таких висновків.

– У перцепції жителів України є сформованими такі історико-етнічні регіони: Полісся, Поділля, Галичина, Північна Буковина, Волинь, Полтавщина, Таврія, Слобожанщина, Сіверщина, Донбас (на місці історичної Донщини), Опілля, Покуття, Бойківщина, Лемківщина, Гуцульщина, Бесарабія, Буджак, Закарпаття. Водночас практично немає назв, пов'язаних із Наддніпрянщиною та Запорозжям.

– Найбільша кількість назв пов'язана з Поділлям (456), Таврією (341), Поліссям (294), Донбасом (357), Галичиною (186), а найбільша просторова щільність відповідних назв спостерігається на територіях Буковини, Покуття, Таврії, Поділля, Волині, Буджака. В обох цих аспектах відносно слабо проявлені назви, пов'язані з Сіверщиною, Слобожанщиною, Полтавщиною (кількість назв 27, 35 та 27 відповідно). Тому можна стверджувати, що субетнічна ідентичність населення найкраще виражена у мешканців західної та частково центральної частин України, а також крайнього сходу (Донбас) і півдня (Таврія та Буджак). Гірше субетнічна ідентичність населення розвинута на північному сході України (Слобожанщина, Новгород-Сіверщина), а на території центральної частини України, зокрема Середньої Наддніпрянщини та прилеглих земель (південь Київської, Черкаська, Кіровоградська області) вона є слабкою.

– Поширення назв виявляє позитивну кореляцію з розміром і людністю поселення, що є закономірним, оскільки від кількості населення залежить бізнес-активність і кількість зареєстрованих суб'єктів господарської діяльності. Однак певні невідповідності цьому правилу простежуються не лише між окремими історико-етнічними регіонами (що пояснюється відмінностями між проявами різних ідентичностей), але й усередині одного й того ж регіону (що вказує на внутрішньорегіональну просторову структуру ідентичності). Зокрема, таким шляхом можна виявити перцепційні ядра регіонів. Наприклад, для Поділля ним є місто Хмельницький (256 тис. осіб), де зосереджено понад 100 відповідних назв, тоді як у більшій за населенням Вінниці (370 тис. осіб) їх нараховується лише біля 50-и. Перцепційними ядрами інших регіонів є: для Галичини – Львів, для Буковини – Чернівці, для Волині – Луцьк, для Полісся – Житомир. Центром Слобожанщини є Харків, Таврії – Херсон, Донбасу – Донецьк, Полтавщини – Полтава. Невеликі регіони (Буджак, Гуцульщина тощо) виразних центрів не мають.

– Просторове поширення назв у межах відповідних регіонів виявляє нерівномірності з утворенням окремих скупчень і розріджень. Існують підстави стверджувати про об'єктивний зв'язок між таким розподілом та історичним

розвитком системи розселення. Так, поширення відповідних назв на Поділлі виявило просторову кореляцію із давністю заселення території та історичними шляхами її заселення, виявленими на основі вивчення топоформантної структури ойконімів Поділля, зокрема ойконімів на -івці (-инці) [11].

– Спостерігається збереження та накладання різних рівнів субетнічної ідентичності населення. Так, на території Тернопільської області співіснують ідентичності з великими історико-етнічними землями Галичиною і Поділлям – і з етнографічною територією меншого рангу – Опіллям; на території Івано-Франківської області ідентичність із Галичиною поєднується з ідентичністю з Покуттям.

– Слобожанщина виявилась історико-етнічним регіоном, який багато втратив у територіальному обсязі в ментальному сприйнятті населення. Понад 90 % назв, пов'язаних зі Слобожанщиною, сконцентровані у Харкові та його околицях, в той час як на Сумщині та півночі Луганщини вони є спорадичними.

Ці факти й закономірності дають підстави стверджувати, що назви підприємств та організацій є об'єктивними маркерами історико-етнічних особливостей території у ментальності населення. Межі історико-етнічних регіонів України є міцно укоріненими у ментальності її населення і передаються із покоління в покоління засобами публічної та непублічної освіти (сімейні зв'язки між поколіннями), незважаючи на ігнорування переважної більшості таких меж сучасним адміністративно-територіальним устроєм.

Проте значна кількість наявних інконгруентних назв вказує на зміни, що відбулись у субетнічній ідентичності населення з часу формування традиційних історико-етнічних регіонів України (то набагато раніше часу їх наукового обґрунтування). Сучасне населення по-іншому сприймає певні території через вплив ряду чинників, зокрема адміністративних, та науково-освітніх, упродовж новітньої історії. Наведемо приклади таких змін регіональної ідентичності, що виявляються через інконгруентні назви.

1. Взаємодія ідентичності з Волинню, з однієї сторони, та ідентичностей з Галичиною і з Поділлям, з іншої. Через позиціонування у громадській думці Львівської області як типово «галицької», а Хмельницької – як типово «подільської», північ Львівської області асоціюється у місцевого населення з Галичиною, а північ Хмельницької у декого – з Поділлям, хоч історично це волинські землі [а за своєю природою – поліські. *Ред.*]. Водночас північ Тернопільської області чітко закріплена у сприйнятті населення за Волинню, і пояснюється це деякою загальною розмитістю субетнічної ідентичності на території Тернопільщини.

2. Тернопільська область (окрім волинської півночі) стала полігоном боротьби та взаємодії ідентичностей з Галичиною та Поділлям. За природними умовами та особливостями господарського комплексу Тернопільська область є типово західноподільською. Південно-східна частина її у XIV-XVIII століттях належала до Подільського воєводства [7]. Водночас її південний захід здавна відносився до Галичини, а тривале перебування краю

у складі Австро-Угорщини та Польщі разом зі Львівською та Івано-Франківською областями спричинило позиціонування області як галицької. «Подільські» та «галицькі» назви підприємств і організацій рівномірно поширені на півдні та в центрі області, нерідко будучи присутніми в одному й тому ж поселенні.

3. Зафіксовано редукцію перцепційної території Волині та супутню трансформацію сприйняття Полісся як історико-етнічного регіону. Так, сучасна ідентичність із Волинню, за назвами підприємств та організацій, обмежується лише Волинською областю, півднем Рівненської та північною Тернопільської областей. І лише деякі назви присутні на Житомирщині в районі Новоград-Волинського та Житомира. А сама Житомирська область, на думку її мешканців, сприймається як частина Полісся, хоча, за рядом джерел, це частина Волині та Київщини [8], а Житомир свого часу був центром Волинської губернії. Отже, перцепційний образ Полісся трансформувався від уявлень про Полісся як природний регіон до уявлень про Полісся як субетнічний, або навіть суспільно-етнічний регіон. Його ядром якого стала Житомирська область (як не зовсім «волинська», не зовсім «наддніпрянська», і аж ніяк не «Чернігово-Сіверська»). Так, у межах Житомирської області щільність назв, пов'язаних із Поліссям, в цілому вдвічі переважає цей показник інших типово поліських областей. Такі назви рівномірно поширені по всій Житомирській області аж до межі з Вінницькою областю на півдні, тоді як у Чернігівській, Київській, Сумській, Рівненській, Волинській областях вони приурочені саме до поліських частин цих областей.

Крім того, самоідентифікація населення з Поліссям замінила послаблену самоідентифікацію з Волинню на крайній півночі Хмельницької області (Ізяславський, Шепетівський райони).

4. У північній, аграрній у господарському відношенні частині Луганської області існує одночасна присутність історичної ідентичності зі Слобожанщиною та нової ідентичності з Донбасом, оскільки населенням України Луганська область зараз сприймається як одна із двох областей Донбасу.

5. Спостерігається потужне розширення ареалу ідентичності з Таврією на північ, захід та схід. Так, окрім Криму, півдня Запорізької області та півдня Херсонської області до Дніпра, що представляють собою історичну Таврію, пов'язані з Таврією назви перейшли на правий берег Дніпра і поширились на північ Херсонщини, південь Миколаївщини, Одещини та Дніпропетровщини, а також охопили всю Запорізьку область.

6. Ареал ідентичності з Сіверщиною найповніше представлений на території Чернігівської області, регресуючи при цьому на півночі Сумщини. Одночасно з цим, на цій території щільність назв, пов'язаних із Поліссям, менша від щільності назв, пов'язаних із Сіверщиною.

7. Східна частина Чернівецької області сприймається населенням як територія Північної Буковини та Бесарабії, хоча на думку деяких дослідників, це подільська територія [1, с. 122-146]. Більш ґрунтовною, у світлі наших даних, видається думка про належність цієї території до історико-етнічного

краю Північна Бесарабія, у рамках історико-етнічної зони Південно-Західна Україна [8, с. 62].

Поряд із цим, дослідження засвідчило збереження історичної пам'яті населення про належність півночі Одеської області до Поділля, півночі Тернопільської області до Волині, збереження ареалів ідентичності з Сіверщиною, Буджаком, Бесарабією.

Слід зазначити, що у ряді випадків появу інконгруентних назв не можна пояснити зміною сприйняття території і територіальної ідентичності населення. Як виявилось, у великих містах України часто представлений широкий спектр назв підприємств і організацій, що пов'язані з багатьма іншими історико-етнічними регіонами, іноді геопросторово досить віддаленими від цього міста.

Можна припустити, що автори зазначеної категорії інконгруентних назв були переважно вихідцями з відповідних регіонів. Назви, таким чином, є проявом їх субетнічної ідентичності, прагненням підкреслити своє походження, популяризувати власний регіон на новому місці проживання чи ведення підприємницької діяльності тощо. Відповідно, проведене дослідження дає можливість опосередкованим шляхом виявити центри тяжіння внутрішніх мігрантів та визначити регіони-донори таких мігрантів для кожного конкретного міста. До переліку тих центрів тяжіння увійшли такі міста (в дужках вказані регіони-донори, визначені за наявними у містах інконгруентними назвами).

1. Київ (Полісся, Поділля, меншою мірою Буковина, Галичина, Таврія, Донбас, Полтавщина, Слобожанщина).

2. Дніпропетровськ (Донбас, Таврія, Волинь, Полісся, Галичина, Буджак).

3. Одеса (Буджак, Буковина, Донбас, Полісся, Волинь).

4. Донецьк (Таврія, Сіверщина, Буковина, Поділля).

5. Миколаїв (Полісся, Буджак, Волинь, Поділля).

6. Запоріжжя (Буковина, Поділля, Полісся).

7. Краматорськ (Таврія, Буджак, Полісся, Галичина).

8. Львів (Поділля, Буковина, Полісся, Таврія, Покуття).

9. Харків (Таврія, Сіверщина, Полісся, Галичина).

У меншій мірі такі інконгруентні назви, що свідчать про міграційні процеси, властиві більшості обласних центрів України (Житомир, Чернівці, Черкаси, Кіровоград, Сімферополь), а також курортним ділянкам узбережжя Чорного моря.

За отриманими даними можна стверджувати, що найбільші міграційні потоки спрямовані до міст Києва, Харкова, Донецька, Одеси, Львова, Дніпропетровська, Миколаєва. До Києва тяжіють мігранти з території сусідніх Полісся та Поділля, але в цілому – з усієї України. Міста Донбасу (Донецьк, Краматорськ, Луганськ, Слов'янськ) приймають мігрантів зі східної та південної України, Львів – із західної та центральної її частин. Що стосується міст Припівров'я та Причорномор'я і Криму, то вони є реципієнтами мігрантів з усієї країни.

Інконгруентні назви, пов'язані з Буковиною, Поділлям, Волинню, Поліссям тощо представлені практично по всій території України. Назви, що стосуються Галичини, мають обмежену присутність у Запорізькій, Донецькій та Луганській областях. А назви, пов'язані з Донбасом, повністю відсутні на захід від лінії Київ – Новоукраїнка – Одеса. Без врахування Києва вони взагалі обмежуються Донецькою, Луганською, Дніпропетровською, Одеською, Кіровоградською областями та АРК. З одного боку, це можна розцінити як обмеженість міграційних потоків із Галичини на Донбас та із Донбасу – до західної України. З іншого, це свідчення несприйняття подібних назв більшістю населення цих територій, оскільки в умовах сучасного політичного протистояння в Україні вони можуть сприйматися як ворожі, недоречні чи неприйнятні.

За просторовим поширенням інконгруентних назв такого типу можна припустити, що найбільше схильні висловлювати свою територіальну ідентичність мігранти з Галичини, Буковини, Поділля, Таврії, Донбасу, Полісся. Ця інформація збігається з попереднім висновком про силу ідентичності з різними регіонами. Той висновок зроблено за щільністю та кількістю відповідних груп назв.

Відзначимо, що частина інконгруентних назв розташована поза великими містами. Так, деякі назви, пов'язані з Таврією, локалізовані у невеликих поселеннях Харківської, Донецької, Луганської, Полтавської, Київської, Чернігівської областей; назви, пов'язані з Поділлям, трапляються у Київській, Черкаській, Миколаївській областях; назви, пов'язані з Донбасом – у Дніпропетровській та Кіровоградській областях. Такі назви є маркерами шляхів переміщення мігрантів з відповідних регіонів і виникли в результаті того, що певні мігранти осіли на відповідній території, цілеспрямовано, або ж на шляху до великих міст (спрацював фактор “можливості, що втрутились” (англ. “intervening opportunity” [15]) – мігранти могли знайти нове місце проживання чи прикладання праці на шляху до запланованого пункту призначення). Отже, просторова дифузія таких назв може вказувати на напрямки та шляхи переміщення мігрантів. Іноді ознаки просторової дифузії виявляються і при розгляді просторового розміщення конгруентних назв в межах відповідних історико-етнічних регіонів. Найкраще просторова дифузія простежується на прикладі назв, пов'язаних з Таврією. Так, на території Запорізької області поширення відповідних назв віддзеркалює простягання основних автошляхів регіону, через Дніпропетровську та Харківську область такі назви поширилися на північ, через Криворіжжя – до Кіровоградської області, а уздовж правого берега Дніпра вони позначають шлях переміщення мігрантів до Києва – столиці України.

За отриманими результатами автором було укладено дві карти (рис. 1 і 2). Карта субетнічної ідентичності населення України за назвами підприємств та організацій відображає власне ареали субетнічних ідентичностей, їх ядра, області накладання кількох субетнічних ідентичностей. Друга карта – сучасних напрямків міграцій населення різних історико-етнічних регіонів України.



Рис. 1. Перцепційні регіони України за назвами підприємств і організацій

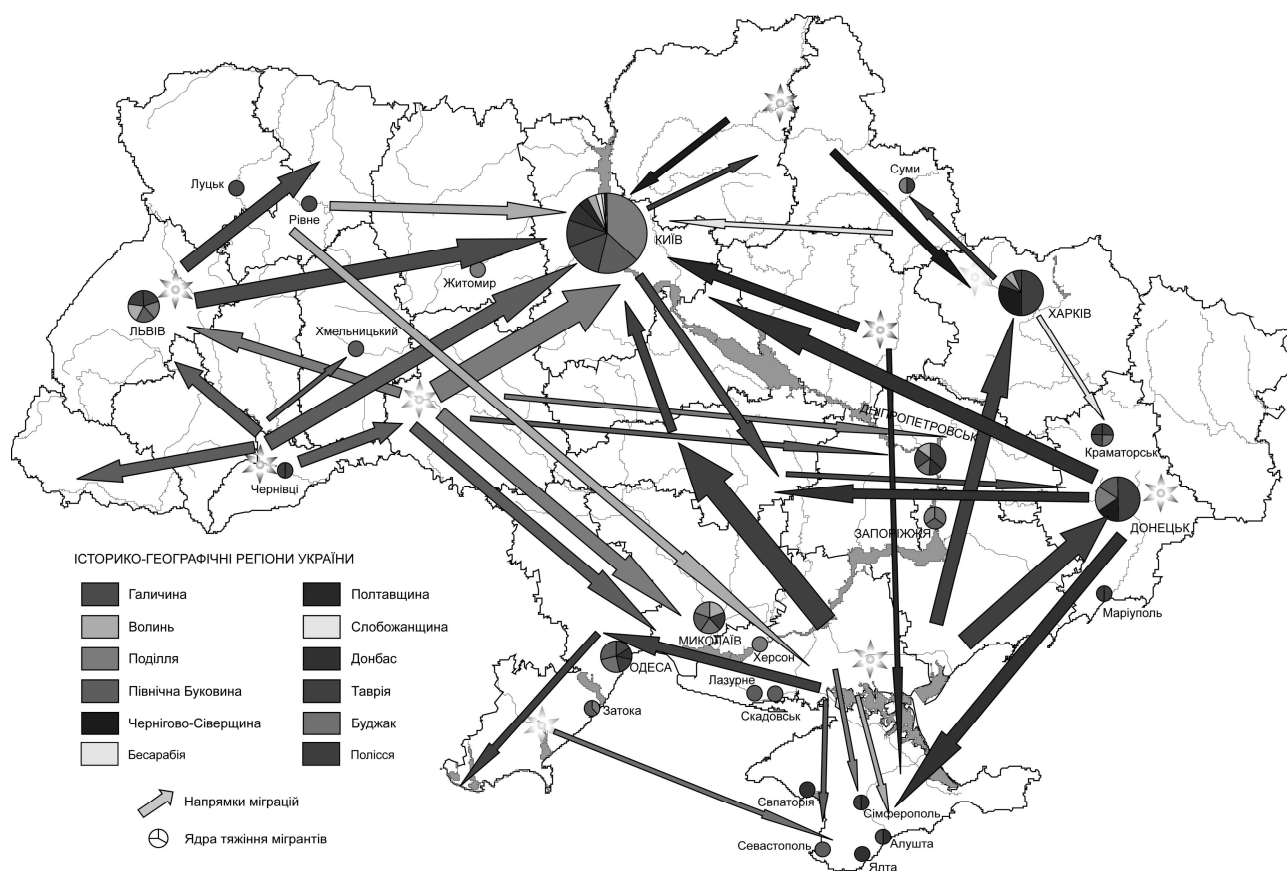


Рис. 2. Напрямки міграцій населення історико-етнічних регіонів України

Якщо до результатів цього дослідження долучити й інші наукові результати вивчення територіальної ідентичності (за допомогою інших маркерів, соціолого-географічного методу, методу ментальних карт тощо), то подібні ареали поширення субетнічної ідентичності населення можуть бути використані як один із варіантів перцепційного районування території України. Такі регіони можуть бути названі вернакулярними, оскільки виявляються через певну територіальну ідентичність і назву [14, с. 204].

**Висновки і перспективи подальших досліджень.** На основі вивчення назв підприємств і організацій, семантично дотичних до назв історико-етнічних регіонів України, можна зробити такі висновки.

1. Назви підприємств та організацій є об'єктивними маркерами регіональної ідентичності населення. Їх можна використовувати для оцінювання сили ідентичностей, їх просторового поширення, просторової структури, змін у часі й просторі.

2. Назви підприємств та організацій дають змогу проаналізувати процеси міграції населення по території України з одних регіонів до інших, встановити їх напрямки та масштаби, головні центри тяжіння мігрантів, ступінь збереження та вираження ними своєї субетнічної ідентичності на новому місці проживання.

3. У субетнічній ідентичності населення України певні зміни відбуваються одночасно зі збереженням консервативних рис. Схема перцепційних регіонів, що ґрунтується на сприйнятті населення, на сьогодні загалом збігається зі схемою історико-етнічних регіонів. В той же час, відбулись певні трансформації сприйняття окремих територій внаслідок незбіжності сучасного адміністративно-територіального устрою з межами історико-етнічних регіонів, змішування у ментальності населення виділів історико-географічного та фізико-географічного районування тощо. Не останню роль у інтенсивності процесу актуалізації цих змін відіграє середня та вища географічна й історична освіта.

4. На території різних регіонів України спостерігаються значні відміни у силі прояву субетнічної територіальної ідентичності населення. Основна тенденція полягає у зменшенні сили цієї ідентичності з заходу та південного сходу в напрямку до центральної частини країни.

У подальшому доцільним є вивчення інших маркерів територіальної ідентичності населення. Це мають бути урбаноніми, пам'ятники та пам'ятні знаки на честь видатних особистостей і подій тощо, із зіставленням отриманих результатів. Це дасть можливість детальніше вивчити територіальну ідентичність населення України і доповнити методологічний арсенал суспільної географії у контексті дослідження територіальної ідентичності населення та дотичних наукових питань.

1. *Етнографія України*. Навч. посібник. За ред. С. Макарчука. – Львів: Світ, 1994. -520 с.

2. *Загальногеографічний атлас України*. За ред. І. Руденка. - К.: 2004. – 112 с.

3. *Заставний Ф. Д.* Українські етнічні землі. – Львів: Світ, 1993. – 176 с.

4. *Каталог підприємств і компаній України*. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.ua-region.com.ua/> (дата звернення: 15.12.2012).
5. *Каталог підприємств та компаній України*. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://business-guide.com.ua/> (дата звернення: 15.12.2012).
6. *Каталог провідних підприємств України*. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.rada.com.ua/ukr/catalog/> (дата звернення: 15.12.2012).
7. *Крикун Н.* Административно-территориальное устройство Правобережной Украины в XV-XVIII вв. Границы воеводств в свете источников. - К., 1992. -151 с.
8. *Круль В. П.* Ретроспективна географія поселень Західної України: Монографія. – Чернівці: Рута, 2004. – 382 с.
9. *Мезенцева Н., Мезенцев К.* Перцепційні портрети регіонів України. Регіональні проблеми України: географічний аналіз та пошук шляхів вирішення. Зб. наук. праць. – Херсон: ПП Вишемирський, 2005. – С. 208-213.
10. *Мельничук А. Л., Гнатюк О. М., Кононенко О. Ю.* Розвиток ойконімічної структури Подільського суспільно-географічного регіону на визначених історико-географічних зрізах. // Науковий вісник Чернівецького університету. Географія. Вип. 459. – Чернівці, 2009. – с. 34 – 38.
11. *Шаблій О. І.* Основи суспільної географії: підручник для студ. вищих навчальних закладів. – 2-ге видання. – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2012. – 296 с.
12. *Шаблій О. І.* Соціально-економічне районування України // Проблеми географії України: Матеріали наук. конф. (Львів, 25-27 жовт. 1994 р). Львів, 1994. – С. 232-235.
13. *Brookfield H.* On the environment as perceived // Progress in Geography. -1969. - Vol. 1. – P. 51-80.
14. *Norton W.* Cultural Geography: environments, landscapes, identities, inequalities. - 2<sup>nd</sup> edition. Oxford University Press, 2006. – 455 p.
15. *Stouffer S.* Intervening Opportunities: A Theory Relating Mobility and Distance // American Sociological Review, Vol. 5, No. 6. (Dec., 1940), pp. 845-867.

***Гнатюк А. М. Названия предприятий и организаций Украины  
как маркер территориальной идентичности населения.***

Исследованы названия предприятий и организаций Украины в качестве маркера региональной идентичности населения. Оценена эффективность использования этого маркера как метода исследования региональной идентичности, а также прочих общественно-этнических процессов, в частности внутренних миграций населения. Выявлены трансформации пространственного восприятия историко-этнических регионов Украины на протяжении новейшей истории.

*Ключевые слова:* территориальная идентичность, восприятие, миграции, перцепционные регионы.

***Gnatyuk O. The names of enterprises and organizations of Ukraine  
as a marker of the territorial identity.***

The names of enterprises and organizations of Ukraine are studied as a regional identity marker. This marker efficiency is estimated as a method used to investigate regional identity as well as the other human-geographic processes, in particular the internal population migrations. The spatial perception transformation of historical and geographical regions of Ukraine during the recent history is revealed.

*Keywords:* territorial identity, perception, migration, perceptual regions.