



This is an open access article distributed under
the Creative Commons Attribution 4.0
International (CC BY 4.0)

© 2017 г. М. В. Юркова

г. Архангельск, Россия

ЗНАЧЕНИЕ КУЛЬТУРНОЙ И ПРИРОДНОЙ СПЕЦИФИКИ РЕГИОНА ДЛЯ ВОСПРИЯТИЯ ОБРАЗА «МАЛОЙ РОДИНЫ»

(на примере жителей Архангельской области)

Аннотация: Целью статьи является анализ восприятия образа «малой родины» с точки зрения влияния на него культурных и природных особенностей региона. Анализ базируется на основе данных социологического опроса, который был проведен среди жителей Архангельской области с ноября 2015 по апрель 2016 г. Исследование показало, что природные и культурные особенности являются ключевыми составляющими образа «малой родины» для жителей Архангельской области. При этом респонденты по-разному подходят к составляющей образа «малой родины»: образы, связанные с природой, используются ими для обозначения личной связи с местом, где они проживают, в то время как образы, связанные с культурной спецификой, апеллируют к значимости региона, его причастности к Всероссийской истории и культуре.

Ключевые слова: образ региона, образ «малой родины», культурная специфика региона, природная специфика региона.

Информация об авторе: Марина Викторовна Юркова — аспирант, Северный (Арктический) федеральный университет им. М. В. Ломоносова, ул. Набережная Северной Двины, д. 17, 163002, Архангельск, Россия. E-mail: MarinaYurkova23@yandex.ru

Дата поступления статьи: 27.02.2017

Дата публикации: 15.09.2017

Взаимоотношения человека с местом, которое он считает своей «малой родиной», имеют индивидуальную основу и складываются под влиянием многочисленных факторов. Наше исследование посвящено анализу восприятия образа своей «малой родины» жителями Архангельской области с точки зрения влияния на него культурных и природных особенностей региона.

«Малая родина» — это восприятие множественностью взаимодействующих индивидов своей среды обитания как особой, некой условной целостности, обладающей внутренней культурной и пространственной логикой [7, с. 188]. Понятие «малая родина» не может иметь строго определенного пространственного эквивалента из-за своего субъективного характера, поскольку «у каждого индивида своя малая родина», и отождествление себя происходит не с внешне продиктованным регионом, а со своим, наполненным личным смыслом пространством [8, с. 357].

Образ «малой родины» представляет собой «набор отрывочных, казалось бы, малосвязанных между собой словесных, зрительных, поведенческих текстов» [13].

Он не апеллирует к величине и могуществу, нуждается в конкретном, реальном человеке, который «будет любить свою малую землю». В отличие от образа «Большой Родины», он связан с конкретной группой, сообществом, несет в себе представления об исконности, прирожденности «природности» места, а также дает человеку ощущение его личной незаменимости [16].

В рамках нашего исследования был проведен социологический опрос, направленный на изучение образа Архангельской области в глазах жителей региона. Анкетирование проходило с ноября 2015 по апрель 2016 г. и охватило 510 человек из различных городов и районов области. В одном из вопросов респондентам было предложено указать, что является символом Архангельской области для них лично. Данный прием позволяет выяснить, какие особенности региона, по мнению респондентов, наиболее ярко отражают образ малой «родины», а также определить, какие составляющие образа «малой родины» являются ключевыми.

Стоит отметить, что большинство респондентов (30,3%) указали символы, связанные с природой региона, чуть меньшее количество (27%) назвали символы, относящиеся к культурной специфике, 5,3% связали символ региона с производством, 3,6% выбрали в качестве символа то, что касается их лично (близкие люди, родной город), 1,8% назвали негативные символы (плохие дороги, заброшенные деревни), 32% затруднились с ответом на вопрос. Можно отметить, что образы, связанные с природой и культурной спецификой, являются доминирующими, поскольку именно с ними большинство респондентов связало личный символ региона. Результаты, отражающие указанные природные символы и символы, связанные с культурной спецификой, представлены на диаграмме 1.

Диаграмма 1 — Символы, связанные с природной и культурной спецификой, названные респондентами

Chart 1 — Symbols associated with the natural and cultural characteristics named by respondents



Наиболее часто упоминаемым личным символом стал «лес», его обозначили 9,3% респондентов. Стоит отметить, что при ответе на другие вопросы респонденты часто обращались к этой образной составляющей: так, при ответе на вопрос «Опишите Архангельскую область пятью прилагательными» 12,3% опрошенных использовали характеристику «лесная»/«лесистая», а 8% указали лес в качестве достоинства региона. Некоторые респонденты при выделении леса в качестве символа придавали своему выбору личное осмысление: «лес, в котором я люблю собирать грибы и ягоды», «лес, в котором мы часто гуляем всей семьей». Таким образом, лес действительно очень значим для региона как в природном, так и в экономическом плане, на этом фоне даже звучали предложения сделать Архангельский лес территориальным брендом «наряду с Соловками и родиной Ломоносова» [1].

Непосредственно с лесом связаны и некоторые другие символы, указанные респондентами. Так, 1,9% назвали медведя, а 0,2% — клюкву. Такой результат закономерен, так как при выборе животного, ассоциирующегося с Архангельской областью, медведя указали большинство респондентов (24,6%), при этом самым популярным объяснением ассоциации стало утверждение «Медведь — хозяин леса». Что же касается клюквы, то при выборе растения, ассоциирующегося с регионом, ответ «северные ягоды» стал вторым по популярности, его указали 18% опрошенных.

Вторым по популярности природным символом стало Белое море, его назвали 5,4% респондентов. Эта образная составляющая также часто встречалась при ответе на другие вопросы, хоть и в гораздо меньшей степени. При описании региона 2,1% опрошенных назвали Архангельскую область «морской», 5% указали его в качестве черты, которая им нравится в регионе. 1,9% обязательно бы рассказали о Белом море человеку, который никогда не был в Архангельской области. Стоит отметить тот факт, что историческая связь региона с морем респондентами не была отражена, несмотря на то что образ первого русского порта является одним из формообразующих срезов Архангельска [14]. В то же время респондентами был сделан упор на его природные особенности: «рассказала бы о приливах и отливах моря», «море, которое целиком замерзает, мне не верили».

3% опрошенных назвали в качестве символа Архангельской области белые ночи. Этот образная составляющая упоминалась реже при ответе на другие вопросы по сравнению с предыдущими: 5,9% указали ее в качестве достоинства региона, а 4,3% написали, что обязательно рассказали бы о белых ночах человеку, который никогда не был в регионе. Описывая данный феномен, респонденты подчеркивали, что он отражает региональную уникальность: «белые ночи круче, чем в Санкт-Петербурге», «особенно привлекают внимание белые ночи».

Стоит отметить, что Белое море и белые ночи описаны респондентами как яркие уникальные символы региона, однако называли их гораздо реже, чем лес, отличительные особенности которого отражены не были (белые ночи указали почти в три раза меньше респондентов, а Белое море — в четыре раза). Это можно объяснить тем, что если лес близок жителям всего региона, то Белое море и белые ночи — только жителям северных районов области.

2,8% опрошенных назвали в качестве символа региона непосредственно природу. При ответе на другие вопросы респонденты упоминали данную образную составляющую чаще всех остальных: 35,3% назвали природу достоинством региона, а 19,2% рассказали бы о ней человеку, который никогда не был в Архангельской области. При этом респондентами был указан широкий спектр прилагательных комплиментарного

характера: «уникальная», «необычайно красивая», «живописная», «необычная», «разнообразная», «шикарная», «прекрасная», «впечатляющая», «великолепная». На наш взгляд, столь небольшой процент опрошенных, указавших природу в качестве личного символа, объясняется тем, что эта образная составляющая лишена конкретики.

2,4% указали в качестве символа снег и зиму, к образам которых респонденты обращались довольно часто: 5,9% охарактеризовали область как «снежную», 1,2% рассказали бы о снеге людям, не бывавшим в регионе, также несколько человек упомянули «суровую зиму» при описании регионального климата, а еще двое написали, что посоветовали бы людям, никогда не бывавшим в регионе, приехать в Архангельскую область именно зимой, чтобы «кататься с горок». Все это объясняется спецификой регионального климата с продолжительной (в северных районах до 250 дней) холодной и снежной зимой [11].

2,1% назвали в качестве символа Северную Двину. К образам рек и озер респонденты отсылались реже, чем к предыдущим: 2,1% назвали область речной и озерной, а 6,5% назвали их достоинством региона. Больше пресные водоемы при ответе на вопросы не упоминались, хотя Архангельская область богата водными ресурсами [11].

Реже всех среди названных символов, связанных с природной спецификой региона, упоминалась Арктика, ее указали всего 0,2% респондентов. При этом обращение к образу Арктики при ответе на все остальные вопросы также было более редким: 1% охарактеризовали Архангельскую область как «арктическую»/«полярную», и 1% назвали связь с Арктикой достоинством региона. В то же время Архангельская область активно позиционирует себя как регион, являющийся «воротами в Арктику»: «освоение Арктики началось именно с Севера России, мы стали первооткрывателями», «многие экспедиции по изучению и открытию арктического края берут начало именно на поморской земле» [4].

Из всего вышесказанного можно сделать вывод, что образы, связанные с природной спецификой региона, выбирались респондентами больше на основе связи с тем местом, где проживает человек, личными переживаниями и осмыслением, чем были продиктованы влиянием внешних факторов, таких как СМИ или образовательный процесс. И наоборот, образы, связанные с культурной составляющей, речь о которых пойдет ниже, выбирались по противоположному принципу. При этом большинство из них упоминалось только при ответе на этот вопрос, поэтому сложно установить, насколько значимой является та или иная образная составляющая. К примеру, при перечислении достоинств региона 4,7% назвали культуру, 4,1% — историю, 3,5% — традиции, 2,5% — музеи, но за исключением архитектуры не было указано ничего, что фигурирует в ответе на вопрос «Что является символом региона лично для Вас?»

Самым популярным символом, связанным с культурной спецификой региона, стал Михаил Васильевич Ломоносов, его указали 6,2% респондентов (среди всех личных символов, он занимает второе место, уступая лесу).

Одним из факторов, которые могли оказать влияние на выбор респондентов, является частота упоминания имени Ломоносова как самого выдающегося земляка. Имя ученого часто встречается в Архангельской топонимике: в честь него назван один из центральных городских округов и один из центральных проспектов, Архангельский областной театр драмы, Центральная городская библиотека, Северный (Арктический) федеральный университет (до его образования имя Ломоносова носил Поморский государственный университет), другие образовательные учреждения, общественные организации, морские суда, а также его родное село в Холмогорском районе, площади и ули-

цы в других городах области [6]. В 2011 г. в регионе масштабно отмечался 300-летний юбилей ученого: было проведено около двухсот культурно-общественных, информационных, научных, образовательных мероприятий, посвященных популяризации, изучению биографии, научного и творческого наследия М. В. Ломоносова. Торжества получили широкое освещение в информационном пространстве региона [5, с. 159]. На наш взгляд, частота упоминания этого образа при ответе на вопрос продиктована именно пропагандой в средствах массовой информации и постоянным упоминанием имени Ломоносова в образовательном процессе.

5,4% респондентов назвали символом региона сам Архангельск или его достопримечательные места, из которых наиболее часто упоминаемым стал небоскреб на площади Ленина, обозначающийся в неофициальной топонимике как «Высотка». Здание изначально было построено как архитектурная доминанта над тогда еще деревянным Архангельском [15] и до сих пор является одним из ориентиров и самым узнаваемым символом города, по мнению местных жителей [9]. Также были упомянуты Нулевая верста, Набережная, здание Гостиных дворов, но все это образы, которые могли бы составить так называемый Skyline силуэт Архангельска, если бы в нем возникла необходимость. На данный же момент они достаточно растиражированы на эмблемах, афишах, изображениях в СМИ и социальных сетях, поэтому ввиду отсутствия указаний на личные взаимоотношения респондентов с данным местом можно говорить, что упоминались эти образы под воздействием внешних факторов.

3,8% опрошенных указали Соловки, которые являются одним из самых узнаваемых символов региона. Культурно-исторический комплекс Соловецкого монастыря является единственным объектом культурного наследия на территории Архангельской области, который включен в Список всемирного наследия ЮНЕСКО. Кроме этого, Соловки считаются одним из самых привлекательных туристических объектов Русского Севера, благодаря не только богатой истории места и значимым памятникам, но и уникальной природе [3, с. 9]. В данном случае мы видим обращение к образу, который говорит о региональном величии и значении, т. е. о том, что скорее характерно для образа «Большой Родины», нежели «малой».

То же самое можно сказать о музее деревянного зодчества и народного искусства «Малые Корелы» (самого крупного музея такого типа под открытым небом в России), который назвали 2,8% респондентов. Основная экспозиция включает четыре сектора (Каргопольско-Онежский, Мезенский, Двинской и Пинежский), на территории которых представлены образцы культовых, жилых и хозяйственных архитектурных сооружений различных историко-культурных зон Русского Севера [10, с. 21–22]. Кроме этого стоит отметить, что 1% опрошенных рассказали бы о Малых Корелах человеку, который никогда не был в регионе. 3,4% респондентов считают символом само Северное зодчество, при этом 11,2% отмечали, что считают архитектуру одним из региональных достоинств. На наш взгляд, данный выбор говорит о стремлении выделить уникальные черты региона.

2,8% обратились к официальной символике, указав герб региона либо назвав в качестве символа Архангела Михаила, изображенного на гербе. Современный вариант регионального герба принят 15 июля 2003 г., при этом в Областном законе о гербе прописано, что изображение Архангела необходимо трактовать как небесного покровителя региона [11]. На наш взгляд, подобный выбор противоречит формулировке вопроса «является символом лично для Вас» и говорит о слабом осмыслении образа «малой родины» и своей личной связи с Архангельской областью.

1,7% опрошенных назвали в качестве символа козули. Архангельские козули представляют собой фигурное печенье из пряничного теста с цветной глазурью, отличающиеся красочным оформлением и особым вкусом, который получается благодаря смеси различных пряностей. Появившись на Архангельском Севере на рубеже XVII–XVIII вв., расписные пряники стали неизменным атрибутом различных праздников и до сих пор являются одним из так называемых «кулинарных брендов» региона за его пределами [2]. Стоит сказать, что 0,2% отметили, что обязательно рассказали бы о козулях человеку, который никогда не был в Архангельской области.

Из всех личных символов, связанных с культурной спецификой региона, реже всего упоминался Кенозерский национальный парк, его назвали 0,9% респондентов. Территория парка считается образцом «североевропейского культурного ландшафта, сохранившего на своей территории традиции и реликтовые формы народного творчества, хозяйствования и природопользования» [12]. Здесь опять идет обращение к уникальности, однако количество людей выбравших парк в качестве символа крайне мало.

Кроме этого хочется отметить, что спектр названных символов, относящихся к культурной специфике региона, достаточно узок. Так, не были названы многие промыслы (щепная птица счастья, резьба по кости, северные росписи), сказки Б. В. Шергина и С. Г. Писахова, практически отсутствовали наименования конкретных архитектурных сооружений.

В целом, несмотря на то что количество людей, выделивших природные символы, всего на три процента больше, чем тех, кто назвал символы, связанные с культурной спецификой, при более тщательном рассмотрении выясняется, что природная специфика региона на личном уровне осмыслена более глубоко. Образы, относящиеся к природе, часто упоминаются, при их помощи описывают регион, им дают оценку и характеристику, выделяют в качестве достоинств и стремятся рассказать о них людям, которые ни разу не посещали Архангельскую область. При описании респонденты использовали выражения, которые указывали на их личную причастность к данным образам: «люблю там гулять», «люблю собирать ягоды», «я рассказывал, но мне не верили». При этом практически не упоминаются конкретные объекты (кроме Северной Двины и Белого моря), а называются более обобщенные (лес, природа, снег, зима).

Что же касается культурной специфики региона, то здесь речь идет о конкретных растиражированных в информационном пространстве образах, которые уже входят в негласный список региональных символов, и респонденты только выбирали тот, который им ближе. Некоторые выбрали образы, больше подчеркивающие уникальность региона (козули, северное зодчество), другие останавливались на тех, кто больше подчеркивает значимость региона для Всероссийской культуры и истории (Соловки, Малые Корелы, М. В. Ломоносов). На наш взгляд, нельзя до конца исключить вероятность, что некоторые при выборе того, что, по их мнению, символизирует регион, руководствовались личными причинами, поскольку объяснять свой выбор от респондентов не требовалось. Однако формулировки, относящиеся к личным переживаниям (например, «я люблю покупать козули на праздники», «мимо Высотки я каждый день хожу на работу» и т. п.), при ответе на открытые вопросы анкеты отсутствовали, тогда как при описании природных символов они хоть и не в большом количестве, но были.

Таким образом, именно при выделении и описании природных особенностей жители региона рассматривают его как «малую родину», выделяя то, что лично им близко или интересно. Когда же речь заходит о культурной составляющей регионального образа, то во внимание принимаются объекты, связанные с величием и значи-

мостью региона либо являющиеся его гласными или негласными брендами. В целом, на основании опроса можно сделать вывод о том, что жители Архангельской области воспринимают регион во всем его культурном и природном богатстве и разнообразии, осознавая его включенность в российское и глобальное культурное пространство.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Бренд «Архангельский лес» повысит инвестиционную привлекательность ЛПК региона // News29.ru. URL: http://www.news29.ru/novosti/ekonomika/Brend_Arhangelskij_les_povyсит_investicionnuju_privlekatelnost_LPK_regiona/31648 (дата обращения: 30.01.2017).
- 2 *Вертячих А.* Козульные сласти. Архангельская пряничная традиция прижилась в Петербурге // Санкт-Петербургские ведомости. 2009. 9 июля. URL: http://old.spbvedomosti.ru/article.htm?id=10259521@SV_Articles (дата обращения: 29.01.2017).
- 3 *Грушенко Э. Б.* Анализ развития туризма на Соловецких островах // Север и рынок: формирование экономического порядка. 2012. № 1 (29). С. 9–12.
- 4 *Дробижева Л.* Российская, этническая и республиканская идентичность: конкуренция или совместимость // Центр и региональные идентичности в России: сб. статей. СПб.; М.: Изд-во Европ. ун-та; Летний Сад, 2003. С. 47–77.
- 5 *Иванкин И. И., Журавлев П. С.* 300 лет М. В. Ломоносову в Архангельской области // Вестник САФУ. Сер. Гуманитарные и социальные науки. 2012. № 1. С. 159–164.
- 6 Имя Ломоносова на карте Архангельска: рек. указатель / сост. Т. В. Колоденко. Архангельск, Пресс-Принт, 2008. 59 с.
- 7 *Крылов М. П.* Региональная идентичность // Гуманитарная география: науч. и культур.-просветит. альм. / сост., отв. ред. Д. Н. Замятин. М.: Ин-т Наследия, 2005. Вып. 2. С. 360–363.
- 8 *Крылов М. П.* Российское культурно-историческое пространство. Проблема региональной идентичности // Мир психологии. 2005. № 3. С. 187–200.
- 9 *Лохновская М. А.* Территориальный брендинг на примере города Архангельска (социологическое исследование) // Ломоносовские научные чтения студентов, аспирантов и молодых ученых — 2015 / сост. Н. В. Баталова. Архангельск: Изд-во САФУ, 2015. С. 363–367.
- 10 *Преминина Я. К., Хвостова А. В.* Оценка и перспективы рекреационного использования природно-культурного потенциала ФГУК «Архангельский государственный музей деревянного зодчества и народного искусства Малые Корелы» // Вестник Поморского университета. Серия: Естественные науки. 2011. № 1. С. 19–26.
- 11 Портал Правительства Архангельской области. Регион // Портал Правительства Архангельской области. URL: <http://dvinaland.ru/region/-8vjeeb6s> (дата обращения: 31.01.2017).
- 12 Сайт Кенозерского национального парка. URL: <http://kenozero.ru/o-parke/materialy/obshchaya-informatsiya/> (дата обращения: 28.01.2017).
- 13 *Сандомирская И.* Книга о Родине. Опыт анализа дискурсивных практик // Библиотека Янко. URL: <http://yanko.lib.ru/books/cultur/sadomirskaya-rodina.htm> (дата обращения: 30.01.2017).

- 14 *Терещенко Е. Ю.* Значение портовых городов в формировании морской культуры европейского Севера // Чарнолуские чтения: материалы межвузовской научно-практической конференции. 24–26 марта 2008 г. Мурманск: МГПУ, 2009. Ч. 1. С. 76–80.
- 15 *Харитонов Н.* Центральная площадь Архангельска // Архангельск Пресса. URL: <http://arhpress.ru/psz/2009/10/21/17.shtml> (дата обращения: 29.01.2017).
- 16 *Чернявская Ю. В.* Тоска по пространству // Человек. 2006. № 4. С. 5–12.

© 2017. Marina V. Yurkova
Arkhangelsk, Russia

**ON IMPORTANCE OF REGIONAL CULTURE AND REGIONAL NATURE SPECIFICS FOR THE “SMALL HOMELAND” IMAGE PERCEPTION
(as exemplified by inhabitants of Arkhangelsk region)**

Abstract: The purpose of our article is to explore “small homeland” image perception from the point of view of the regional cultural and natural specifics influence. The analysis is based on sociological data obtained from Arkhangelsk region inhabitants from November 2015 to April 2016. The research revealed that cultural and natural specific characteristics are main “small homeland” image components for inhabitants of Arkhangelsk region. Herewith, respondents approach to cultural and natural “small homeland” image components differently. They use images associated with nature to indicate a personal connection with the place of residence. At the same time the images associated with culture are appealing to region importance and its involvement in all-Russian history and culture.

Keywords: image of the region; the image of one's small motherland, cultural specific character of the region, regional nature specifics.

Information about the author: Marina V. Yurkova — Graduate Student, Northern (Arctic) Federal University, Severnaya Dvina emb., 17, 163002 Arkhangelsk, Russia. E-mail: MarinaYurkova23@yandex.ru

Received: February 27, 2017

Date of publication: September 15, 2017

REFERENCES

- 1 Brend “Arkhangel'skii les” povysit investitsionnuiu privlekatel'nost' LPK regiona [The brand “Arkhangelsk Forest” will increase investment attractiveness of the regional timber industry]. *News29.ru*. Available at: http://www.news29.ru/novosti/ekonomika/Brend_Arhangelskij_les_povysit_investicionnuju_privlekatel'nost_LPK_regiona/31648 (accessed 30 January 2017). (In Russian)
- 2 Vertiachikh A. Kozul'nye slasti. Arkhangel'skaia prianichnaia traditsiia prizhilas' v Peterburge [Gingerbreads “kozuli” sweets. Arkhangelsk gingerbread tradition has taken root in St. Petersburg]. *Sankt-Peterburgskie vedomosti*, 2009, July 9. Available at: http://old.spbvedomosti.ru/article.htm?id=10259521@SV_Articles (accessed 29 January 2017). (In Russian)

- 3 Grushenko E. B. Analiz razvitiia turizma na Solovetskikh ostrovakh [Analysis of tourism development on Solovetsky Islands]. *Sever I rynek: formirovanie ekonomicheskogo poriadka*, 2012, no 1 (29), pp. 9–12. (In Russian)
- 4 Drobizheva L. Rossiiskaia, etnicheskaia i respublikanskaia identichnost': konkurentsiia ili sovместimost' [Russian, ethnic and republican identity: competition or compatibility]. *Tsentr i regional'nye identichnosti v Rossii: sb. statei*. [Center and regional identity in Russia: collection of articles]. St. Petersburg, Moscow, Izdatel'stvo Evropeiskogo Universiteta Publ.; Letnii Sad Publ., 2003, pp. 47–77. (In Russian)
- 5 Ivankin I. I., Zhuravlev P. S. 300 let M. V. Lomonosovu v Arkhangel'skoi oblasti [The 30th anniversary of Mikhail Lomonosov in Arkhangel'sk region]. *Vestnik Severnogo (Arkticheskogo) federal'nogo universiteta. Ser. Gumanitarnye i sotsial'nye nauki*, 2012, no 1, pp. 159–164. (In Russian)
- 6 *Imia Lomonosova na karte Arkhangel'ska: rek. ukazatel'* [Lomonosov name in the Arkhangel'sk map: index]. Editor-compiler T. V. Kolodenko. Arkhangel'sk, Press-Print Publ., 2008. 59 p. (In Russian)
- 7 Krylov M. P. Regional'naia identichnost' [Regional identity]. *Gumanitarnaia geografiia: nauch. i kul'tur.-prosvetit. Al'm* [Humanitarian geography. Scientific and a cultural-educational almanac]. Editor-compiler D. N. Zamiatin. Moscow, In-t Naslediia Publ. 2005, no 2, pp. 360–363. (In Russian)
- 8 Krylov M. P. Rossiiskoe kul'turno-istoricheskoe prostranstvo. Problema regional'noi identichnosti [Russian cultural and historical space. The issue of regional identity]. *Mir psikhologii*, 2005, no 3, pp. 187–200. (In Russian)
- 9 Lokhnovskaia M. A. Territorial'nyi brending na primere goroda Arkhangel'ska (sotsiologicheskoe issledovanie) [Regional branding as exemplified by Arkhangel'sk city (sociological research)]. *Lomonosovskie nauchnye chteniia studentov, aspirantov i molodykh uchenykh — 2015: sbornik materialov konferentsii* [Lomonosov Scientific Conference of students and young scientists — 2015: Conference Proceedings]. Editor-compiler N. V. Batalova. Arkhangel'sk, Izdatel'stvo SAFU Publ., 2015, pp. 363–367. (In Russian)
- 10 Preminina Ia. K., Khvostova A. V. Otsenka i perspektivy rekreatsionnogo ispol'zovaniia prirodno-kul'turnogo potentsiala FGUK “Arkhangel'skii gosudarstvennyi muzei dereviannogo zodchestva i narodnogo iskusstva Malye Korely” [Evaluation and prospects of the natural and cultural potential recreational use of Federal State Institution of Culture “Arkhangel'sk State Museum of Wooden Architecture and Folk Art Malye Korely”]. *Vestnik Pomorskogo universiteta. Seriya: Estestvennye nauki*, 2011, no 1, pp. 19–26. (In Russian)
- 11 Portal Pravitel'stva Arkhangel'skoi oblasti. Region. [Arkhangel'sk region Government website. Region]. *Portal Pravitel'stva Arkhangel'skoi oblasti* [The portal of the Arkhangel'sk region Government]. Available at: <http://dvinaland.ru/region/-8vjeeb6s> (accessed 31 January 2017). (In Russian)
- 12 *Sait Kenozerskogo natsional'nogo parka. Obshchaia informatsiia*. [Kenozersky National Park website. General information]. Available at: <http://kenozero.ru/o-parke/materialy/obshchaya-informatsiya/> (accessed 28 January 2017). (In Russian)
- 13 Sandomirskaia I. Kniga o Rodine. Opyt analiza diskursivnykh praktik. [Book about Motherland. Experience in the analysis of discursive practices]. *Biblioteka Ianko* [Janka's library]. Available at: <http://yanko.lib.ru/books/cultur/sandomirskaya-rodina.htm> (accessed 30 January 2017). (In Russian)

- 14 Tereshchenko E.Iu. Znachenie portovykh gorodov v formirovanii morskoi kul'tury evropeiskogo Severa [The port cities role in the European North marine culture formation]. *Charnoluskie chteniia: materialy mezhvuzovskoi nauchno-prakticheskoi konferentsii. 24–26 marta 2008 g.* [Charnolusky readings: materials of the intramural university scientific-practical conference. 24–26 March, 2008]. Murmansk, Izd-vo MGPU Publ., 2009, part 1, pp. 76–80. (In Russian)
- 15 Kharitonov N. Tsentral'naia ploshchad' Arkhangel'ska [Arkhangelsk central square]. *Arkhangel'sk Pressa* [Arkhangelsk Press]. Available at: <http://arhpress.ru/psz/2009/10/21/17.shtml> (accessed 29 January 2017). (In Russian)
- 16 Cherniavskaia Iu. V. Toska po prostranstvu [Longing for space]. *Chelovek*, 2006, no 4, pp. 5–12. (In Russian)