

**ТЕРРИТОРИАЛЬНАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ:
РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ В ВОЛОГОДСКОЙ ОБЛАСТИ**

Жданова А.Э.

Вологодский научный центр Российской академии наук, г. Вологда

Фактор идентичности населения занимает заметное место в анализе долгосрочных и текущих трендов общественного развития. От уровня национальной и региональной идентичности, ценностно-идеологических ориентаций населения зависит дальнейшее развитие страны и её территорий. Создание стабильной гражданской идентичности невозможно без формирования идентичности к своей малой родине. Целью статьи является выявление факторов территориальной идентичности на примере жителей Вологодской области. Эмпирической базой исследования послужили данные социологического опроса, проводившегося в Вологодской области в 2023 году.

Ключевые слова: город, идентичность, местное сообщество, территория, территориальная идентичность

DOI 10.22281/2542-1697-2025-04-04-38-46

Введение. Изучение национальной и локальной территориальной идентичности приобретает особую актуальность в контексте современных социальных, политических и экономических трансформаций. Глобализация, миграционные процессы и развитие информационных технологий оказывают существенное влияние на формирование и переосмысление представлений о принадлежности к определенному месту и сообществу.

Исследование национальной идентичности позволяет глубже понять механизмы формирования общенационального единства, особенности культурного наследия и ценностных ориентиров, а также выявить факторы, способствующие или препятствующие консолидации общества. В свою очередь, изучение локальной территориальной идентичности дает возможность определить уникальные характеристики отдельных регионов, специфику их социокультурного развития и роль в формировании общей национальной идентичности.

В условиях усиливающейся взаимосвязи различных регионов и стран, а также роста мобильности населения, исследование территориальной идентичности становится важным инструментом для сохранения культурного разнообразия, укрепления социальных связей и поддержания стабильности в обществе. Понимание особенностей национальной и локальной идентичности позволяет более эффективно разрабатывать стратегии регионального развития, учитывать интересы различных социальных групп и предотвращать возникновение конфликтов на этнической и культурной почве.

В научном дискурсе высшим уровнем иерархии выступает национальная идентичность, средним звеном региональная, а низшую ступень формирует локальная идентичность. «В основе национально-гражданской идентичности лежит система ценностных ориентиров, объединяющих индивидов в единую историко-культурную и социальную общность, ее формирование происходит в процессе социализации и интернализации индивидом системы ценностей своей страны и может меняться на протяжении жизни» [1, с. 114]. Требуют внимания и глубокого исследования предпосылки, условия и риски происходящих процессов, особенно если прогнозировать развитие событий на многолетнюю перспективу.

Теоретические основы исследования. Рассматривая такой фактор как территориальная идентичность, стоит обозначить, что он является междисциплинарным, так как нашел отражение в трудах по экономике, социологии, психологии и др. Территориальная идентичность населения выступает одним из факторов развития территорий. От уровня привязанности и удовлетворенности местом, зависит то, насколько жители готовы и хотят участвовать в развитии региона.



Многие ученые занимаются изучением идентичности в различных ее формах. Под идентичностью нами будет пониматься «саморефлексия индивидом того, кем он является, принятие им для себя определенных социальных ролей в социуме» [2].

Региональным и национальным аспектам формирования идентичности посвящены многочисленные социологические и политологические исследования отечественных и зарубежных учёных. Исторически проблема идентичности изначально была вопросом традиционной философии и логики, а затем психологии [3].

Одним из первых теоретический переход от индивидуальной к социальной и коллективной идентичности осуществил М. Эриксон, отметив, что идентичность – это различие, характер и чувство принадлежности, проявляющиеся в межличностных взаимодействиях и взаимодействиях между группами. Затем был сделан важный вывод о том, что идентичность формируется из представлений о себе, которые возникают в результате рефлексивной деятельности по самокатегоризации или идентификации с точки зрения принадлежности к определенным группам или ролям. Следовательно, национальная и национально-гражданская идентичность стала восприниматься исключительно как один из видов коллективной идентичности, где общность представителей формируется на основе принадлежности к единой нации. В связи с этим огромную роль в развитии теории национальной идентичности сыграли модернистские работы английских социологов Э. Геллнера [4] и Б. Андерсона [5].

Культурная идентичность как проявление социальных качеств людей также является весомым фактором, влияющим на идентичность отдельных лиц и этнических групп, а также на национальную идентичность [6]. Важность национально-гражданской идентичности для развития стран обусловлена необходимостью сохранения и воспроизведения исторических и культурных традиций, моральных ценностей общества, что позволяет рассматривать её в качестве неисчерпаемого нематериального ресурса, который может «работать» на развитие, и одновременно выступать барометром устойчивости социума [7].

Проблемы национально-гражданской идентичности нередко изучаются в рамках различных гуманитарных дисциплин, однако всё чаще признаётся важность междисциплинарного подхода к анализу этого социального конструктора. Актуальность проблематики национально-гражданской идентичности обнаруживается и подчёркивается учёными многих стран мира, а также распространены различные трактовки понятия идентичность на уровне сообществ наций и проживающих в странах. Встречаются мнения, что понятия «гражданская идентичность» и «национальная идентичность» синонимичны друг другу [8], ряд исследователей отмечают важность нюансов в национальной и гражданской составляющих идентичности, однако их неразделимость подтверждает рациональность использования обобщённого понятия – «национально-гражданской идентичности» [9]. Конструктивистский аргумент, состоящий в возможности формирования национально-гражданской идентичности посредством управления и координации усилий государства, общества и бизнес-структур, присутствует практически во всех исследованиях, посвящённых формированию национально-гражданской идентичности, особенно когда речь заходит о воспитании основ гражданского и национального самосознания подрастающих поколений. В связи с этим заслуженного внимания исследователей как в России, так и за рубежом удостаиваются вопросы формирования национально-гражданской идентичности молодёжи [10,11]. Трансформации национальной идентичности в условиях глобализации, а также соотношение локальной, национальной и глобальной идентичности исследовали стали одной из востребованных тем современной социологии и политологии [12]. Таким образом, на сегодняшний день накоплен внушительный опыт теоретико-методологического осмыслиения проблематики национально-гражданской идентичности и подходов к её изучению, но остаётся нерешённым ряд принципиальных вопросов, касающихся формулировки и интерпретации ключевых понятий, природы обсуждаемого явления в их взаимосвязи с социально - демографическими характеристиками населения, политической конъюнктурой и современными цивилизационными вызовами.

Под региональной идентичностью, понимают: «комплекс установок и смыслов, на которых строится принадлежность к региональному сообществу» [13]; «состояние соотнесения личности с регионом, региональным сообществом и определенными социальными группами, вызывающее желание и потребность участвовать в региональных взаимодействиях, связывать свое настоящее и будущее с развитием данного региона» [14]; «сложное понятие, включающее множество аспектов: чувство принадлежности и социальные практики, историческую память, специфику местной политики, представление территории, ее бренд, тенденции развития, обусловленные социальными практиками, людьми, которые живут и действуют на данной территории» [15].

Анализируя исследования С.А. Тулаева и А.В. Немировская отмечают, что «региональная идентичность связана с процессами самоидентификации жителей со своим регионом и выстраивается на основании представлений о природе, культуре, истории своего региона» [16].

В статье С.В. Рыжовой «Ценностные опоры российской идентичности в условиях внешних вызовов» на данных всероссийского социологического опроса изучаются ценностные основы российской идентичности, приобретающие вес в условиях внешнеполитического давления. Концептуальной рамкой исследования выступили теоретические подходы к изучению идентичности, ценностей и процессов становления политической нации. Исследование показало, что российская идентичность приобретает черты макрополитической территориально-государственной идентичности. Иерархия ее ведущих ценностных опор включает в себя как консервативные, так и классические либеральные ценности: «вера в Россию» (42%), «общие моральные ценности» (38%), «соблюдение законности и прав граждан, экономическая и политическая свобода» (33%). Делается вывод, что ценность «вера в Россию» благодаря ее широкому идейному формату и политической неопределенности становится идейным источником общенациональной консолидации. На наш взгляд, в работе основной акцент сделан на проблеме гражданской консолидации населения России перед лицом внешних угроз, тогда как проблема идентичности русского населения как этнической общности уходят на второй план [17].

Методы исследования. Эмпирической базой исследования послужили данные социологического опроса «Социокультурный портрет региона», проводившегося Вологодским научным центром Российской академии наук в Вологодской области в 2023 году. Выборка – 1800 респондентов (из всех 28 муниципальных образований региона), квотная по полу и возрасту, возраст опрошенных старше 18 лет. Репрезентативность выборки обеспечивается соблюдением следующих условий: пропорций между городским и сельским населением; пропорций между жителями населённых пунктов различных типов (сельские населённые пункты, малые и средние города); половозрастной структуры взрослого населения области. Ошибка выборки не превышает 3%. В г. Вологде опрошено – 477 респондентов, в г. Череповце – 486, выборка в районах составила – 837 человек.

Результаты исследования. По отношению к региону проживания большая часть жителей Вологодской области рады и довольны местом своего проживания. Однако стоит отметить, что жители г. Череповца несколько критичнее оценивают свои условия проживания (табл. 1).

Таблица 1 – Оценка населением места своего проживания, в % от опрошенных

Вариант ответа	Вологда	Череповец	Районы	Область
Я рад, что живу здесь	48,0	28,0	44,4	40,9
В целом я доволен, но многое не устраивает	26,6	42,1	36,0	35,2
Не испытываю особых чувств по этому поводу	13,1	14,1	10,8	12,3
Мне не нравится жить здесь, но привык и не собираюсь уезжать	4,0	5,2	4,0	4,3
Хотел бы уехать в другой регион России	3,8	4,4	2,6	3,4
Хотел бы вообще уехать из России	1,5	2,1	0,5	1,2
Затрудняюсь ответить	3,0	4,1	1,7	2,7



Наибольшую близость жители области испытывают с жителями поселения, в котором живут (табл. 2). К жителям области большая часть респондентов чувствует близость, но не воспринимает ее как свою. Аналогичная ситуация прослеживается в ответах респондентов относительно отношения ко всем жителям России.

Данные показатели говорят о превалирующей локальной территориальной идентичности жителей. Считаем, что особую роль в идентификации жителей Вологодской области со своей малой родиной влияют территориальные бренды. Вологодская область один из немногих регионов России, которые имеют сразу несколько уникальных узнаваемых символов, что вероятно может формировать положительное отношение к месту проживания. В ранее проведенном исследовании М.А. Груздева выявила, что в качестве отличительных черт региона население в первую очередь выделяет товарные бренды и вологодскую продукцию.

Автор отмечает, что «по количеству успешных товарных брендов (Вологодское масло и молочные продукты, Вологодское кружево, Вологодский лен, Северная чернь и т.д.), которые отражены знаками качества (Настоящий Вологодский продукт), с областью не сравняется практически ни один регион России.

Представляется, что это помогает как внешней идентификации жителей региона, так и их внутреннему сплочению» [18, с. 6].

Таблица 2 – Распределение ответов на вопрос: «В какой мере Вы чувствуете свою близость или отдалённость («своё» – «чужое») с такими людьми, как:...?», в % от опрошенных

Вариант ответа	Вологда	Череповец	Районы	Область
Жители поселения, в котором я живу				
Своё	40,2	32,7	45,7	40,7
Близкое, но не своё	36,0	40,3	35,6	37,0
Безразлично	13,9	16,0	14,1	14,6
Далёкое, но не чужое	8,8	7,0	3,2	5,7
Чужое	1,1	3,9	1,5	2,0
Жители всей моей области				
Своё	31,8	21,2	20,9	23,9
Близкое, но не своё	35,6	39,5	41,0	39,2
Безразлично	15,4	23,3	23,4	21,2
Далёкое, но не чужое	16,2	10,5	11,6	12,5
Чужое	1,1	5,6	3,1	3,2
Жители всей России				
Своё	22,7	14,3	17,2	17,9
Близкое, но не своё	30,9	33,9	28,8	30,8
Безразлично	18,7	24,1	27,1	24,0
Далёкое, но не чужое	25,5	18,7	20,9	21,6
Чужое	2,1	8,9	6,0	5,8

Стоит отметить, что половина респондентов хотели бы чтобы их дети построили свою жизнь именно на малой родине. Чуть больше трети от прошенных допускают идею о том, чтобы их дети построили карьеру и жили в крупных городах страны (табл. 3). Отправить своих детей в столицу хотели бы лишь 28% респондентов. А вот отправлять на ПМЖ за границу своих детей не готовы 52%, причем положительный ответ дали лишь 17% опрошенных, оставшаяся часть не смогла определиться с ответом, что говорит о неоднозначности мнений среди населения относительно жизни за рубежом.

В таблице 4 представлено распределение ответов респондентов крупных городов и районов области относительно основных акторов, ответственных улучшение жизни. Так, на первое место жители Вологодской области ставят самих себя. На втором месте – общероссийская власть. На третьем – родственники. Можно отметить, что в обществе сформировалась личная ответственность за состояние своей жизни на данный момент.

Таблица 3 – Распределение ответов на вопрос: «Насколько Вы согласны со следующими утверждениями?», в % от опрошенных

Вариант ответа	Вологда	Череповец	Районы	Область
Я хотел(а) бы, чтобы мои дети построили свою жизнь на малой родине - там, где мы живём				
Не согласен	7,7	14,1	20,6	15,4
Согласен	58,3	44,1	48,3	49,8
Я хотел(а) бы, чтобы мои дети уехали в крупные города нашей страны и жили там				
Не согласен	23,1	15,3	26,3	22,4
Согласен	38,2	31,3	38,7	36,5
Я хотел(а) бы, чтобы мои дети уехали в столицу нашей страны и жили там				
Не согласен	27,6	18,0	43,8	32,4
Согласен	30,6	37,9	20,5	28,0
Я хотел(а) бы, чтобы мои дети уехали жить за рубеж, в другую страну				
Не согласен	41,7	46,2	60,9	51,7
Согласен	19,3	19,7	14,1	17,0

Население области понимает, что в первую очередь они должны надеяться на самих себя, а уже потом на органы власти будь то федеральный, региональный или местный уровень.

Таблица 4 – Степень ответственности акторов за улучшение жизни, в % от опрошенных

Вариант ответа	Вологда	Череповец	Районы	Область
От Вас самих				
Не зависит	2,3	6,4	8,3	6,2
Зависит	88,4	86,2	81,3	84,6
От близких родственников				
Не зависит	16,8	16,3	22,4	19,1
Зависит	63,6	59,8	56,8	59,4
От друзей, земляков				
Не зависит	32,5	41,0	33,4	35,2
Зависит	42,9	23,9	34,7	33,9
От начальника по работе				
Не зависит	27,4	31,0	29,0	29,1
Зависит	49,2	43,1	47,1	46,5
От районных, городских властей				
Не зависит	21,5	23,9	20,9	21,9
Зависит	52,2	46,3	59,9	54,1
От областных властей				
Не зависит	21,5	22,0	21,6	21,7
Зависит	50,1	47,7	61,0	54,4
От общероссийской власти				
Не зависит	20,7	18,7	20,9	20,2
Зависит	54,5	59,3	63,1	59,8

Как видно из данных опроса, в основном местное сообщество доверяет региональным органам управления. Так правительству области доверяет 51% опрошенных (табл. 5). Органам местного самоуправления доверяет чуть меньше половины, а именно 46%. Однако стоит отметить, что в данном вопросе также прослеживается большой процент сомневающихся в ответе, что говорит либо о низкой информированности населения о деятельности данных органов, либо о сомнении в эффективности и правильности деятельности вышеуказанных институтов.

Основными барьерами для участия в общественной активности, среди респондентов Вологодской области выступают в первую очередь «привычка надеяться на других, в том числе на власть», на втором месте «недостаток знаний и компетенций» среди населения, на третье место респонденты поставили причину «индивидуализма и безразличия к общим делам» (табл. 6).



Таблица 5 – Уровень доверия региональным и муниципальным органам управления, в % от опрошенных

Вариант ответа	Вологда	Череповец	Районы	Область
Правительству региона				
Доверяю	44,7	71,4	42,4	50,9
Не доверяю	26,4	11,3	26,4	22,3
Трудно сказать точно	28,9	17,3	31,2	26,8
Муниципальным, местным органам управления				
Доверяю	38,9	60,2	42,0	46,1
Не доверяю	28,8	16,3	28,2	25,1
Трудно сказать точно	32,4	23,5	29,7	28,7

Выходы. Подводя промежуточные итоги данного социологического исследования можно сделать вывод, что население Вологодской области положительно оценивает условия проживания в своей местности, ощущает близость с жителями своего поселения в первую очередь, а уже после с жителями региона и всей страны, а также люди в большей мере доверяют региональным органам управления. Все вышеперечисленные факторы говорят о том, что в Вологодской области сформировалась локальная территориальная идентичность населения.

Таблица 6 – Барьеры общественной активности и проявления людьми своей гражданской позиции, в % от опрошенных

Вариант ответа	Вологда	Череповец	Районы	Область
Привычка надеяться на других, в том числе на власть	34,4	42,4	35,1	36,9
Недостаток знаний, некомпетентность	27,5	40,7	30,2	32,3
Безразличие к общим делам, индивидуализм	25,2	31,5	35,6	31,7
Недостаток времени, чрезмерная занятость	32,7	31,1	27,2	29,7
Неверие в возможность оказывать влияние на решения властей	22,2	29,2	27,7	26,7
Отсутствие способности к организации	25,8	33,1	19,1	24,7
Боязнь наказания, преследований со стороны вышестоящих руководителей, властей, правоохранительных органов	17,8	23,0	16,2	18,5
Опасения негативной реакции со стороны окружающих	15,7	10,1	14,8	13,8
Другое	0,0	0,0	0,2	0,1
Затрудняюсь ответить	27,9	12,8	20,2	20,2

Локальная территориальная идентичность области формируется на пересечении исторического наследия, культурных традиций и социальных взаимодействий, создавая уникальный контекст для жизни местных сообществ. Кроме того, современная глобализация накладывает свой отпечаток на локальную идентичность, вызывая как интеграцию мировых трендов, так и столкновение с традиционными ценностями. Это вызывает необходимость переосмысливания идентичности, что, в свою очередь, может привести к ее углублению и обогащению. Таким образом, локальная территория становится не статичным пространством, а динамичной системой, где традиции и инновации находят свое гармоничное существование.

Список использованных источников

1. Воробьева, И.Н., Мехова, А.А. Проявление национальной идентичности в социально-политических ценностях студенческой молодёжи / И.Н. Воробьева, А.А. Мехова // Наука. Культура. Общество. – 2024. – Т. 30, № 3. – С. 114–129. – DOI 10.19181/nko.2024.30.3.7
2. Тихонова, Н.Е. Идентичности россиян как фактор консолидации российского общества / Н.Е. Тихонова, И.В. Дудин // Социологические исследования. – 2024. – № 11. – С. 18-33. – DOI 10.31857/S0132162524110023



3. Материалы к курсу «Социология межэтнической толерантности» / Отв. ред. Л. М. Дробижева. – Москва: Изд-во Института социологии РАН, 2005. – 159 с.
4. Геллнер, Э. Нации и национализм: Пер. с англ. / Ред. и послесл. И.И. Крупника. – М.: Прогресс, 1991. – 320 с.
5. Андерсон, Б. Воображаемые сообщества. Размышления об истоках и распространении национализма / Пер. с англ. В. Николаева; вступ. ст. С. П. Баньковской. – М.: Кучково поле, 2016. – 416 с.
6. Liu, Q., Turner, D. Identity and national identity // Educational Philosophy and Theory. – 2018. – Vol. 50 No. 12. – P. 1080-1088. – DOI: 10.1080/00131857.2018.1434076
7. Семененко, И.С. Идентичность как ресурс общественного развития / И.С. Семененко // Идентичность. Личность. Общество. Политика. Новые контуры исследовательского поля. Москва: Весь мир. – 2023. – С. 18–27.
8. Монастырский, Д.В. Гражданская идентичность: теоретические подходы к исследованию и формирующие ее факторы / Д.В. Монастырский // Гуманитарий Юга России. – 2017. – Том 23. – № 1. – С. 181-188.
9. Рыжова, С.В. О тенденциях формирования российской национально-гражданской идентичности (опыт этносоциологических исследований) // Социально-политическая трансформация в современной России: поиск модели устойчивого развития: сборник статей / Ин-т Справедливый Мир, Рос. ассоц. полит. науки, Ин-т социологии РАН; [редкол.: Л.И. Никонская (отв. ред.), В.Н. Шевченко, В.Н. Якимец]. – Москва: Ключ-С, 2015. – С. 284-296.
10. Самсонова, Т.Н., Титов, В.В. К вопросу о становлении национально-гражданской идентичности российской молодежи в условиях глобальных социокультурных трансформаций начала XXI века. / Т.Н. Самсонова, В.В. Титов // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. – 2017. – №23(3). – С. 156-173.
11. Tartakovsky, E. National Identity. Encyclopedia of Adolescence. 2010. – DOI:10.1007/978-1-4419-1695-2_367
12. İnaç, H., Ünal, F. The Construction of National Identity in Modern Times: Theoretical Perspective. / H. İnaç, F. Ünal // International Journal of Humanities and Social Science, 2013 – Vol. 3 No. P. 223–232.
13. Киреева, И.В. Брендинг регионов в укреплении российской национальной идентичности: эмпирический вызов и экспертный ответ / И.В. Киреева, Е.С. Куква, А.Ю. Шадже // Вестник Института социологии. – 2024. – Т. 15, № 1. – С. 91-113. – DOI 10.19181/vis.2024.15.1.5
14. Тумакова, К.Е. Региональная идентичность и брендинг как социально-управленческий ресурс / К.Е. Тумакова // Власть. –2010. – № 3. – С. 70–73.
15. Воробьева, И.Н. Территориальная идентичность населения: методика эмпирического измерения / И.Н. Воробьева // Siberian Socium. – 2023. – Т. 7, № 1(23). – С. 29-44. – DOI 10.21684/2587-8484-2023-7-1-29-44
16. Тулаева, С.А. «Хватит гадить нашу землю»: региональная идентичность и экологическая мобилизация в российских регионах / С.А. Тулаева, С.А. Немировская // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2024. – Т. 27, № 1. – С. 216-246. – DOI 10.31119/jssa.2024.27.1.10
17. Рыжова, С.В. Ценностные опоры российской идентичности в условиях внешних вызовов / С.В. Рыжова // Социологические исследования. – 2024. – № 9. – С. 56-66. – DOI 10.31857/S0132162524090053
18. Груздева, М.А. Социокультурный ракурс регионального развития: опыт многолетних наблюдений / М. А. Груздева // Социальное пространство. – 2022. – Т. 8, № 2. – DOI 10.15838/sa.2022.2.34.7

Сведения об авторах

Жданова Ангелина Эдуардовна – младший научный сотрудник, Вологодский научный центр Российской академии наук, Россия, г. Вологда. E-mail: angelinazhdanova99@mail.ru



TERRITORIAL IDENTITY OF THE POPULATION: RESULTS OF THE RESEARCH IN THE VOLOGDA REGION

Zhdanova A.E.

Vologda Scientific Center of the Russian Academy of Sciences, Vologda

The population identity factor occupies a prominent place in the analysis of long-term and current trends in social development. The further development of the country and its territories depends on the level of national and regional identity, value and ideological orientations of the population. The creation of a stable civic identity is impossible without the formation of an identity for one's small homeland. The purpose of the article is to identify the factors of territorial identity using the example of residents of the Vologda region. The empirical basis of the study was the data of a sociological survey conducted in the Vologda region in 2023.

Keywords: city, identity, local community, territory, territorial identity

References

1. Vorobeva, I. N., Mekhova, A. A. Manifestation of national identity in the socio-political values of student youth. / I.N. Vorobeva, A.A. Mekhova // Science. Culture. Society. – 2024. – Vol. 30(3). P. 114–129. <https://doi.org/10.19181/nko.2024.30.3.7>
2. Tikhonova, N.E. Identities of Russians as a Factor in the Consolidation of Russian Society / N.E. Tikhonova, I.V. Dudin // Sociological Studies. – 2024. – No. 11. – P. 18-33. – DOI 10.31857 / S0132162524110023
3. Materials for the course «Sociology of Interethnic Tolerance» / Responsible. ed. L. M. Drobizheva. – Moscow: Publishing house of the Institute of Sociology of the Russian Academy of Sciences, 2005. – 159 p.
4. Gellner, E. Nations and Nationalism: Trans. from English / Ed. and afterwards I.I. Krupnik. – Moscow: Progress, 1991. – 320 p.
5. Anderson, B. Imagined Communities. Reflections on the Origins and Spread of Nationalism / Translated from English by V. Nikolaev; introduction by S. P. Bankovskaya. – M.: Kuchkovo Pole, 2016. – 416 p.
6. Liu, Q., Turner, D. Identity and national identity // Educational Philosophy and Theory. – 2018. – Vol. 50 No. 12. – P. 1080-1088. – DOI: 10.1080/00131857.2018.1434076
7. Semenenko, I.S. Identity as a resource for social development / I.S. Semenenko // Identity. Personality. Society. Politics. New contours of the research field. Moscow: VES MIR. – 2023. – P. 18–27.
8. Monastyrsky, D.V. Civic identity: theoretical approaches to research and factors that shape it / D.V. Monastyrsky // Humanitarian of the South of Russia. – 2017. – Vol. 23. – No. 1. – P. 181–188.
9. Ryzhova, S.V. On the trends in the formation of Russian national-civil identity (the experience of ethnosociological research) // Socio-political transformation in modern Russia: the search for a model of sustainable development: a collection of articles / Just World Institute, Russian Assoc. Political Science, Institute of Sociology of the Russian Academy of Sciences; [editorial board: L.I. Nikovskaya (editor-in-chief), V.N. Shevchenko, V.N. Yakimets]. – Moscow: Key -S, 2015. – P. 284-296.
10. Samsonova, T.N., Titov, V.V. On the Formation of National-Civil Identity of Russian Youth in the Context of Global Sociocultural Transformations of the Early 21st Century. / T. N. Samsonova, V. V. Titov // Bulletin of Moscow University. Series 18. Sociology and Political Science. – 2017. – No. 23(3). – P. 156-173.
11. Tartakovsky, E. National Identity. Encyclopedia of Adolescence. 2010. – DOI:10.1007/978-1-4419-1695-2_367
12. İnaç, H., Ünal, F. The Construction of National Identity in Modern Times: Theoretical Perspective. / H. İnaç, F. Ünal // International Journal of Humanities and Social Science, 2013 –

Vol. 3 No. P. 223–232.

13. Kireeva, I.V. Branding of regions in strengthening Russian national identity: an empirical challenge and expert response / I.V. Kireeva, E.S. Kukva, A.Yu. Shadzhe // Bulletin of the Institute of Sociology. – 2024. – Vol. 15, No. 1. – P. 91–113. – DOI 10.19181/vis.2024.15.1.5
14. Tumakova, K.E. Regional identity and branding as a socio-managerial resource / K.E. Tumakova // Power. –2010. – No. 3. – P. 70–73.
15. Vorobyova, I.N. Territorial identity of the population: a method of empirical measurement / I.N. Vorobyova // Siberian Socium. – 2023. – Vol. 7, No. 1(23). – P. 29-44. – DOI 10.21684/2587-8484-2023-7-1-29-44
16. Tulaeva, S.A. «Stop Polluting Our Land»: Regional Identity and Environmental Mobilization in Russian Regions / S.A. Tulaeva, S.A. Nemirovskaya // Journal of Sociology and Social Anthropology. – 2024. – Vol. 27, No. 1. – P. 216-246. – DOI 10.31119/jssa.2024.27.1.10
17. Ryzhova, S.V. Value Pillars of Russian Identity in the Context of External Challenges / S.V. Ryzhova // Sociological Research. – 2024. – No. 9. – P. 56-66. – DOI 10.31857/S0132162524090053
18. Gruzdeva, M.A. Socio-cultural perspective of regional development: Experience of long-term observations. / M.A. Gruzdeva // Social Area. – 2022. Vol. 8(2). – DOI: 10.15838/sa.2022.2.34.7

Author's information

Zhdanova Angelina Eduardovna – junior researcher, Vologda Scientific Center of the Russian Academy of Sciences, Russia, Vologda. E-mail: angelinazhdanova99@mail.ru