

МЕНТАЛЬНЫЕ КАРТЫ РЕГИОНАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ (НА ПРИМЕРЕ ЭМПИРИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ В САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ)¹

Аннотация.

Актуальность и цели. В современных условиях усиливается конкуренция между регионами. Изучение региональной идентичности имеет теоретическое и практическое значение для формирования образа территории. Цель исследования состоит в выявлении структурных элементов региональной идентичности. Они характеризуют объекты, имеющие для населения прагматическое значение и обладающие социально-культурной значимостью.

Материалы и методы. Методологической базой статьи выступает построение ментальных карт пространства. Данная методика используется в современной науке для изучения ценностного отношения населения к территории, социальных характеристик пространства. Эмпирическая база исследования включает результаты анкетирования, проведенного среди жителей Самарской области.

Результаты. Анализ результатов исследования дает возможность описать ментальные карты населения по девяти критериям. Природные объекты, отмеченные в качестве предметов гордости местного населения, выполняют функции символов, а также, согласно результатам анкетирования, осуществляют важные социально-культурные функции. Они рассматриваются условия как для проведения крупных культурных мероприятий, так и для отдыха населения. Значимыми элементами образа территории выступают учебные заведения, промышленные предприятия. Прагматические функции этих объектов дополняются символическими характеристиками, связанными с их уникальностью для восприятия региона.

Выводы. Ментальные карты региональной идентичности Самарской области включают противоречивые образы: прагматические и символические. Анализ структур региональной идентичности показывает, что на уровне общественного сознания они слабо связаны с историческими традициями. Ментальные карты отображают современное состояние экономики, экологии, культуры. Таким образом, региональная идентичность населения Самарского региона находится в стадии формирования. В общественном сознании не созданы устойчивые образы, которые характеризуют уникальность данной территории.

Ключевые слова: ментальные карты, региональная идентичность, образ территории, социально-культурные смыслы, социальное пространство, ценности, социальные стереотипы.

¹ Статья подготовлена при поддержке гранта РФФИ 18-411-630001 р_а «Концептуальная модель региональной идентичности населения Самарского региона».

© Цветкова И. В., 2019. Данная статья доступна по условиям всемирной лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International License (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>), которая дает разрешение на неограниченное использование, копирование на любые носители при условии указания авторства, источника и ссылки на лицензию Creative Commons, а также изменений, если таковые имеют место.

MENTAL MAPS OF REGIONAL IDENTITY (BY THE EXAMPLE OF AN EMPIRICAL RESEARCH IN SAMARA REGION)

Abstract.

Background. In modern conditions, competition between regions is increasing. The study of regional identity of theoretical and practical importance for the formation of the image of the territory. The aim of the study is to identify the structural elements of regional identity. They characterize objects of pragmatic importance for the population and have social and cultural significance.

Materials and methods. The methodological basis of the article is the construction of mental maps of space. This technique is used in modern science to study the value attitude of the population to the territory, the social characteristics of space. The empirical base of the study includes the results of a survey conducted among the residents of the Samara region.

Results. Analysis of the results of the study makes it possible to describe the mental maps of the population according to nine criteria. Natural objects, marked as objects of pride of the local population, serve as symbols. According to the results of the survey, natural objects perform important social and cultural functions. They are considered as conditions for large-scale cultural events, as well as for the rest of the population. Significant elements of the image of the territory are educational institutions, industrial enterprises. The pragmatic functions of these objects are complemented by symbolic characteristics associated with their uniqueness for the perception of the region.

Conclusion. Mental maps of the regional identity of the Samara region include contradictory images: pragmatic and symbolic. The analysis of regional identity structures shows that at the level of public consciousness they are poorly connected with historical traditions. Mental maps reflect the current state of the economy, ecology and culture. Thus, the regional identity of the population of the Samara region is in the stage of formation. Stable images that characterize the uniqueness of this territory are not created in the public consciousness.

Keywords: mental maps, regional identity, image of the territory, social and cultural meanings, social space, values, social stereotypes.

Усиление социально-экономической, политической интеграции, миграционных потоков вызывает противоречивые процессы на уровне регионов. В европейских странах исследователи отмечают явление нового регионализма, направленного на реализацию политики в интересах местных сообществ [1].

Понятие региональной идентичности получило разработку в современной России при изучении сложных социально-экономических, социально-политических процессов в условиях переходного общества. В понимании и определении гражданской идентичности в нашей стране не сложилось единого мнения. Региональную идентичность рассматривают в контексте становления гражданской идентичности и этнической идентичности. Социальная идентичность, по мнению Л. М. Дробижевой, характеризует соотношение индивидов с определенными социальными общностями [2, с. 32]. В структуре социальной идентичности ученый выделяет создание социальных связей индивида с группой, а также формирование образа группы в индивидуальном и групповом сознании [3, с. 325]. Согласно результатам исследований, соотношение гражданской, этнической и региональной идентичности имеет терри-

ториальную специфику. В крупных городах, где преобладает русское население, большое значение имеет гражданская идентичность. На территориях, отдаленных от центральной части России, региональная идентичность в общественном сознании имеет примерно такое же значение, как и гражданская идентичность [4]. Установлено, что межнациональное согласие в полиэтнических регионах России поддерживается исторической памятью, традициями, общими целями и ценностями, дружественными отношениями между людьми разных национальностей [5].

Формирование региональной идентичности обусловлено тем, что наряду с процессами интеграции общества происходит дифференциация регионов. Региональная идентичность фиксирует различия социально-экономических, социально-культурных условий, географического положения, природных ресурсов. На уровне общественного сознания региональная идентичность характеризует осознание уникальности и неповторимости условий, образа жизни, культуры населения определенной территории [6].

Региональная идентичность населения оказывает влияние на социально-экономические, политические процессы. Успешное продвижение бренда региона во многом зависит от того, насколько местное население поддерживает его позитивный имидж [7].

Пространственные характеристики социальных взаимодействий являются предметом изучения различных социальных наук. В рамках данных дисциплин изучают структурные характеристики городского пространства. Исследователей интересуют не только физические параметры пространства, но также их ценностное значение для населения [8, с. 53].

В современных социальных и гуманитарных науках при анализе пространства применяются четыре основных методологических подхода: натурализм, структурный функционализм, феноменология и конструктивизм [9, с. 62]. Все эти подходы предусматривают использование визуализации. Различие состоит в том, какую позицию занимают исследователи по отношению к образам, способам их интерпретации. В рамках натурализма и структурного функционализма образ территории формируется на основе методологических предпосылок, которыми руководствуются ученые при его создании и интерпретации. Феноменологический и конструктивистский подход большое внимание уделяет активности жителей в описании и интерпретации социальных взаимодействий, которые осуществляются на территории. В этом случае научная интерпретация образа территории является вторичной.

Методика ментальных карт пространства находит применение для изучения структуры социальных взаимодействий населения, которые наделены ценностным содержанием и смыслами. Преимущества метода картографирования состоят в том, что язык визуальных образов дает возможность совмещать как пространственные, так и ценностные характеристики. Субъективный образ пространства выступает средством познания социальной реальности, отображения социальных позиций, мировоззрения [10, с. 50].

Построение ментальных образов включает анализ особенностей экономического, социально-культурного, политического, исторического развития территории. Символический образ территории является комплексной характеристикой географического пространства с позиций социального освоения [11, с. 162].

В качестве структурных элементов ментальных карт выступают прагматические, социально-культурные, креативные подсистемы. По мнению исследователей, упоминание жителями тех или иных объектов свидетельствует о ценностном отношении к ним. Ментальные карты пространства тесно связаны с характеристиками локальной, региональной идентичности [12, с. 9].

Методологические положения, на базе которых находят применение ментальные карты, включают представления о том, что социальное пространство влияет на менталитет жителей. В свою очередь ментальные представления населения формируют определенный образ, который воспринимается в виде устойчивых социальных стереотипов [13, с. 702]. Большое значение в структуре ментальных образов имеют эмоциональные и прагматические аспекты. Они позволяют выделить объекты, выступающие символами территории [14, с. 142].

Ментальные образы пространства могут быть структурированы в соответствии с социально-демографическими, профессиональными характеристиками групп населения. На этом основании можно утверждать, что образы города у водителя такси и профессора будут существенно различаться в силу особенностей освоения ими локального пространства. Однако на уровне общественного сознания жителей существует обобщенный образ территории, включающий ценностно-символические объекты, значимые для многих жителей [15, с. 100].

Региональная идентичность, согласно российским и зарубежным исследованиям в геоконцептологии, конструируется под влиянием ценностного отношения к объектам, расположенным на территории. Образ региона репрезентируется через значимые объекты, определяющие социальные взаимодействия [16, с. 75]. В структуре образа территории современные исследователи выделяют три основных элемента. К ним относятся значимые объекты, эмоциональные оценки и пространственные отношения [17, с. 183].

Исследователи, которые изучают ментальные образы Поволжья в историческом аспекте, отмечают, что в начале прошлого века этот регион рассматривался как внутренняя окраина. Это означало, что Поволжье обладает признаками как внутреннего пространства, так и приграничной территории. В мифологии древних народов, населявших берега Волги, большое значение имел символ великой реки. Он был связан с представлениями о границе между упорядоченностью и хаосом, цивилизацией и дикими, необжитыми землями [18, с. 136].

Изучение проблем региональной идентичности стало предметом социологического исследования, проведенного в 2018 г. сотрудниками и студентами кафедры «Социология» Тольяттинского государственного университета. Было опрошено 754 человека. Согласно выборке, 396 человек проживают в Тольятти (53 %), 183 человека (24 %) – в средних городах Самарской области (Новокуйбышевск, Нефтегорск, Жигулевск), 175 участников опроса (23 %) – в сельских поселениях Самарской области (Ставропольский, Сызранский, Шенталинский, Кошкинский, Октябрьский, Исаклинский районы).

Цель исследования состоит в выявлении структурных элементов региональной идентичности, которые характеризуют объекты, имеющие для населения ценностное значение. Участникам анкетирования был задан вопрос «Какие объекты Самарского региона могут, по Вашему мнению, быть пред-

метом гордости?». Респондентам было предложено девять позиций. По каждой позиции дана возможность указать названия значимых для респондента объектов, мероприятий (рис. 1).

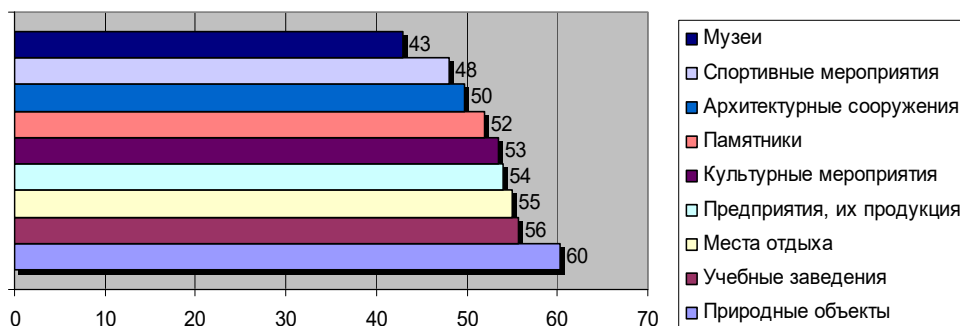


Рис. 1. Объекты Самарской области, которыми гордятся жители (в процентах от числа ответов)

Примечание. Сумма ответов превышает 100 %, так как респонденты могли написать несколько ответов.

Природные объекты были отмечены 60 % респондентов. Участники опроса указали природные объекты 715 раз (рис. 2). Треть респондентов отметили природные объекты, связанные с Жигулевскими горами. На втором месте по частоте упоминания (28 %) находится Волга, Жигулевское море, чуть реже (26 %) выделены объекты заповедника Самарская Лука. Упоминания о лесных насаждениях составляют 11 % от числа названий природных объектов, а вариант «другое» выбрали 3 % опрошенных.

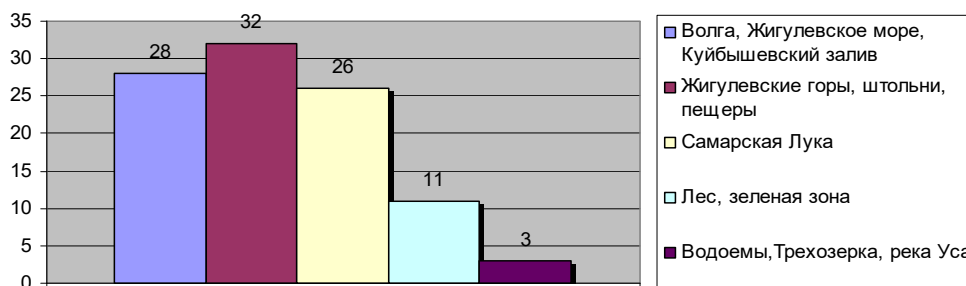


Рис. 2. Природные объекты, которыми гордятся жители Самарской области (в процентах от числа ответов)

Учебные заведения отмечены 56 % респондентов. В процессе анализа ответов получен список учебных заведений из 682 позиций. Примерно половину списка занимают названия тольяттинских вузов. И это не удивительно, поскольку опрос проводился в Тольятти. 28 % позиций включают названия вузов Самары. Школы и колледжи составляют 7 % по каждой позиции от всех названий. В позицию «другое» вошли 8 % названий учебных заведений, которые встречаются один или два раза.

Места отдыха отмечены 55 % участников опроса. Названия мест отдыха составили список из 638 позиций (рис. 3). Треть названий (31 %) из этого списка связаны с Волгой, набережной, пляжами, островами. Четверть упоминаний составляют парки, скверы, аллеи, расположенные в черте населенных пунктов. Лесные насаждения, окрестности населенных пунктов отмечены 16 % позиций из списка. Чуть меньшее количество (15 %) составляют названия баз отдыха, санаториев, детских лагерей. Названия кинотеатров, кафе, клубов отмечены в 9 % позиций. 3 % ответов составляют театры, музеи. Позиции «другое» включают 2 % ответов.

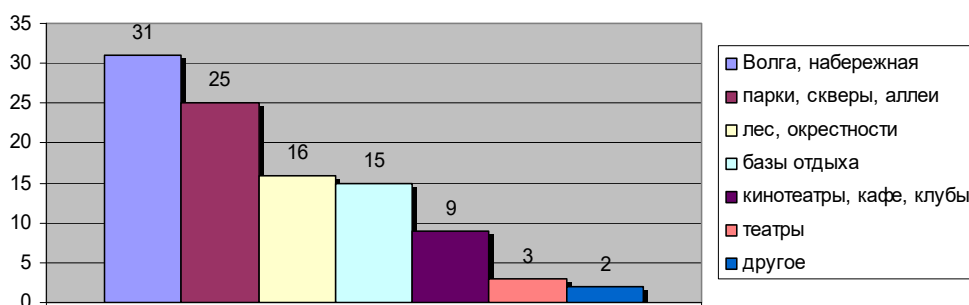


Рис. 3. Места отдыха, которыми гордятся жители Самарской области (в процентах от числа ответов)

Большее половины респондентов (54 %) считают, что предметом гордости могут быть промышленные предприятия, их продукция. Список промышленных предприятий включает 723 ответа. 32 % из названий этого списка занимает «АвтоВАЗ». Такова же доля (32 %) различных предприятий пищевой промышленности, расположенных в регионе. 18 % названий из списка занимают предприятия химической промышленности. Названия машиностроительных предприятий, расположенных в регионе, составляют 6 % от числа позиций. Упоминания о нефтеперерабатывающих заводах содержатся в 4 % названий из списка. Названия предприятий аэрокосмической отрасли составляют 3 %, а в 2 % названий входят следующие: Жигулевская ГЭС, Тольяттинский бетонный завод, Тольяттинский кирпичный завод. В позицию «другое» включены 3 % названий.

Культурные мероприятия, проводимые в Самарском регионе, отмечены 53 % участников опроса. Список по этой позиции включает 492 варианта ответов (рис. 4). 27 % от числа названий составляют фестивали, которые проводятся в Самарской области: Грушинский, «Барабаны мира», «ВолгаФест» (Самара), «Рок над Волгой». Эти мероприятия имеют не только региональное, но также и общероссийское значение.

Упоминания о городских праздниках составляют 27 % от числа позиций. Они включают как названия праздников, которые проводятся в каждом российском городе (День Победы, День города), так и мероприятия, отражающие локальную специфику. Упоминания о выставках, театрах, концертах составляют 23 % от названий из списка. 13 % включают молодежные мероприятия. Мероприятия, связанные с популяризацией классической музыки, составляют 6 % от позиций в списке. 4 % упоминаний включают названия объектов культуры (музеи, театры, набережная).

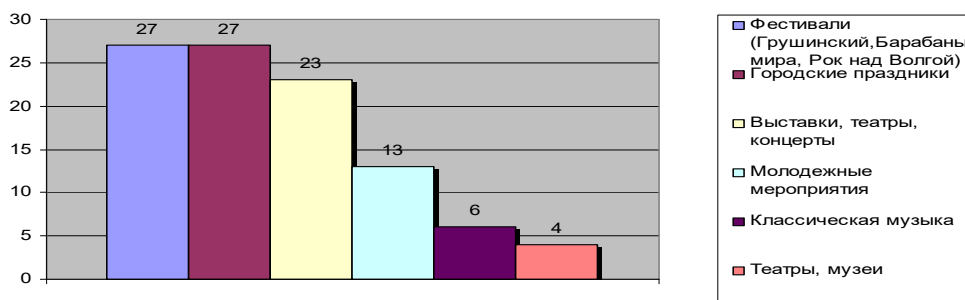


Рис. 4. Культурные мероприятия, которыми гордятся жители Самарской области (в процентах от числа ответов)

Памятники в качестве предмета гордости участников опроса отмечены половиной респондентов (52 %). На основе анализа ответов был получен список из 740 позиций. Четверть ответов содержат упоминание о памятнике В. Н. Татищеву, 15 % – названия памятников, имеющих духовно-нравственное содержание: «Памятник Преданности», скульптура Николая Угодника, «Признание в любви» (все – в г. Тольятти).

Примерно такое же количество ответов (14 %) включают названия памятников в Тольятти, посвященных героям, их жертвенному подвигу. 12 % респондентов упоминают памятники такого же идейного содержания, расположенные в Самаре. Памятники писателям, литературным персонажам, а также представителям других профессий, главным образом находящиеся в Самаре, отмечены в 11 % ответов. Десятую часть списка ответов занимают памятники, посвященные вождям мирового пролетариата (В. И. Ленину, К. Марксу). 6 % ответов включают названия памятников основателям Тольятти, героям, руководителям промышленных предприятий, представителям профессий. 6 % ответов содержат названия памятных мест, расположенных в сельской местности.

Архитектурные сооружения считает предметом гордости 471 респондент. Среди названий архитектурных сооружений 16 % посвящены культовым сооружениям различных религий (соборам, мечетям, кирхам, синагогам); 15 % связаны с объектами культуры Тольятти и Самары (кинотеатры, театры, музеи); такое же количество упоминаний посвящено набережным, как в Самаре, так и в Тольятти, площадям. 15 % ответов списка включают замок Гарibaldi – сооружение, возведенное в средневековом стиле сравнительно недавно в селе Хрящевка. 12 % ответов – это упоминания о новых архитектурных сооружениях, возведенных в XXI в. Чуть меньшее количество высказываний (11 %) посвящено архитектуре XIX – началу прошлого века. 8 % названий связаны с промышленными объектами: «АвтоВАЗ», ГЭС, технопарк «Жигулевская долина». 4 % ответов из списка содержат упоминания об архитектурных сооружениях, домах, элементах застройки. 3 % высказываний посвящены административным зданиям.

Спортивные мероприятия могут быть предметом гордости, по мнению 48 % участников опроса. В списке содержится 536 названий, посвященных региональному спорту. Массовые спортивные мероприятия выделены в 27 % ответов, чаще упоминают мероприятия «Кросс нации», «Лыжня России». 23 % ответов связаны с Чемпионатом мира по футболу. 16 % упоминаний

посвящены соревнованиям по спидвею. Десятая часть ответов содержит указания на спортивные сооружения. 9 % ответов посвящены хоккею, 5 % – гандболу, такое же количество ответов содержат упоминания баскетбола, волейбола. Бокс, боевые искусства отмечены в 4 % упоминаний, а вариант «другое» содержит 2 % ответов.

Музеи региона считают предметом гордости 43 % опрошенных. Список музеев включает 531 упоминание. В 31 % названий включены краеведческие музеи. Музеи технической направленности занимают 28 % от названий списка. Художественные музеи отмечены в два раза реже, их названия занимают 18 % от списка. Музеи, связанные с космосом, космической техникой, составляют 8 % от списка, а музеи, посвященные деятелям искусства, занимают 5 %. Категория «другое» включает 1 % ответов.

Анализ результатов исследования позволяет сделать следующие выводы. Среди объектов, имеющих ценностное значение для жителей Самарского региона, можно выделить: Волгу, Жигулевские горы, леса, озера, заповедные территории. Они выступают в качестве базовых символов региональной идентичности. Окрестности поселений выступают любимыми местами отдыха жителей Самарской области. Крупные мероприятия, которые известны за пределами Самарской области (Грушинский фестиваль, «Барабаны мира», «Рок над Волгой», «Классика над Волгой»), проводятся на лоне природы. На уровне ментальных карт региона выстраивается связь между важными природными объектами, спецификой региональной культуры и местами проведения отдыха. Облик региона дополняется упоминаниями о спортивных объектах. Большое значение имеет модернизация спортивной сферы региона в процессе подготовки к Чемпионату мира по футболу.

Образ региона в восприятии населения включает учебные заведения и промышленные предприятия. Эти объекты, расположенные в крупных городах региона (Самара, Тольятти), имеют не только прагматическое, но и культурно-символическое значение.

Следует отметить, что среди промышленных предприятий чаще всего отмечены те, которые производят продукцию массового спроса. К ним относятся «АвтоВАЗ», а также предприятия пищевой промышленности. Высокотехнологичные предприятия военной и аэрокосмической отрасли имеют меньшее значение для символического восприятия региона населением.

Памятники, архитектурные сооружения, музеи формируют связи региональной и локальной идентичности. Данные сооружения в Самарской области не имеют глубоких исторических корней, они возведены главным образом в конце прошлого – начале нынешнего века. Памятники и архитектурные сооружения отображают историческую ценность советского прошлого региона.

Значимые объекты Самарской области, которые могут быть предметом гордости населения, согласно результатам анкетирования, отмечены примерно половиной респондентов. Ценностные структуры региональной идентичности на уровне общественного сознания не имеют глубоких оснований в исторических традициях. Ментальные карты фиксируют связи между объектами, выполняющими как прагматические, так и символические функции. Все это свидетельствует о том, что структуры региональной идентичности Самарской области не являются устойчивыми, они находятся в стадии формирования.

Библиографический список

1. **Szajnowska-Wysocka, A.** Theories of regional and local development-abridged review / A. Szajnowska-Wysocka // *Bulletin of geography Socioeconomic Series*. – 2009. – № 12. – P. 75–90.
2. Гражданская, этническая и региональная идентичность: вчера, сегодня, завтра / рук. проекта и отв. ред. Л. М. Дробижева. – Москва : Российская политическая энциклопедия, 2013. – 485 с.
3. **Дробижева, Л. М.** Российская гражданская идентичность в научно-политических дискуссиях и общественном мнении / Л. М. Дробижева // *Вопросы национальных и федеративных отношений*. – 2018. – Т. 8, № 4 (43). – С. 324–336.
4. **Дробижева, Л. М.** Гражданская и этническая идентичность россиян: совместимость или противостояние? / Л. М. Дробижева, С. В. Рыжова // *Российское общество и вызовы времени* / М. К. Горшков и др. ; отв. ред. М. К. Горшков, В. В. Петухов. – Москва : Весь мир, 2015. – Кн. 2. – С. 176–197.
5. **Дробижева, Л. М.** Актуальная идентичность и межэтнические отношения в Поволжском регионе / Л. М. Дробижева, Г. Б. Кошарная // *Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки*. – 2016. – № 4 (40). – С. 106–112.
6. **Шабалова, О. А.** Формирование подходов к изучению феномена «Региональная идентичность» в российском дискурсе / О. А. Шабалова // *Magister Dixit*. – 2014. – № 2 (14). – С. 139–145.
7. **Ibrahimi, A.** Regional identity of cities / A. Ibrahimi // *European Journal of Business, Economics and Accountancy*. – 2015. – V. 3, № 1. – P. 73–78.
8. **Базаров, А. А.** Город как предмет теоретико-методологического осмысления тенденций в современной урбанистике (на примере Улан-Удэ) / А. А. Базаров, В. Н. Буртонова // *Вестник БГУ*. – 2017. – № 5. – С. 52–58.
9. **Пирогов, С. В.** Контуры визуальных исследований города / С. В. Пирогов // *Вестник Томского государственного университета*. – 2013. – № 376. – С. 59–63.
10. **Скалабан, И. А.** Образы поселений: карта как соучастие / И. А. Скалабан // *Ценности и смыслы*. – 2015. – № 1 (35). – С. 38–51.
11. **Окунев, И. Ю.** Вологда и Самара (Куйбышев) как запасные (дипломатические) столицы России: политико-географический анализ / И. Ю. Окунев, Г. И. Остапенко // *ИСОМ*. – 2017. – № 5-1. – С. 159–172.
12. **Барабошина, Н. В.** Социокультурное пространство малого города: опыт изучения ментальных карт города Бузулука / Н. В. Барабошина // *Известия Саратовского университета. Сер. «Философия. Психология. Педагогика»*. – 2012. – № 4. – С. 7–10.
13. **Давыдкина, Л. В.** Исследование образа города Самары студентов разных профессиональных групп / Л. В. Давыдкина // *Современные исследования социальных проблем*. – 2012. – № 1. – С. 697–714.
14. **Иванова, В. В.** Образы территории в восприятии ее жителей (на примере Академгородка) / В. В. Иванова, Е. А. Дитц // *Вестник НГУ. Сер. «Социально-экономические науки»*. – 2015. – № 4. – С. 139–146.
15. **Орлова, В. В.** Ментальные образы города Томска (на примере студентов университета) / В. В. Орлова, Е. С. Иванова // *Вестник СПбГУ. Сер. 12, Социология*. – 2014. – № 1. – С. 99–108.
16. **Зелянская, Н. Л.** Геоконцептология и региональная идентичность / Н. Л. Зелянская // *Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология*. – 2014. – № 4 (28). – С. 73–79.
17. **Недосека, Е. В.** Ментальная репрезентация пространства молодежи г. Мурманска / Е. В. Недосека, В. В. Волков // *Регионология*. – 2014. – № 4 (89). – С. 179–189.
18. **Леонтьева, О. Б.** Волга и Поволжье на «ментальной карте» российского общества XIX – начала XX в. / О. Б. Леонтьева, Я. М. Цыганова // *Вестник Омского университета. Сер. «Исторические науки»*. – 2015. – № 4 (8). – С. 131–139.

References

1. Szajnowska-Wysocka A. *Bulletin of geography Socioeconomic Series*. 2009, no. 12, pp. 75–90.
2. *Grazhdanskaya, etnicheskaya i regional'naya identichnost': vchera, segodnya, zavtra* [Civil, ethnic and regional identity: yesterday, today, tomorrow]; project manager and executive editor of L. M. Drobizheva. Moscow: Rossiyskaya politicheskaya entsiklopediya, 2013, 485 p. [In Russian]
3. Drobizheva L. M. *Voprosy natsional'nykh i federativnykh otноsheniy* [Issues of national and federative relations]. 2018, vol. 8, no. 4 (43), pp. 324–336. [In Russian]
4. Drobizheva L. M., Ryzhova S. V. *Rossiyskoe obshchestvo i vyzovy vremeni* [The Russian society and the challenges of time]. Moscow: Ves' mir, 2015, bk. 2, pp. 176–197. [In Russian]
5. Drobizheva L. M., Kosharnaya G. B. *Izvestiya vysshikh uchebnykh zavedeniy. Povolzhskiy region. Obshchestvennye nauki* [University proceedings. Volga region. Social sciences]. 2016, no. 4 (40), pp. 106–112. [In Russian]
6. Shabalova O. A. *Magister Dixit*. 2014, no. 2 (14), pp. 139–145.
7. Ibrahim A. *European Journal of Business, Economics and Accountancy*. 2015, vol. 3, no. 1, pp. 73–78.
8. Bazarov A. A., Burtonova V. N. *Vestnik BGU* [Bulletin of BSU]. 2017, no. 5, pp. 52–58. [In Russian]
9. Pirogov S. V. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta* [Bulletin of Tomsk State University]. 2013, no. 376, pp. 59–63. [In Russian]
10. Skalaban I. A. *Tsenosti i smysly* [Values and senses]. 2015, no. 1 (35), pp. 38–51. [In Russian]
11. Okunев I. Yu., Ostapenko G. I. *ISOM*. 2017, no. 5-1, pp. 159–172.
12. Baraboshina N. V. *Izvestiya Saratovskogo universiteta. Ser. «Filosofiya. Psikhologiya. Pedagogika»* [Proceedings of Saratov University. Series: Philosophy. Psychology. Pedagogy]. 2012, no. 4, pp. 7–10. [In Russian]
13. Davydkina L. V. *Sovremennye issledovaniya sotsial'nykh problem* [Modern research of social problems]. 2012, no. 1, pp. 697–714. [In Russian]
14. Ivanova V. V., Ditts E. A. *Vestnik NGU. Ser. «Sotsial'no-ekonomicheskie nauki»* [Bulletin of NSU. Series: Socioeconomic sciences]. 2015, no. 4, pp. 139–146. [In Russian]
15. Orlova V. V., Ivanova E. S. *Vestnik SPbGU. Ser. 12, Sotsiologiya* [Bulletin of SPbSU. Series 12, Sociology]. 2014, no. 1, pp. 99–108. [In Russian]
16. Zelyanskaya N. L. *Vestnik Permskogo universiteta. Rossiyskaya i zarubezhnaya fi-lologiya* [Bulletin of Perm University. Russian and foreign philology]. 2014, no. 4 (28), pp. 73–79. [In Russian]
17. Nedoseka E. V., Volkov V. V. *Regionologiya* [Regional studies]. 2014, no. 4 (89), pp. 179–189. [In Russian]
18. Leont'eva O. B., Tsyganova Ya. M. *Vestnik Omskogo universiteta. Ser. «Istoricheskie nauki»* [Bulletin of Omsk University. Series: Historical sciences]. 2015, no. 4 (8), pp. 131–139. [In Russian]

Цветкова Ирина Викторовна

доктор философских наук, профессор,
кафедра истории и философии,
Тольяттинский государственный
университет (Россия, г. Тольятти,
ул. Белорусская, 14)

E-mail: aleksandr@kozlov@mail.ru

Tsvetkova Irina Viktorovna

Doctor of philosophy, professor,
sub-department of history and philosophy,
Togliatti State University (14 Belorusskaya
street, Togliatti, Russia)

Образец цитирования:

Цветкова, И. В. Ментальные карты региональной идентичности (на примере эмпирического исследования в Самарской области) / И. В. Цветкова // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. – 2019. – № 3 (51). – С. 131–141. – DOI 10.21685/2072-3016-2019-3-13.