

Научная статья / Research Article

УДК 316.342.6

DOI: 10.14258/SSI(2023)3-06

Применение метода неоконченных предложений для изучения территориальной идентичности школьников

Ирина Николаевна Воробьева

Череповецкий государственный университет, Череповец, Россия,
vorobyova-i-n@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0001-5970-051X>

Аннотация. Территориальная идентичность как базовый элемент закрепления молодежи в своем городе, поселке выступает фактором экономической безопасности и стабильности региона. В условиях высокой миграционной активности выпускников школ из средних и малых городов России актуальной задачей представляется выявление маркеров территориальной идентичности, элементов эмоциональной привязанности школьников к территории проживания. Метод неоконченных предложений выступает одним из действенных методов анализа эмоциональной и когнитивной составляющей территориальной идентичности. В статье представлены результаты его применения для изучения преимуществ и недостатков, а также причин отъезда из города учащихся г. Череповца, одного из центров металлургической и химической промышленности Северо-Запада России. Было доказано, что промышленная специфика города является основным кластером когнитивной составляющей территориальной идентичности. Основные ограничения ее формирования у школьников промышленного города зачастую связаны с узким восприятием города, развитым стереотипным представлением о нем как о городе с низким уровнем перспектив и самореализации. Слабо представлена идентификация с историческим прошлым и явно выражена заниженная оценка социально-экономического развития.

Ключевые слова: метод неоконченных предложений, территориальная идентичность, городская идентичность, школьники, миграция, молодежь

Для цитирования: Воробьева И.Н. Применение метода неоконченных предложений для изучения территориальной идентичности школьников // Society and Security Insights. 2023. Т. 6, № 3. С.117-128. doi: 10.14258/ssi(2023)3-06

Application of the Method of Incomplete Sentences to the Study the Territorial Identity of Schoolchildren

Irina N. Vorobeva

Cherepovets State University, Cherepovets, Russia,
vorobyova-i-n@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0001-5970-051X>

Abstract. Territorial identity as a basic element of retaining young people in their city or village is a factor of economic security and stability of the region. In conditions of high migration activity of school graduates from medium-sized and small towns in Russia, identifying markers of territorial identity and elements of emotional attachment of schoolchildren to the territory of residence seems to be an important task. The method of unfinished sentences is one of the effective for analyzing the emotional and cognitive components of territorial identity. The article presents the advantages and disadvantages of its using for the study of reasons for the departure of students from the city of Cherepovets, one of the centers of the metallurgical and chemical industry of North-West Russia. It has been proven that the industrial specificity of the city is the main cluster of the cognitive component of territorial identity. The main limitations of its formation among schoolchildren in an industrial city are often associated with a narrow perception of the city, a developed stereotypical idea of it as a city with a low level of prospects and self-realization. Identification with the historical past is poorly represented and an underestimation of socio-economic development is clearly expressed.

Keywords: method of incomplete sentences, territorial identity, urban identity, schoolchildren, migration, youth

For citation: Vorobeva, I.N. (2023). Application of the Method of Incomplete Sentences to the Study the Territorial Identity of Schoolchildren. *Society and Security Insights*, 6 (3), 117–128. (In Russ.). doi: 10.14258/ssi(2023)3-06

Введение

Миграция молодежи является одной из самых острых проблем в малых и средних городах России. В период реализации своих образовательных стратегий большинство самых активных и одаренных детей навсегда уезжают из родных городов. Данная проблема актуальна не только для территориальных единиц с отсталой экономикой и узким рынком труда. Даже экономически развитые города с благополучной инфраструктурой, развитой социальной сферой каждый год теряют ценные трудовые ресурсы, базу экономической безопасности, стратегический потенциал развития. Эмоциональная привязанность к городу, к его истории, в целом уровень территориальной идентичности является одним из факторов закрепления молодежи в регионе. Цель статьи — на примере промышленного города Вологодской области Череповца по результатам опроса школьников методом неоконченных предложений изучить представления об основных недостатках и достоинствах города, выявить факторы миграционной активности.

Обзор литературы

Территориальная идентичность является сложной многокомпонентной категорией, которая включает в себя множество аспектов. Наиболее широко ее, на наш взгляд, рассматривает Т. Банини, по ее мнению, она включает «чувство принадлежности и социальные практики населения, которое живет на данной территории; историческую память и исторические корни; особенности местной политики; тенденции развития» (Banini, 2021: 13). В понятии «территориальная идентичность» взаимосвязаны два важных аспекта: социально-экономический и исторический контекст региона и чувство принадлежности и лояльности к территории (Capello, 2019).

В отечественном опыте наиболее распространен подход к изучению территориальной идентичности через анализ ее структурных компонентов: когнитивного, ценностного, эмоционального и поведенческого (Скалабан и Серебрянникова, 2014; Оплетина и Белоусова, 2021; Горнова, 2019).

Когнитивный компонент подразумевает устойчивые представления о регионе, специфику территории проживания, ее исторические особенности, закрепленные в сознании населения, географические образы. Прикладное изучение данного компонента предполагает выявление уникальных объектов территории и выявление устойчивых стигм, закрепленных за регионом. Когнитивный компонент тесно переплетается с ценностным, связь заключается в символической природе знаковых географических, исторических мест, архитектурных объектов, исторической памяти. Ценностная составляющая включает в себя как субъективную связь населения с данным регионом, так и определенные ценностные ориентиры, установки, характерные для жителей данного региона в связи со сложившимся историческим прошлым региона, его природными условиями, экономической спецификой региона.

Авторы чаще всего при измерении когнитивного и ценностного компонентов территориальной идентичности используют ассоциативные методики или прямые вопросы: «Какие места/люди/объекты в городе являются для вас наиболее значимыми?» (Антонова 2021; Власова и Обухов, 2021). Ассоциации, полученные при измерении, как правило, можно разделить на несколько маркеров. Например, при изучении территориальной идентичности Кузбасса выделяются маркеры по следующим аспектам: экономическая составляющая («богатый природный и ресурсный край», «крупный промышленный добывающий и перерабатывающий бизнес»), ценности («место для долгой и счастливой жизни»), характеристики населения («в Кузбассе много образованных людей», «большинство жителей можно назвать трудолюбивыми», «кузбассовцы — люди с тяжелым характером») (Авилов и др., 2019). При изучении ассоциаций, связанных с Арктикой, наиболее ярко выделяются особенности географического местоположения («Арктика — это на Севере», «Арктика — географическая часть северных территорий», «Арктика — край материка»), ценностные маркеры («Арктика — центр духовного исцеления», «территория интеллектуальных креативных сообществ») (Филиппова, 2022). Анализ идентичности Ижевска показал высокую значимость для респондентов

исторических маркеров («город оружейников»), маркеров развития инфраструктуры («спортивный центр», «развлекательный центр», «образовательный центр»). Наряду с идентичностью географической выясняется и персонифицированная идентичность, авторы выясняют, какие люди достойны представлять образ Ижевска — Калашников, Чайковский, Шувалов и др. (Власова и Обухов, 2021).

При изучении городов с богатой историей, как правило, выделяются маркеры, связанные с историко-культурным контекстом: крупные объекты (Кремль, Софийский собор), уникальные памятники архитектуры, исторические лица (Александр Невский), художественное наследие (хохломяская роспись) (Архипова и Федотова, 2016). При всем богатстве возможных маркеров идентичности О.А. Богатова и Е.И. Долгаева (2022) доказывают приоритетную значимость социально-экономических и инфраструктурных факторов ее формирования.

Таким образом, можно выделить основные маркеры когнитивного и ценностного компонента территориальной идентичности: историческое наследие (архитектурные объекты, памятники, исторические личности, промыслы и ремесла); географические знаковые объекты; специфические установки и ценности населения, связанные либо с природными факторами проживания, либо с менталитетом; экономические характеристики и объекты территории; природные специфические характеристики региона.

Для изучения идентичности достаточно часто используются открытые вопросы, в том числе метод неоконченных предложений (Москалец, 2011; Троцук и Субботина, 2022; Камалова, 2014). Метод неоконченных предложений является проективным методом, позволяет исследователю спроецировать внутренние смыслы, подсознательные образы и представления респондентов о том или ином явлении, установке. При его использовании формируется стимул — начало предложения, благодаря которому респондент высказывает мнение через формирование окончания предложения. Данный прием позволяет обнаружить ценностные установки участника исследования, основанные на устоявшихся в социальной и культурной среде и усвоенных человеком стереотипах и ценностях (Алистанова, 2018).

Метод неоконченных предложений обладает рядом преимуществ. Во-первых, исследователь не подталкивает к выбору имеющихся ответов респондентов, предлагая закрытые шкалы, а дает возможность высказать имеющиеся у него установки. Во-вторых, он достаточно прост в применении и реализации в инструментарии исследования. В-третьих, сформированный «стимул» — начало предложения дает возможность более легкого раскрытия смысла и вызова реакции на него у респондента (Троцук, Субботина, 2022; Лапыгин, 2016). В-четвертых, дает более глубокую качественную информацию, чем закрытый вопрос (Алистанова, 2018). Имеются у метода и явные недостатки. Во-первых, недостаток всех открытых вопросов — не все респонденты дают на них ответы, много пропусков. Во-вторых, в силу специфики открытого вопроса — сложность выявления закономерностей с другими вопросами и сложность обработки данных, которая, в свою очередь, решается способом «закрытия вопроса», закодирования основных кластеров открытых вопросов, что и делает автор в данной статье.

В силу явных своих преимуществ данный метод зарекомендовал себя для изучения установок, стереотипов, субъективных представлений по самым разным направлениям, таким как критерии эффективности преподавателя вуза на основании мнений студентов (Коган, 2022), концептуализации категорий героизма и справедливости (Субботина, 2021), успешности (Коган, 2020) и др.

Таким образом, метод неоконченных предложений может быть использован для измерения территориальной идентичности школьников и молодежи в целом, для выявления когнитивной, ценностной и в том числе эмоциональной ее составляющих.

Методы и методология

Эмпирической базой исследования стал опрос учащихся 9–11-х классов общеобразовательных школ г. Череповца по формализованной анкете по месту обучения, проведенный по кластерной выборке в десяти общеобразовательных школах города. Всего опрошено 647 человек. Исследование проведено в апреле 2022 г. кафедрой социологии и социальных технологий Череповецкого государственного университета в рамках гранта социальных проектов Благотворительного фонда «Дорога к дому». Опрос осуществлялся согласно формализованной анкете по месту обучения респондентов. Техническая обработка информации произведена в программе SPSS, версия 22 (статистический пакет для социальных наук).

Для выявления когнитивного и ценностного компонентов территориальной идентичности был использован метод неоконченных предложений, суждения: «Самое главное достоинство Череповца — это...», «Самый главный недостаток Череповца — это...». Для выявления факторов миграционной активности был использован вопрос: «Некоторые люди уезжают из Череповца, потому что...».

Результаты исследования

Для исследования территориальной идентичности школьников был взят город Череповец в Вологодской области, промышленный центр Северо-Запада России. В городе находится основной актив горно-металлургической компании «Северсталь» — Череповецкий металлургический комбинат и крупнейшее производство компании «ФосАгро» — производитель минеральных удобрений. Предприятия играют серьезную роль в социально-экономической жизни города. Для города это прежде всего стабильная налогооблагаемая база, хорошо оплачиваемые рабочие места, совместные с городом социальные проекты. Но при этом промышленные объекты влияют на экологическую обстановку в городе, и даже с явно прогрессивной политикой предприятий по сдерживанию выбросов и заботе об окружающей среде стереотип экологически загрязненного города устойчиво закрепился среди населения и является одним из факторов отъезда, который декларирует молодежь. Выявление причин отъезда и изучение территориальной идентичности как фактора закрепления молодежи является очень актуальным в городе.

По результатам исследования при ответе на вопрос: «Самое главное достоинство Череповца — это...» было собрано 519 результативных реплик. На первом

месте со значимым отрывом от всех остальных высказываний — кластер (47% от всех реплик), который мы обозначили как «Развитая промышленность, заводы» (рис. 1). Наиболее распространенные реплики в нем: «завод», «крупнейший металлургический завод», «металлургия», «крупные предприятия», «хорошо развитая промышленность», «Северсталь», «Фосагро».

На втором месте по наполненности блок «Много мест для культуры и отдыха» — 13%. Это суждения, связанные с культурными местами нашего города: «Камерный театр», «Дворец культуры металлургов», «Ледовый дворец». Школьники обозначили также и парк военной техники, не так давно созданный в городе, парк аттракционов, Советский проспект, историческую улицу города, место культурного досуга.

На третьем месте реплики, связанные с историей города (7%), куда вошли «исторические памятники», «музеи», «старинные здания», «достопримечательности». К сожалению, исторические личности, жизни и деятельности которых посвящены целые исторические комплексы и памятники в городе, практически не были названы в открытом вопросе. Только одно упоминание о В. В. Верещагине, известном художнике-баталисте, ни одного — о И. А. Милютине, городском голове, памятник которому и дом-музей стоит в центре и с деятельностью которого связана история города.

На четвертом месте — блок, связанный с основным кластером — промышленной спецификой города: «Много рабочих мест» (5%). Среди них «возможность найти работу», «большое количество рабочих мест на заводах», «возможность работать на заводе за высокую зарплату», «возможность построить карьеру».

Важным отличительным критерием, на котором уже строится бренд города Череповца, являются два вантовых моста — Октябрьский и Архангельский. Октябрьский уже давно стал символом города, Архангельский активно строился на момент опроса (весной 2022 г.) и был открыт в августе 2022 г. Поэтому 5% из школьников, которые дали ответ, считают мосты важным достоинством нашего города. Столько же реплик (5%) связано с развитием города. Учащиеся обращают внимание на постоянное обновление, интенсивно развивающуюся инфраструктуру, они отмечают, что «город быстро развивается», «власть стремится сделать город лучше», «главное достоинство города — его развитость», а также «упорядоченность в начинаниях».

Только 4% реплик касаются возможностей получения образования, хотя в городе имеются два высших учебных заведения — Череповецкий государственный университет и Военный университет радиоэлектроники. Но при этом реплики достаточно скромны, только «хорошее образование», «ЧГУ», «Военный университет». Среди реплик, которые собрали менее 4%, — город «небольшой», «уютный», в котором «размеренный темп жизни», «спокойствие и умиротворение», «тишина и спокойствие». Обратили внимание, что в городе «чистота», «хороший уровень благоустройства».

Для нас важной задачей было определить, что же является фактором формирования территориальной идентичности. Для того чтобы выделить, какие факторы являются определяющими, мы вывели распределение ответов на открытые во-

просы в зависимости от уровня территориальной идентичности школьников, где как базовую использовали авторскую методику разбивки респондентов (Воробьева, 2023) (рис. 1). Школьники с высоким уровнем территориальной идентичности существенно реже остальных обращают внимание на промышленную специфику города (40% реплик), их представление о городе распространяется и на другие аспекты — возможности культурного досуга, историческое наследие. У учащихся с низким уровнем территориальной идентичности представление о городе более узкое — 57% выделили промышленность. Среди учащихся с высоким уровнем территориальной идентичности 15% обратили внимание на досуг, тогда как с низким — только 8%. Мосты стали элементом формирования локальной идентичности, среди учащихся с высоким уровнем территориальной идентичности 11% упомянули их как достоинство города, среди школьников с низким уровнем идентичности — только 3%. Важным аспектом формирования идентичности является то, что ребята, которым нравится свой город, более склонны замечать, что он развивается.



Рисунок 1 — Распределение ответов на открытый вопрос: «Самое главное достоинство Череповца — это...» по блокам, в процентах от общего количества реплик и в зависимости от уровня территориальной идентичности школьников.

Figure 1 — Distribution of answers to the open-ended question: “The most important advantage of Cherepovets is...” by blocks, as a percentage of the total number of responses and depending on the level of territorial identity of schoolchildren.

Преимущества города являются и его недостатками. Было собрано 540 реплик на вопрос «Самый главный недостаток Череповца — это...». На первом месте кла-

стер «Проблемы с экологией, загрязненность», реплики которого составляют 69% («большие выбросы химических веществ с заводов», «воздух грязный», «грязная окружающая среда», «плохая экология»). На втором месте — связанный с первым блок «Заводы, промышленность», который подразумевает плохую экологию в городе, 18% («большое количество производств, грязный город», «заводы и грязь от них», «предприятия», «промышленность», «заводы»). На третьем месте с очень большим отрывом от первых двух блоки реплик: «Мало мест для досуга» — 5% («мало мест, где можно провести время», «отсутствие интересного досуга», «мало развлечений»), «Сложно самореализоваться» — 2%, «плохое образование» — 1,5%, всего несколько реплик «злые люди», «наркомания и алкоголизм», «плохие дороги».



Рисунок 2 – Распределение ответов на открытый вопрос «Некоторые люди уезжают из Череповца, потому что...» по блокам, в процентах от общего количества реплик.

Figure 2 - Distribution of answers to the open-ended question “Some people leave Cherepovets because...” by blocks, as a percentage of the total number of replies.

Факторы миграционной активности детально раскрывает открытый косвенный вопрос: «Некоторые люди уезжают из Череповца, потому что...». На первом месте — кластер «нет перспектив, возможностей для развития» — 29% («здесь

сложно себя реализовать», «мало возможностей для развития карьеры», «здесь мало перспектив») (рис. 2). Отметим, что среди школьников с низким уровнем территориальной идентичности данная установка развита существенно больше, такого рода реплики среди них дали 41% респондентов.

На втором месте кластер «плохая экология» — 21% («чтобы не дышать грязным воздухом», «экология»). На третьем месте — «для получения образования» — 10% («не могут получить хорошее образование», «нет институтов с качественным образованием», «нет множества специальностей»). На четвертом месте «в других городах больше возможностей» — 8%. На пятом — просто «не нравится город», 6%. По 5% собрали кластеры «хотят жить в большом городе», «хотят жить лучше, чем здесь». Только 4% реплики, что «хотят найти работу» и «здесь сложно с работой». По 3% реплики, что «город слишком маленький», «скучно и тоска в городе», «хотят что-то изменить в своей жизни». Только 2% ответили, что потому что «мало мест для досуга».

Обсуждение и заключение

В статье был применен метод неоконченных предложений для изучения территориальной идентичности. Было выявлено, что школьники видят в городе только промышленный центр. Это является и его явным преимуществом, так как крупные предприятия металлургической и химической промышленности дают «много рабочих мест», «возможность построить карьеру», «возможность работать на заводе за высокую зарплату», и основной его проблемой — экологически неблагоприятной ситуацией («грязная окружающая среда», «большие выбросы химических веществ с заводов»). Слабо представлен маркер исторического наследия, что говорит о слабой сформированности территориальной идентичности с историей города, как давней, так и современной промышленной. Именно поэтому формирование локального патриотизма является одной из приоритетных задач молодежной политики.

Следовательно, даже благоприятное экономическое и социальное положение, развитая инфраструктура, с точки зрения досуга и получения высшего образования, не становятся залогом удержания молодежи. Молодежь манят большие города и смутные стереотипы успешной самореализации в них. В таких условиях еще более остро стоит проблема формирования территориальной идентичности, которая должна состоять не только в работе с самой молодежью, но и со значимыми референтными группами. На наш взгляд, именно сформированные стереотипы и общепринятые паттерны поведения сверстников зачастую являются факторами миграции, а не реальное положение дел в городе, что еще больше усложняет сдерживание оттока молодежи.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

Авилов Г. М., Кранзеева Е. А., Яницкий Л. С. Региональная идентичность молодежи и проблема формирования имиджа региона // Профессиональное образование в России и за рубежом. 2019. № 1 (33). С. 110–119.

Алистанова З. Ф. Исследование этнических стереотипов: подходы и методы // Теория и практика общественного развития. 2018. №4 (122). С. 46–48.

Антонова Н. Л. Молодежь в поисках городской идентичности: уровни и индикаторы // *Общество: социология, психология, педагогика*. № 11. 2021. С. 16–19.

Архипова А. Э. Федотова Н. Г. Маркеры территориальной идентичности как символическая основа брендинга места // *Ученые записки Новгородского государственного университета имени Ярослава Мудрого*. 2016. №2 (6). С.1-5.

Богатова О. А., Долгаева Е. И. Город в теории и на практике: факторы формирования социальной идентичности столицы республики в составе Российской Федерации // *Регионоведение*. 2022. Т. 30, № 2. С. 447–469. <https://doi.org/10.15507/2413-1407.119.030.202202.447-469>

Власова Т. А., Обухов К. Н. В поисках «ижевского мифа»: символическое пространство города как ресурс развития территорий // *Журнал социологии и социальной антропологии*. 2021. № 24(4). С. 196–220.

Воробьева И. Н. Территориальная идентичность населения: методика эмпирического измерения // *Siberian socium*. 2023. № 1(23). С. 29–44. <https://doi.org/10.21684/2587-8484-2023-7-1-29-44>

Горнова Г. В. Визуально-семиотические аспекты городской идентичности // *Практика*. 2019. № 21(3). С. 62–74. <https://doi.org/10.23951/2312-7899-2019-3-62-74>

Камалова Г. Р. Современная молодежь Республики Башкортостан: идентификации идентичности (по материалам этносоциологических исследований) // *Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки*. 2014. № 5. С. 93.

Коган Е. А. Успешный человек глазами будущих инженеров // *Человеческий капитал*. 2020. № 3(135). С. 120–127.

Коган Е. А. Формирование критериев эффективности преподавателя вуза на основании мнений студентов // *Современное педагогическое образование*. 2022. № 1. С. 190–193.

Лапыгин В. Д. Методологические и методические перспективы развития метода неоконченных предложений // *Вестник РГГУ. Серия: Философия. Социология. Искусствоведение*. 2016. № 4. С. 75–82.

Москалец А. А. Методика измерения когнитивного, эмоционального и поведенческого компонентов идентификационных процессов // *Вестник университета*. 2011. № 19. С. 97–99.

Оплетина И. А., Белоусова Н. А. Выраженность компонентов гражданской идентичности у жителей разных регионов России // *Общество: социология, психология, педагогика*. 2021. № 6. С. 89–93. <https://doi.org/10.24158/spp.2021.6.14>

Скалабан И. А., Серебрянникова О. А. Территориальная идентичность как фактор социального участия: поколенный контекст // *Идеи и идеалы*. 2014. № 1(19). С. 65–74.

Субботина М. В. Применение метода неоконченных предложений в изучении понятий героизма и справедливости. *Общество: социология, психология, педагогика*. 2021. №5 (85). С.88-96. <https://doi.org/10.24158/spp.2021.5.15>

Троцук И. В., Субботина М. В. «Ядро» и периферия» понятий «счастье» и «справедливость»: метод неоконченных предложений как инструмент валидации // *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Социология*. 2022.

T. 22, № 4. С. 782–801. <https://doi.org/10.22363/2313-2272-2022-22-4-782-801>

Филиппова Д. Н. К вопросу арктической идентичности студентов университетов Арктики // *Общество: социология, психология, педагогика*. № 6(74). 2020. С. 73–79.

Banini T. Towards a Methodology for Constructing Local Territorial Identities // *Territorial identities in action*. Presa Universitara Clujeana. 2021. P. 13-39

Capello R. Interpreting and Understanding Territorial Identity // *Regional Science Policy and Practice*. 2019. № 11(1). P. 141–158.

REFERENCES

Avilov, G. M., Kranzeeva, E. A., Yanitsky, L. S. (2019). Regional identity of youth and the problem of forming the image of the region. *Professional'noe obrazovanie v Rossii i za rubezhom*. 1(33), 110–119 (In Russ.).

Alistanova, Z. F. (2018). Research of ethnic stereotypes: approaches and methods. *Teoriya i praktika obshchestvennogo razvitiya*, 4(122), 46–48. <https://doi.org/10.24158/tipor.2018.4.9> (In Russ.).

Antonova, N. L. (2021). Youth in search of urban identity: levels and indicators *Obshchestvo: sociologiya, psihologiya, pedagogika*, 11, 16–19. <https://doi.org/10.24158/spp.2021.11.1>. (In Russ.).

Arhipova, A. E., Fedotova, N. G. (2016). Markers of territorial identity as a symbolic basis for branding a place. *Uchenye zapiski Novgorodskogo gosudarstvennogo universiteta imeni Yaroslava Mudrogo*, 2(6), 1–5 (In Russ.).

Bogatova, O. A., Dolgaeva, E. I. (2022). City in theory and practice: factors of formation of social identity of the capital of the republic as part of the Russian Federation. *Regionologiya*, 30 (2), 447–469. <https://doi.org/10.15507/2413-1407.119.030.202202.447-469> (In Russ.).

Vlasova, T. A., Obukhov, K. N. (2021). In search of the “Izhevsk myth”: the symbolic space of the city as a resource for the development of territories. *Zhurnal sociologii i social'noj antropologii*, 24 (4), 196–220. <https://doi.org/10.31119/jssa.2021.24.4.8> (In Russ.).

Vorobeva I. N. , (2023). Territorial identity of the population: methods of empirical measurement. *Siberian socium*, 1(23), 29–44. <https://doi.org/10.21684/2587-8484-2023-7-1-29-44> (In Russ.).

Gornova, G. V. (2019). Visual-semiotic aspects of urban identity. *Praxima*, 21(3), 62–74. <https://doi.org/10.23951/2312-7899-2019-3-62-74> (In Russ.).

Kamalova, G. R. (2014). Modern Youth of the Republic of Bashkortostan: Identification of Identity (Based on Materials of Ethno-Sociological Research). *Gumanitarnye, social'no-ekonomicheskie i obshchestvennyye nauki*, 5, 93 (In Russ.).

Kogan, E. A. (2020). A successful person through the eyes of future engineers. *Chelovecheskij kapital*, 3(135), 120–127. <https://doi.org/10.25629/HC.2020.03.13> (In Russ.).

Kogan, E. A. (2022). Formation of criteria for the effectiveness of a university teacher on the basis of students' opinions. *Sovremennoe pedagogicheskoe obrazovanie*, 1, 190–193 (In Russ.).

Lapygin, V. D. (2016). Methodological and methodological prospects for the development of the method of unfinished sentences. *Vestnik RGGU. Seriya: Filosofiya. Sociologiya. Iskusstvovedenie*, 4 (In Russ.).

Moskalets, A. A. (2011). Methodology for measuring the cognitive, emotional and behavioral components of identification processes. *Vestnik universiteta*, 19, 97–99 (In Russ.).

Opletina, I. A., Belousova, N. A. (2021). The severity of the components of civil identity among residents of different regions of Russia. *Obshchestvo: sociologiya, psihologiya, pedagogika*, 6, 89–93. <https://doi.org/10.24158/spp.2021.6.14> (In Russ.).

Skalaban, I. A., Serebryannikova, O. A. (2014). Territorial identity as a factor of social participation: generational context. *Idei i idealy*, 1(19), 65–74 (In Russ.).

Subbotina, M. V. (2021). Application of the method of unfinished sentences in the study of the concepts of heroism and justice. *Obshchestvo: sociologiya, psihologiya, pedagogika*, 5(85), 88–96. <https://doi.org/10.24158/spp.2021.5.15> (In Russ.).

Trotsuk, I. V., Subbotina, M. V. (2022). “Core” and “periphery” of the concepts of “happiness” and “justice”: the method of incomplete sentences as a validation tool. *Vestnik Rossijskogo universiteta druzhby narodov. Seriya: Sociologiya*, 22(4), 782–801. <https://doi.org/10.22363/2313-2272-2022-22-4-782-801> (In Russ.).

Filippova, D. N. (2020). On the issue of the Arctic identity of students of the universities of the Arctic. *Obshchestvo: sociologiya, psihologiya, pedagogika*, 6(74), 73–79 (In Russ.).

Banini T. (2021). Towards a Methodology for Constructing Local Territorial Identities. In: *Territorial identities in action* (pp. 13–39). Presa Universitara Clujeana.

Capello R. (2019). Interpreting and Understanding Territorial Identity. *Regional Science Policy and Practice*, 11(1), 141–158.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ / INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Ирина Николаевна Воробьева — канд. социол. наук, доцент кафедры социологии и социальных технологий Череповецкого государственного университета, г. Череповец, Россия.

Irina N. Vorobeveva — Cand. Sci. (Sociology), Associate Professor of the Department of Sociology and Social Technologies of Cherepovets State University, Cherepovets, Russia.

Статья поступила в редакцию 27.07.2023;
одобрена после рецензирования 20.08.2023;
принята к публикации 01.09.2023.

The article was submitted 27.07.2023;
approved after reviewing 20.08.2023;
accepted for publication 01.09.2023.