

Социодинамика

*Правильная ссылка на статью:*

Шипицин А.И. — «Быть волгоградцем — трудности (само)определения региональной идентичности» // Социодинамика. – 2019. – № 8. DOI: 10.25136/2409-7144.2019.8.30267 URL: [https://nbpublish.com/library\\_read\\_article.php?id=30267](https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=30267)

## «Быть волгоградцем — трудности (само)определения региональной идентичности»

**Шипицин Антон Игоревич**

кандидат философских наук

доцент кафедры философии и культурологии, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Волгоградский государственный социально-педагогический университет»

400066, Россия, Волгоградская область, г. Волгоград, пр. им. В.И. Ленина, 27

✉ [ship81@mail.ru](mailto:ship81@mail.ru)



[Статья из рубрики "Общины и землячество"](#)

### **Аннотация.**

Предметом исследования выступает феномен региональной идентичности на примере Волгоградской области. Целью данной статьи является комплексный анализ волгоградской идентичности, направленный на выявление наиболее значимых закономерностей, трендов и детерминант, определяющих ее специфику. Автор подробно рассматривает такие аспекты темы как влияние миграции, этнического многообразия, исторических событий, пространственно-географического положения Волгограда и области на репрезентацию региональной идентичности. Особое внимание уделяется практической значимости региональной идентичности для устойчивого развития территории и повышения качества жизни. Методологический принцип дополнительности и системности обеспечил единство социокультурного и пространственного подходов, использованных при исследовании региональной идентичности. Также применялись следующие конкретные методы: визуальное наблюдение, поиск, сбор, изучение местной краеведческой литературы, анализ региональных нормативных актов, мониторинг и контент-анализ материалов волгоградских масс-медиа (СМИ, интернет-ресурсы), работа в краеведческих музеях. Дается определение понятию «региональная идентичность» как социальному и пространственно-географическому феномену, выделяются основные уровни, составляющие его структуру. Впервые выявлены и рассмотрены факторы, препятствующие формированию стабильно выраженной и общей для жителей региона идентичности. Делается вывод о том, что социокультурные, географические, исторические особенности Волгоградской области проблематизируют определение, описание и изучение волгоградской идентичности.

**Ключевые слова:** региональная идентичность, гуманитарная география, Волгоградская область, Волгоград, волгоградцы, полиэтничный регион, культурный ландшафт, миграция, социальная общность, аспатиальность

**DOI:**

10.25136/2409-7144.2019.8.30267

**Дата направления в редакцию:**

11-07-2019

**Дата рецензирования:**

15-07-2019

*Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ и Волгоградской области в рамках научного проекта № 18-411-343002.*

Актуальность данного исследования обусловлена как слабой теоретической изученностью феномена волгоградской идентичности, так и практической значимостью последнего для устойчивого развития региона. В условиях глобализации «региональные идентичности выступают средством объективации, конструирования и поддержания или подчеркивания различий в рамках социокультурных практик» [3, с. 81], что определяет их тесную связь с имиджем территории и влияет на формирование местного бренда. Специфика и содержание региональной идентичности также влияют на самоощущение и поведение человека в рамках его места жительства, чувство удовлетворенности качеством жизни, уровень доверия в локальном сообществе. Кроме того, наряду с объективными количественными показателями социально-экономического развития, качественные характеристики региональной идентичности обуславливают жизненные стратегии и миграционные установки жителей региона, что представляется особенно важным для Волгограда, учитывая многолетний массовый отток молодежи и трудоспособного населения из областного центра. Поэтому целью статьи является комплексный анализ волгоградской идентичности, направленный на выявление наиболее значимых закономерностей, трендов и детерминант, определяющих ее специфику.

Проблема региональной идентичности сегодня является значимой темой как в отечественной, так и в зарубежной науке, привлекая внимание социологов, культурологов, политологов, философов, гуманитарных географов, о чем свидетельствует рост количества публикаций, посвященных данному вопросу. К числу наиболее важных работ следует отнести исследования российских ученых Л. В. Смирнягина, М. П. Крылова, В. Л. Каганского, Д. Н. Замятина, Н. Ю. Замятиной, А. А. Гончарик, Г. С. Корепанова, М. В. Назукиной, Е. В. Головневой. Среди иностранных авторов можно отметить Д. Прендерграст (Prendergrast J. G. Regional Identity and Territorial Integrity in contemporary Russia. March 2004.), К. Джонсон и А. Коулман (Johnson C., Coleman A. The internal Other: Exploring the dialectical relationship between regional exclusion and the construction of national identity // Annals of the Association of American geographers. – 2012. – Vol. 102. №. 4. – pp. 863-880.), К. Циммербауэр (Zimmerbauer K. From Image to Identity: Building Regions by Place Promotion // European Planning Studies. – 2011. – Vol. 19, № 2. – pp. 243-260.), А. Пааси (Paasi A. Place and Region: Regional worlds and words // Progress in Human Geography. – 2002. – Vol. 26, № 6. – pp. 802-811.). Говоря о волгоградских ученых, разрабатывающих тему региональной идентичности, нельзя не выделить работы Ю. А. Дроздовой, А. А. Озеринной, М. А.

Анипкина, авторов монографии «Социокультурный портрет региона» Е. В. Ануфриеву, Н. В. Дулину, Е. Г. Ефимова, Н. А. Овчар, В. В. Токарева. Сложившиеся многочисленные установки и подходы, понятийная неупорядоченность, фрагментарность исследований объясняет отсутствие общей концепции региональной идентичности и непрекращающиеся дискуссии вокруг этого феномена.

### ***Региональная идентичность как социальный феномен***

В рамках социологического дискурса региональная идентичность трактуется, прежде всего, как социальный феномен, во многом подобный этнической идентичности, и обозначает чувство социальной общности, основанное на ощущении принадлежности к месту, символической значимости места и его образе. Структура региональной идентичности включает в себя рациональный и эмоциональный уровни. Рациональный уровень содержит знания о группе (реальные или приписываемые отличительные черты поведения, привычки, менталитет, психотип, языковые практики и т. д.) и территории (история, география, памятники культуры, мифы, символы, типичные черты быта). Эмоциональный уровень включает в себя чувство принадлежности к группе, которая воспринимается как целостная культурно-самобытная общность, ценностное отношение к ней, образы «Мы» и «Они», ассоциации, авто- и гетеростереотипы. Как правило, региональная идентичность существует в скрытой форме и характеризуется субъективностью, неотрефлексированностью, мозаичностью, неустойчивостью, поэтому зачастую во время опроса или интервью респондент не в состоянии объяснить по каким причинам соотносит себя с той или иной территориальной общностью и что ее отличает от других. «Региональная идентичность в Европейской России, в той или иной форме, присуща всем жителям изучаемых территорий, однако достаточно чёткое, отрефлексированное самосознание характерно лишь определённой части жителей этих территорий, возможно, меньшинству. Многие важные черты коллективной психологии являются чрезвычайно размытыми и сколько-нибудь отчётливо зафиксированы могут быть лишь у отдельных, немногих индивидов, обладающих определёнными культурными чертами» [\[9, с. 214\]](#).

По состоянию на 1 января 2019 г. численность населения Волгоградской области составила 2507,5 тыс. человек. Большая часть населения проживает в городской местности — 1933,7 тыс. человек (77,1%), в сельской местности — 573,8 тыс. человек (22,9%) [\[14\]](#). Сложная социальная структура Волгоградской области и ее столицы, этническое и культурное многообразие, миграционные процессы не позволяют рассуждать о том, что все жители региона идентифицируют себя в качестве волгоградцев и составляют одну социальную группу, члены которой разделяют общие принципы и ценности, одинаково соотносят себя со своим местом жительства и имеют устойчивые социальные взаимодействия.

Волгоградская область является одним из самых полиэтничных регионов России. Согласно официальных итогов Всероссийской переписи населения 2010 г. на ее территории проживают представители более 150 национальностей и народностей. Наиболее многочисленными из них являются: русские, казахи, украинцы, армяне, татары [\[13\]](#). Очевидно, что коллективный опыт и коллективные представления жителей Кумылженского района с ярко выраженными традициями донского казачества и проживающих в Палласовском районе области этнических казахов будут различны. В данном случае языковые, религиозные, культурные особенности затрудняют формирование солидарных связей и отношений, поэтому восприятие и оценка территории, смысловое наполнение волгоградской идентичности будут не

универсальными.

В статье И. П. Бритвиной, П. А. Шумиловой «Миграция как фактор культурной идентичности территории: проблема продвижения» отмечается, что «миграционные потоки (в первую очередь — потоки трудовых иммигрантов) в совокупности с внутренними межрегиональными потоками влияют на изменение идентичности на региональном уровне, способствуя размыванию этнокультурных норм» [1, с. 11]. Сложно игнорировать тот факт, что Волгоградская область из-за своего транзитного положения между Казахстаном, Северным Кавказом, Калмыкией, Центральной Россией исторически является территорией, принимающей мигрантов. Согласно официальным данным Волгоградстата с 2007 по 2017 г. объем миграции в регионе вырос в 2 раза. Если в 2007 г. он составил 29276 человек, то в 2017 г. — 60391 человек [11]. Учитывая, что бóльшая часть миграционных потоков незадокументирована, то о реальных размерах миграции в Волгоградской области можно только догадываться. Такие процессы как внутрирегиональная миграция из сельских районов в административный центр, иммиграция из республик бывшего СССР, отток молодежи из Волгограда и области существенно влияют на региональную идентичность, изменяя этнический и демографический состав населения, усугубляя чувство разобщенности между носителями локальных культурных, религиозных, национальных идентичностей. «Перманентная отчужденность представителей различных национальностей (культурная, религиозная и другая), взаимодействующих в регионе, связана с этнической культурой иммигрантов, ростом их количества в регионе, нежеланием местного населения идти на близкий контакт с иммигрантами, а мигрантам аккомодироваться в принимающую социальную среду, выстраивать региональные или территориально-гражданские идентичности» [4, с. 210].

Влияние миграционного фактора на формирование локальной идентичности отчетливо видно на примере города Волгограда, население которого в основном составляют приезжие. Причиной тому разрушительные последствия Сталинградской битвы, на момент окончания которой из довоенных 450 тыс. жителей в городе осталось около 32 тыс. человек. Отсутствие коренного населения, составляющего ментальное и культурное ядро территории, обеспечивающего хранение и передачу традиций, ценностей, мифов, самобытного образа жизни привело к тому, что в Волгограде не сложился культурный слой местной интеллигенции – носителя городской идентичности. Не случайно среди знаковых личностей города мы не найдем выдающихся земляков писателей, художников, ученых, политиков, врачей, в основном это неместные военачальники и герои Великой Отечественной войны, имена которых составляют основу топонимики городских улиц — В. И. Чуйков, К. Г. Жуков, К. К. Рокоссовский.

Многие современные волгоградцы являются потомками первых строителей послевоенного Сталинграда, прибывших восстанавливать разрушенный город со всех уголков страны, прежде всего из сельской местности, что объясняет преобладание в городе крестьянского уклада жизни с развитой дачной культурой и большими массивами частного сектора. Поэтому, большинство жителей Волгограда являются именно жителями города, но не горожанами по причине неразвитости у них самосознания горожанина, отсутствия чувства ответственности за место своего проживания и привязанности к нему, неспособности формировать солидарные социальные взаимодействия, не желая участвовать в решении общих проблем. Можно предположить, что конституирующей основой самоопределения волгоградцев по отношению к жителям других больших городов выступает нарратив Сталинградской битвы, представленный в образе города-героя, чувство гордости и любви к которому у местных жителей носит ситуативный

характер, актуализируясь в дни праздничных торжеств — 2 февраля и 9 мая. Вышеперечисленные обстоятельства ставят под сомнение наличие стабильной волгоградской идентичности с типичными характерологическими особенностями, которые мы обнаруживаем у одесситов или петербуржцев.

### ***Региональная идентичность и пространство***

С характерным для большинства политологов и социологов взглядом на региональную идентичность, в рамках которого она рассматривается, прежде всего, как социальный феномен категорически не согласны географы, полагающие грубой ошибкой считать, что физическое пространство не обладает собственными свойствами, оно нейтрально по отношению к социальным процессам и именно люди наделяют его смыслом. К тому же если почти все социологи являются сторонниками конструктивистского подхода, согласно которому региональная идентичность искусственно «изобретается» культурной или политической элитой и внедряется в массовое сознание с определенными целями, то среди географов преобладает антиконструктивистский подход, утверждающий стихийность образования чувства идентичности в сознании людей, под влиянием особенностей среды обитания и общих исторических событий.

Крупный российский специалист в области гуманитарной географии Л. В. Смирнягин в своих работах доказывает значимость пространственного фактора в изучении и формировании региональной идентичности, которая обычно понимается географами как «чувство принадлежности к общности людей, сложившейся на определенной территории, и как возникающая из-за этого солидарность с земляками по причине совместного проживания на одной территории в данный момент или в прошлом» [\[15, с. 182\]](#). Прямое свидетельство важности территориального/географического фактора в своем исследовании идентичности Тюменского региона приводит Г. С. Корепанов, обнаружив следующую закономерность: чем дальше от железнодорожных магистралей расположены поселения, тем ниже в этих поселениях уровень самоидентификации регионального субъекта и тем выше — поселенческого [\[8, с. 63\]](#).

Анализ волгоградской региональной идентичности в русле данного подхода диктует необходимость отказаться от отождествления региона и всей Волгоградской области, границы которой с 1918 г. неоднократно менялись, а природно-географическое положение отличается огромными масштабами и разнообразием ландшафтов — луговые степи, полупустыни, пустыни. Последнее обстоятельство само по себе делает проблематичным разговор об устойчивой, общей идентичности для всех жителей Волгоградской области, включающей в себя 33 района. Очевидно, что «чувство места», способ восприятия малой родины, воображения и представления географического пространства у сельского жителя приграничного с Казахстаном района области и жителя города Урюпинска будут различными. В этой связи термин «региональная идентичность» следует понимать в широком смысле как чувство и осознание индивидом своей принадлежности, причастности к определенной территории, будь-то село, малый город, район, область или республика, обладающей целостностью и совокупностью уникальных характеристик. Поэтому одно и то же пространство может быть интерпретировано по-разному. Кроме того для адекватного понимания региональной идентичности оказывается важным не только географическое пространство само по себе, но также историко-культурные реалии, отражающие специфику места (уникальные памятники природного и культурного наследия, выдающиеся земляки, рукотворный ландшафт) и самое главное — чувство пространства, вызываемые физической реальностью эмоции, например лояльность или любовь к территории. Здесь будут полезны такие понятия как

«географические образы», «вернакулярные районы», «ментальные карты», с помощью которых исследователи описывают сложившиеся в обыденном сознании жителей субъективные пространственные представления о территории, наделенной специфическими характеристиками, народным названием, воображаемыми границами. Одна и та же местность может иметь несколько самостоятельных образов, не имеющих официального статуса, отражающих чувства разных групп и оказывающих огромное влияние на социальные практики.

Особенность географического положения и планировки города Волгограда не способствует образованию городской идентичности. Протяженность вдоль Волги на 80 километров, большие разрывы между районами, подвижность и размытость внешних административно-территориальных границ, слабая выраженность исторического ядра, большая площадь частного сектора, отсутствие общественных пространств, выполняющих функцию «точек сборки» в совокупности не формируют городской образ жизни и не позволяют всем жителям города одинаково ощущать свою принадлежность месту. Так, в сознании волгоградцев самый географически удаленный Красноармейский район воспринимается как отдельный город, а жители транспортно труднодоступного микрорайона Нижний Тракторный планируя поездку в Центральный район Волгограда, говорят «поеду в город», поскольку на их ментальной карте геттоизированный поселок слабо соотносится с городом.

В одном из своих эссе под названием «Слободизация страны Гардарики» известный российский урбанист В. Л. Глазычев приходит к заключению, что в России городов нет, поскольку они превратились в слободы, утратив свое лицо и идентичность как раз по причине отсутствия подлинно городского образа жизни, который в значительной степени складывается благодаря общему пространству обитания [21]. Именно поэтому для Волгограда и любого другого населенного пункта жизненно важно наличие таких мест как площадь, рынок, парк, которые бы служили точкой притяжения, социальной активности, культурного разнообразия, выполняя функцию производства идентичности.

Если беспрецедентное разнообразие географического ландшафта, характерное для страны в целом и отчасти для Волгоградской области может определять уникальность территории, то однообразие культурного ландшафта, ставит под вопрос существование в России региональной идентичности. За небольшим исключением культурный ландшафт российских регионов и городов представляет собой чрезвычайно однородное и безликое пространство, унифицированное абсолютно одинаковыми маркерами: однотипные школы, больницы, автобусные остановки, памятник Ленину на центральной площади перед зданием администрации и т.д. Мы обнаружим крайне мало самобытного в способах освоения пространства жителями районных центров Волгоградской, Воронежской или Ростовской областей.

Главная причина слабой выраженности региональной идентичности в России связана с аспатиальностью русской культуры. Автором этого термина и связанного с ним понятия является Л. В. Смирнягин. «Тезис об аспатиальности утверждает, что в русской культуре по сравнению с некоторыми другими (например, американской) существенно ослаблено (хотя и не вовсе отсутствует) чувство пространства, ослаблена реакция на главные его свойства – на расстояние, на границу, на место; благодаря этому русским удалось охватить своей государственностью гигантские пространства, но это сильно затрудняет им освоение этих пространств» [15, с. 185]. Исторически высокая роль государства, подчинившего себе все, включая организацию повседневной жизни, жесткая централизация власти с минимальной ролью регионов, отсутствие развитого института

частной собственности привели к тому человек в России демонстрирует абсолютную нечувствительность к пространству, не желание его осваивать и ценить. Как говорит в своих интервью ведущий специалист в области герменевтики ландшафта В. Л. Каганский российское пространство в нашей стране не осмыслено, не присвоено и никому не принадлежит вследствие господства на протяжении многих десятилетий советского типа организации обыденной жизни. «В связи с этим в советское время практически не было проблемы местной идентичности. Как в песне: "мой адрес — не дом и не улица, мой адрес — Советский Союз"» [\[5\]](#).

Сегодня мы наблюдаем медленное формирование новой ткани культурного ландшафта в российских регионах, обретающих свою собственную идентичность через самоопределение, физическое и символическое обустройство пространства, поиск и разработку собственного бренда. В Волгоградской области этот процесс затруднен по причине господства советской матрицы восприятия и самопрезентации региона как места великой победы, подвига, мужества, героизма советского народа, а также из-за централизации пространства, характерной для большинства регионов страны. «Ранг центра и расстояние от него — важнейший параметр, предопределяющий состояние территории, в том числе уровень и способ жизни, даже телесную привлекательность жителей. Центр региона стягивает население, вдоль центростремительных путей обычно идут миграции населения, особенно маятниковые» [\[7, с. 163\]](#). Функциональная, статусная, культурно-символическая централизация Волгоградской области обуславливает в том числе высокую концентрацию в областном центре основных достопримечательностей — уникальных объектов, ценных артефактов, символов, образов. Поэтому региональная идентификация населения области как правило строится на отождествлении с Волгоградом, символическая значимость которого несравненно выше других территорий. Тем не менее, дифференциация культурного ландшафта Волгоградской области и связанный с этим рост локальной идентичности имеют место быть. Отдельные территории как, например, «столица российской провинции» — город Урюпинск обретают специализацию и собственное лицо, активно конструируют оригинальные образы и мифы, возрождают самобытные народные промыслы, развивают местное сообщество, что в итоге меняет восприятие и оценку пространства, как местными жителями, так и приезжими. Косвенным свидетельством этого процесса является набирающий популярность в регионе внутренний краеведческий туризм.

В заключении подчеркнем сложность феномена региональной идентичности, имеющего отношение к индивидуальной/коллективной идентичности и к представлениям об окружающем пространстве, состоящего из компонентов рационального и эмоционального уровней. Размытость, ситуативность, изменчивость, инструментальность региональной идентичности делает сложной задачу ее фиксации и измерения. Как мы резюмировали выше, по ряду причин в России крайне слабо развита региональная идентичность, понимаемая нами как чувство социальной общности, основанное на ощущении принадлежности к месту, символической значимости места и его образу. Конечно можно говорить о своеобразии местного сообщества и особенностях культурного ландшафта отдельных регионов нашей страны, например, Татарстана, однако это не идет ни в какое сравнение с чувством сопричастности локальной группе и пространству, развитыми в Европе, территория которой даже в пределах одной страны пестрит разнообразием архитектур, диалектов, традиций, мифов, ментальностей. Глобализированное пространство развитых западных странах часто представляет собой сравнительно автономное соседство различных локальных идентичностей, культурных ландшафтов и географических образов, чья общность может быть зафиксирована лишь фрагментарно и

частично [\[10, с. 4-8\]](#).

Специфика волгоградской идентичности вписывается в общероссийский постсоветский контекст и связана с социокультурными, географическими, историческими особенностями региона, затрудняющими его спонтанную идентификацию. Несмотря на то, что идентификация населения Волгоградской области как правило строится на отождествлении с Волгоградом, результаты проведенного анализа не позволяют констатировать, что все жители региона идентифицируют себя в качестве волгоградцев и составляют одну социальную группу, члены которой разделяют общие принципы и ценности, одинаково соотносят себя со своим местом жительства и имеют устойчивые социальные взаимодействия. Данные выводы носят предварительный характер и требуют верификации с использованием комплекса количественных методов исследования.

## Библиография

1. Бритвина И. Б., Шумилова П. А. Миграция как фактор культурной идентичности территории: проблема продвижения // Брендинг малых и средних городов России: опыт, проблемы, перспективы: материалы Всерос. очно-заоч. науч.-практ. конф. Екатеринбург, 2014. С. 9–13.
2. Глазычев В. Л. Слободизация страны Гардарики [Электронный ресурс]. URL: <http://www.glazychev.ru/books/slobodizatsia.htm> (дата обращения 22.06.2019).
3. Головнёва Е. В. Региональная идентичность: теоретические аспекты изучения // Уральский исторический вестник. 2013. № 2(39). С. 81–88.
4. Дроздова Ю. А. Идентичности в полиэтничном регионе: от конфликтности к солидарности (на примере Волгоградской области) // Материалы IX Международной научной конференции «Сорокинские чтения». 2014. С. 208–211.
5. Естественная красивая матрица. Географ Владимир Кагаснский об уникальности российского ландшафта. [Электронный ресурс] // Заповедник: [сайт], [11 января 2019]. URL: <https://zapovednik.space/material/estestvennaja-krasivaja-matritsa> (дата обращения: 5.07.2019).
6. Замятина Н. Ю. Территориальная идентичность: типы формирования и обреты территории // Идентичность как предмет политического анализа. Сборник статей по итогам Всероссийской научно-теоретической конференции (ИМЭМО РАН, 21–22 октября 2010 г.). М., ИМЭМО РАН, 2011. С. 203–212.
7. Каганский В. Л. Культурный ландшафт и советское обитаемое пространство. М.: Новое литературное обозрение, 2001. 576 с.
8. Корепанов Г. С. Региональная идентичность в дискурсе социологии регионального развития // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Социология. 2009. № 4. С. 56–65.
9. Крылов М. П. К теории региональной идентичности (по материалам Европейской России) // Идентичность как предмет политического анализа. Сборник статей по итогам Всероссийской научно-теоретической конференции (ИМЭМО РАН, 21–22 октября 2010 г.). М., ИМЭМО РАН, 2011. С. 212–216.
10. Малахов В. Культурный плюрализм versus мультикультурализм // Логос. 2000. № 6. С. 4–8.
11. Миграция [Электронный ресурс]: официальная статистика Волгоградстата от 02.08.2018 URL: [http://volgastat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_ts/volgastat/resources/185d5a804678501bad68ededfce35b80/%D0%9C%D0%B8%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F\\_020818.pdf](http://volgastat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/volgastat/resources/185d5a804678501bad68ededfce35b80/%D0%9C%D0%B8%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F_020818.pdf) (дата обращения: 26.06.2019).

12. Назукина М. В. Региональная идентичность в современной России: типологический анализ: автореферат дис. ... кандидата политических наук: 23.00.02. Пермь, 2009. 26 с.
13. Население по национальности и владению русским языком по субъектам Российской Федерации [Электронный ресурс]: итоги Всероссийской переписи населения 2010 г. URL: [http://www.gks.ru/free\\_doc/new\\_site/perepis2010/croc/Documents/Vol4/pub-04-04.pdf](http://www.gks.ru/free_doc/new_site/perepis2010/croc/Documents/Vol4/pub-04-04.pdf) (дата обращения: 26.06.2019).
14. О численности населения Волгоградской области [Электронный ресурс]: новостная лента Волгоградстата от 10.04.2019. URL: [http://volgastat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_ts/volgastat/ru/news/rss/6debab00497ae058b17cff3fbd401489](http://volgastat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/volgastat/ru/news/rss/6debab00497ae058b17cff3fbd401489) (дата обращения: 26.06.2019).
15. Смирнягин Л. В. Региональная идентичность и география // Идентичность как предмет политического анализа. Сборник статей по итогам Всероссийской научно-теоретической конференции (ИМЭМО РАН, 21–22 октября 2010 г.). М., ИМЭМО РАН, 2011. С. 177–186.
16. Социокультурный портрет региона: монография / Е. В. Ануфриева и др.; под ред. Е. В. Ануфриевой. Волгоград: ВолгГТУ, 2013. 159 с.