

**ЭКОНОМИЧЕСКАЯ, СОЦИАЛЬНАЯ И ПОЛИТИЧЕСКАЯ ГЕОГРАФИЯ**

УДК 332.1

**Е.Г. Анимитца, Н.Ю. Власова****ЭВОЛЮЦИЯ И ОСНОВНЫЕ СОСТАВЛЯЮЩИЕ ОБРАЗА УРАЛА***Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург*

Формирование образа Урала, как одного из ключевых регионов страны, имеет длительную эволюцию. В настоящее время его определяют несколько концептуальных и смысловых блоков, связанных с экономико-географическим положением региона, наличием природных богатств и с этапами его экономического освоения. На основе метода ситуационного анализа изучается процесс формирования образа Уральского региона, выявляются основные, фундаментальные составляющие образа Урала. Формулируются проблемы, обусловленные тем, что образ Урала, в настоящее время представляющий собой стихийное и дискретное восприятие региона, постепенно распадается на отдельные образы субъектов РФ, входящих в Уральский федеральный округ. Многочисленность уральских образов вызывает необходимость их обобщения и интерпретации в контексте условий современного позиционирования и маркетинга территории. Задача сегодняшнего дня – используя маркетинговые технологии, интегрировать во многом взаимопересекающиеся образы в единый целостный и позитивный образ Урала.

Ключевые слова: образ региона, имидж региона, срединный регион, старопромышленный регион, Урал, маркетинг территории.

**E.G. Animitsa, N.Yu. Vlasova****EVOLUTION AND MAIN COMPONENTS OF THE IMAGE OF THE URALS***Ural State University of Economics, Yekaterinburg*

The formation of the image of the Urals as one of the country's key regions has a long evolution and nowadays it is defined by several conceptual and semantic units related to the economic-geographical position of the region, availability of natural resources and stages of its economic development. Situational analysis has been applied to study the process of the Urals image formation. The fundamental components of the image of the Urals have been identified and the key problems have been formulated, these being connected with the fact that nowadays the Urals image is perceived erratically and discreetly as it is gradually falling into separate images of subjects of the Russian Federation constituting the Ural Federal district. The multiplicity of the Urals images creates the need for their generalization and interpretation in the context of the region's development strategy and regional marketing. The current task is integration of the overlapping images into a united holistic and positive image of the Urals with the use of marketing technologies.

Key words: image of the region, middle region, old-industrial region, Urals, marketing of the territory

doi 10.17072/2079-7877-2016-3-28-35

Усиливающаяся региональная конкуренция выдвинула на первый план дискуссии об имидже и образе региона, побудила к разработке и широкому использованию технологий маркетинга территории [3; 4;6;15; 17].

В дискуссиях о сущности понятий «имидж территории (региона)» и «образ территории» пока нет единого мнения. Но можно согласиться с утверждением, что образ (имидж) территории – это набор устойчивых ощущений и образных, эмоционально окрашенных представлений, которые возникают по поводу природно-климатических, исторических, культурных, этнографических, социально-экономических, политических и других особенностей данной территории [4; 24].

Важно подчеркнуть, что во многих исследованиях проводится четкая грань между образом территории и образом пространства. Понятие «образ территории» можно применить к практическим

аспектам создания имиджа (искусственного образа, формируемого целенаправленно) определенных территорий, а «образ пространства» – к историческому региону без четких границ, чей образ складывался на протяжении столетий [24].

Имидж и образ территории являются важным и значимым нематериальным активом, влияющим на экономическое развитие территории. Благоприятный имидж позволяет привлекать инвестиции и потоки туристов в регион, что в определенной степени влияет на положительное сальдо миграции.

Региональная идентичность, являющаяся основой самосознания населения региона [2; 16], предопределяет формирование регионального патриотизма, чувства малой родины, составляя важнейший элемент воспитания и образования молодежи начиная с дошкольного возраста [14].

Как верно отмечает А.И. Зырянов: «Возможности места связаны с его явными свойствами, а отсюда с понятиями “уникальность” и “типичность”. Географическая уникальность места всегда привлекает» [7].

Образ России интегрируется из образов важнейших макрорегионов и мегаполисов. Урал, Сибирь, Дальний Восток, Москва и Санкт-Петербург – вот те основные «кирпичики», которые формируют целостный, сложный и многоаспектный образ страны.

В связи с этим важно проследить, как складывается образ и имидж той или иной территории, изучить важнейшие элементы этого имиджа, что может стать основой для разработки соответствующей маркетинговой стратегии территории.

Для исследования многочисленных проблем, связанных с образом конкретного региона, важное значение приобретает метод ситуационного анализа, позволяющий пристально изучить отдельный реальный процесс, явление, объект в определенное время и в данном месте. Исследуемый объект рассматривается как уникальный, со своими собственными специфическими чертами и характеристиками, ибо он размещается (локализуется) только в данном конкретном пространстве и не может быть полностью воспроизведен, повторим на других территориях, в иных условиях.

Кроме того, метод ситуационного анализа позволяет определить, каким образом данный уникальный объект (процесс, явление) можно «вписать» в один ряд с другими аналогичными объектами, придавая ему и всем им в некотором смысле всеобщее значение.

Для установления образа региона важную роль играет хронологическая концепция (от древнегреческого – *χορῶς* – место), уделяющая первостепенное влияние специфическим, неповторимым, уникальным чертам территории. Специфические образы пространства, которые репрезентируют конкретное место, конкретное поселение или иной регион, формируют региональную идентичность. Образы экономического пространства в определенных четко очерченных границах региона (в частности, в границах субъекта РФ) формируют системы устоявшихся взаимодействующих, взаимосвязанных и пересекающихся наиболее ярких, явно выраженных общественных, исторических, экономических, социально-культурных, политических, экономико-географических и иных явлений, событий, процессов, в результате которых в конкретном регионе аккумулируются наиболее характерные обобщающие черты и складываются ключевые представления об экономическом районе.

Образ экономического региона в качестве целостного образования в этом случае может вполне адекватно восприниматься как наиболее обобщающее объективное представление о нем в пределах определенной исторической эпохи и в рамках данной культуры и традиций.

Названия «Уральский регион», «Урал» издавна получили широкое распространение в нашей стране и во всем мире и прочно вошли в научный оборот. Однако образ данного региона прошел определенную эволюцию и каждый этап внес немалый вклад в сегодняшнее восприятие Урала как сложного, многокомпонентного и противоречивого явления.

Исторически образ Урала воспринимался в нескольких ключевых ипостасях. **Во-первых**, это путь на восток, но в то же время – место пересечения Европы и Азии, своеобразная граница-фронтир, отделяющая староосвоенную европейскую часть России от регионов пионерного освоения Сибири и Дальнего Востока. Выражение «перевалить за Камень» подчеркивает значение Урала как транзитного перевала. Урал выполняет важную географическую функцию, образуя условную границу двух частей света – Европы и Азии.

Один из основоположников евразийства историк и географ П.Н. Савицкий в 1928 г. писал: «...Урал вовсе не играет той определяющей и разделяющей роли, которую ему приписывала (и продолжает приписывать) географическая “вампика”. Урал, благодаря своим орографическим и геологическим особенностям, не только не разъединяет, а, наоборот, теснейшим образом связывает

“Доуральскую Зауральскую Россию”, лишней раз доказывая, что географически обе они в совокупности составляют один нераздельный континент Евразии» [21].

Уникальное положение Урала определяет его характеристику как исторического перекрестка и места встречи многих народов разных цивилизаций. Уралу, расположенному на стыке (границе) двух частей света — Европы и Азии, было суждено стать зоной этнокультурных контактов, перекрестком путей, взаимодействий в разных сферах материальной и духовной культуры, превратиться в своеобразный «плавильный котел» народов и культур.

А.В. Головнёв пишет, что на Урале сходятся «...как Запад с Востоком, так и Юг с Севером, образуя замысловатую “розу путей”». На таких территориях сочетаются и чередуются качества центр – периферия, метрополия – колония, перевал – очаг, превращая их в полигоны межэтнического взаимодействия и культурного обмена» [5].

И.В. Побережников подчеркивает, что история формирования Уральского региона, его населения и культуры неразрывно связана с миграционными процессами, освоением новых территорий, складыванием здесь многоэтничного по составу населения, с формированием единого историко-культурного ареала [18].

Этим определяются образы ворот и путей: Урал – ворота в Сибирь; Урал – рубеж между Европой и Азией. Не случайно один из девизов и брендов Екатеринбурга – одного из крупнейших городов Урала – город на границе Европы и Азии.

**Во-вторых**, Урал – это срединный регион, своеобразный скреп, хребет страны [1; 8; 9; 13; 23]. Целостность Урала обеспечивается единым географическим пространством. Урал словно шов, «стягивающий» к себе равнинные части страны. Центральное положение Уральского хребта обуславливает описание Урала в роли «стержня» государства, «хребта России» или «объединителя равнин». Эта «внутренность» отнюдь не гарантирует развитость. В.Л. Каганский говорит об Урале как о внутренней периферии, специфичность которой заключается в том, что она лежит внутри освоенной территории, окружена ею со всех сторон. Внешняя периферия характеризуется удаленностью от центра, внутренняя же периферия возникает внутри каждого большого контура транспортных магистралей [10]. Не случайно крупный телевизионный и литературный проект Л. Парфенова и А. Иванова получил название «Хребет России».

**В-третьих**, Урал – это регион с богатейшими и разнообразными минерально-сырьевыми ресурсами. Очевидная доминанта горной системы в организации географического пространства Урала повлияла на возникновение таких устойчивых образов, как «Горная страна», «Каменный пояс» или просто «Камень», «Уральские самоцветы». Уральский хребет, как позвоночник или ось, определяет природно-географические особенности региона. Устоявшиеся географические образы Урала связаны с образом богатых природных месторождений и гор – «кладовая России»; Седой Урал; Батюшка Урал; Уральские горы; Урал – Каменный пояс и др. [25]. Минерально-сырьевой комплекс Урала остается одним из важнейших конкурентных преимуществ Урала, составляет основу его экономического развития [29].

Вот как красноречиво описывалась многогранная роль Урала на одном из съездов уральских горнопромышленников: «Исторические заслуги Урала всем известны. В течение двухсот лет вся Россия пахала и жала, ковала, копала и рубила изделиями его заводов. Она носила на груди кресты из уральской меди, ездила на уральских осях, стреляла из ружей уральской стали, пекла блины на уральских сковородках, брэнчала уральскими пятаками в кармане. Урал удовлетворял потребление всего русского народа, изготовляя продукты применительно к его надобностям и вкусу. Он щедро расточал свои природные богатства, не гонясь за модой ...» [30].

**В-четвертых**, напрямую связанный и вытекающий из предыдущего образ Урала как индустриального региона, старопромышленного региона, имеющего длительную индустриальную историю, вправе называться горнозаводской цивилизацией. Урал рассматривается как сосредоточие передовых производств и высококвалифицированных кадров. Еще протоиндустриальная модернизация XVIII в. сопровождалась интенсивной диффузией технологического и организационного западноевропейского опыта, связанного с приглашением на Урал иностранных специалистов [18].

Многие ученые рассматривают Урал как горнозаводской тип или горнозаводскую цивилизацию, формирование которой связано с именами государственных деятелей В.Н. Татищева и В. де Геннина; промышленников Демидовых, Строгановых, Голицыных, Яковлевых, Баташевых и др.; целой плеяды великих русских металлургов и горных инженеров, среди которых: П.П. Аносов, Н.В. Воронцов, В.Е. Грум-Гржимайло, С.И. Бадаев, П.М. Обухов, К.П. Поленов, И.Ф. Макаров, Л.И.

Брусницын; талантливых первооткрывателей, выдающихся изобретателей, в их числе И.И. Ползунов, отец и сын Е.А. и М.Е. Черепановы, А.С. Попов, Н.Г. Славянов, И.Е. Сафонов, П.Н. Тиунов и др. [12].

Заметный след в формировании Уральской горнозаводской цивилизации внесли художественные творения А.К. Денисова-Уральского, А.И. Корзухина, уральских камнерезов и ювелиров; литературные произведения П.П. Бажова и Д.Н. Мамина-Сибиряка. Творчество П.П. Бажова наполнило географическое пространство художественными образами и мифологическими смыслами («малахитовая шкатулка», «горный мастер», «каменный цветок», «медной горы хозяйка» и др.), в результате чего территория перестала восприниматься только с позиций промышленной истории страны и сформировался геокультурный образ Урала.

Зарождение концепции горнозаводской цивилизации начинается с трудов В.П. Семенова-Тян-Шанского, который выделил горнозаводской тип территориального расселения, и П.С. Богословского, предложившего понятие «горнозаводская цивилизация» [8].

В начале XX в. В.П. Семенов-Тян-Шанский писал, что Урал занимает «почетное в экономике и культурном отношении место в Российской империи, которое Уралу предназначено по праву самой судьбой» [20].

Этот образ индустриального Урала был поддержан и логически продолжен социалистической индустриализацией. Урал как «Опорный край державы» и «Оборонный щит страны» был призван стать второй индустриальной и первой оборонной базой страны. На формирование индустриального, промышленного образа Урала оказало определяющее влияние массовое строительство крупнейших предприятий – Магнитогорского комбината, Уралмаша, Челябинского тракторного завода, Березниковского химкомбината, Краснокамского бумкомбината, Уралвагонзавода и др. Всего в 1930-е гг. на Урале было построено свыше 250 крупных промышленных объектов.

К середине XX в. Урал осмыслялся как «мощный сложный и разнообразный по своей структуре народнохозяйственный комплекс», «мощный индустриальный очаг страны», в котором широко были представлены шесть из восьми основных энергопроизводственных циклов, выделяемых Н.Н. Колосовским [13].

Формирование промышленного образа Урала стало «центром тяжести» в процессе исторического развития региона. Урал, как «горнозаводская цивилизация», становится мощным собирательным образом, в который включается обширная сеть смежных образов и смыслов.

Р.Ю. Федоров подчеркивает, что цивилизационный ландшафт может обладать разными структурными и территориальными масштабами, а пространство отдельно взятого государства может складываться из целого ряда региональных цивилизационных ландшафтов. В своих исследованиях он выделяет несколько типов цивилизаций: соледобывающую, пушную, нефтегазодобывающую и горнозаводскую. В отличие от «пушной цивилизации», наметившей линейный маршрут простираения России на Восток, горнозаводская цивилизация способствовала формированию внутренних опорных каркасов освоения, воплощавших организационно-коммуникативную структуру уже достаточно сложных производственно-поселенческих комплексов, послуживших основой для ряда более поздних волн индустриализации Урала [26].

Все это позволяет говорить о так называемой Уральской матрице, обладающей сложными качественными характеристиками и мифологическими образами.

Современный облик Урала остается индустриальным. Задача сегодняшнего дня – укрепить статус Урала как базы новой индустриализации российской экономики, сформировать мощную научно-технологическую основу, отвечающую мировым стандартам [19].

Дальнейший анализ дает возможность выявить еще несколько основных исторических событий, связанных с властью, которые наложили отпечаток на общее впечатление об Урале: убийство царской семьи и место рождения первого президента РФ Б.Н. Ельцина.

Современные границы Урала ассоциируются с политико-административным и административно-территориальным делением. Уральский федеральный округ составляют 6 субъектов РФ: Свердловская, Челябинская, Курганская, Тюменская области и два автономных округа: Ханты-Мансийский и Ямало-Ненецкий. Однако административные и экономические границы не всегда совпадают (Уральский экономический район включает 7 субъектов РФ: Пермский край, Свердловскую, Челябинскую, Курганскую и Оренбургскую области, а также две республики – Башкортостан и Удмуртию). В настоящее время образ Урала все больше связывается с Уральским федеральным округом, политика которого направлена на формирование регионального бренда. В качестве примера можно назвать проект «Хребет России», который включал в себя конкурс на лучшее название мультимедийного проекта (среди представленных вариантов – «Урал

самоцветный», «Кладовая России», «Урал: сюда стремится солнце Азии, Европа здесь встречает утро»), конкурс медиа-проектов «Бренд Урала» и конкурс СМИ «Бренды Уральского федерального округа» [22].

С каждым годом укрепляется имидж Урала как туристского края, имеющего разнообразные рекреационные ресурсы: красивые природные ландшафты Уральских гор и предгорий, горные реки, многочисленные озера, пещеры, архитектурные, исторические и культурные памятники и т.п. [28].

Одна из проблем заключается в том, что единый образ Урала постепенно распадается на отдельные осколки – образы субъектов РФ, входящих в Уральский федеральный округ (УрФО), представляя собой стихийное и дискретное восприятие региона, поскольку региональные власти озабочены формированием собственного имиджа [27]. В топ 25 самых цитируемых в средствах массовой информации губернаторов из УрФО вошли только губернатор Тюменской области В.В. Якушев (15-е место) и губернатор Свердловской области Е.В. Куйвашев (24-е место). Как справедливо отмечают К.В. Киселев и А.Ю. Щербаков, образ Урала редко присутствует в региональной идентичности уральских регионов [11].

Уральскому региону необходима согласованная и единая политика формирования нового имиджа, базирующаяся на тщательном изучении позитивных ассоциаций и смыслов, связанных с Уралом, ориентирующая на поступательное экономическое и социально-культурное развитие.

Образ Урала постоянно обогащался и трансформировался за всю свою многовековую историю. В начале XXI в. Урал снова находится в процессе трансформации образа и осознания своей идентичности. Урал в экономическом пространстве России может стать регионом «технологического прорыва» XXI в., основывающем свою деятельность на новых и новейших технологиях и производствах, на привлечении новых финансовых потоков, на новой региональной экономической политике, ориентированной на максимальное использование накопленного потенциала, на создание новых точек роста, применении новых идей, вокруг которых должна закипеть новая экономическая жизнь.

В целом можно констатировать, что многочисленность уральских образов порождает необходимость их обобщения и интерпретации в контексте условий современного позиционирования и маркетинга территории.

#### Библиографический список

1. *Анимица Е.Г.* Города Среднего Урала: Прошлое, настоящее, будущее. Свердловск: Ср.-Ур. кн. изд-во, 1983. 288 с.
2. *Анкаримова Е.Ю.* Урал в XVIII – начале XX в.: поиски региональной идентичности // Уральский исторический вестник. 2007. №15. С. 56–66.
3. *Важенина И.С.* Имидж, репутация и бренд территории. Екатеринбург: Институт экономики УрО РАН, 2013. 408 с.
4. *Визгалов Д.В.* Маркетинг города. М.: Фонд «Институт экономики города», 2008. 144 с.
5. *Головнев А.В.* Этничность и идентичность на Урале // Уральский исторический вестник. 2011. №2(31). С. 40–49.
6. *Грани имиджа региона.* М.: Спутник +, 2015. 240 с.
7. *Зырянов А.И.* Формула места // Региональные исследования. 2013. №2(40). С. 20–24.
8. *Иванов А.В.* Горнозаводская цивилизация. М.: АСТ, 2014. 283 с.
9. *Иофа Л.Е.* Города Урала. М.: Географгиз, 1951. 421 с.
10. *Каганский В.Л.* Внутренний Урал // Отечественные записки. 2003. №3. С. 427–437. URL: <http://www.strana-oz.ru/2003/3/vnutrenniy-ural> (дата обращения: 05.04.2016).
11. *Киселев К.В., Щербаков А.Ю.* Урал: к вопросу об идентификационной динамике бренда // Вестник Пермского университета. Политология. 2013. №1. С. 138–150.
12. *Козлов А.Г.* Творцы науки и техники на Урале XVII – начале XX века. Свердловск: Сред.-Урал. кн. изд-во, 1981. 224 с.
13. *Комар И.В.* Урал. М.: АН СССР, 1959. С. 185.
14. *Кортаева Е.В.* Программа «Грани Урала»: формирование у дошкольников ценностного отношения к малой родине // Педагогическое образование в России. 2014. №3. С. 108–111.
15. *Котлер Ф., Асплунд К., Рейн И., Хайдер Д.* Маркетинг мест. СПб.: Стокгольмская школа экономики, 2005. 390 с.
16. *Назукина М.В.* Уральский макрорегион в системе территориальных идентичностей современной России // Изв. РАН. Сер. географ. 2015. №6. С. 37–47.

17. Панкрухин А.П. Маркетинг территорий. СПб.: Питер, 2010. 416 с.
18. Побережников И.В. Урал в контексте Евразийской цивилизации: становление образа // Уральский исторический вестник. 2009. №4(25). С. 23–31.
19. Романова О.А., Сиротин Д.В. Новый технологический облик Урала: экономический аспект // Вестник Забайкальского государственного университета. 2014. №7(110). С. 105–112.
20. Россия. Полное географическое описание нашего отечества. Т. V. Урал и Приуралье. СПб.: Издание А.Ф. Девриена, 1914. 669 с.
21. Савицкий П.Н. Географические и геополитические основы евразийства. URL: <http://gumilevica.kulichki.net/SPN/spn05.htm> (дата обращения: 01.04.2016).
22. Сайт Уральского федерального округа. URL: [http://www.uralfo.ru/russian\\_ridge\\_proj\\_konkursname\\_itog.html](http://www.uralfo.ru/russian_ridge_proj_konkursname_itog.html) (дата обращения: 05.03.2016).
23. Срединный регион: теория, методология, анализ / Е.Г. Анимита, А.А. Глумов, Е.Б. Дворядкина, Е.М. Кочкина, Н.В. Новикова. Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2009. 508 с.
24. Татаркин А.И., Сухих В.В., Важенин С.Г., Важенина И.С. Образ пространства как фактор экономического освоения Полярного Урала в XVI– начале XX в. // Пространственная экономика. 2010. №4. С. 71 – 81.
25. Тюленева Н.И. К вопросу о концепции культурного ландшафта: географическое пространство и образы Урала // Вестник Костромского государственного университета им. Н.А. Некрасова. 2014. №7. С. 273–276.
26. Федоров Р.Ю. Региональные цивилизационные ландшафты: введение в понятие и опыт реконструкции // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2012. № 5(19). Ч. II. С. 193–200.
27. Шарыгин М.Д. Позиционирование Пермского края в социально-экономическом пространстве Российской Федерации // Географический вестник. 2014. № 4(31). С. 22–28.
28. Шарыгин М.Д. Уральский регион: пространственный анализ и диагностика социально-экономического развития. Пермь: Западно-Уральский Институт экономики и права, 2008. 274 с.
29. Шеломенцев А.Г., Беляев В.Н., Дорошенко С.В. Бурый О.В. Минерально-сырьевой комплекс как основа социально-экономического развития Урала // Известия Коми научного центра УрО РАН. 2012. Вып. 3(11). С. 115–122.
30. Штейнфельд Н. Итоги горнопромышленных съездов на Урале // Вестник финансов, промышленности и торговли. 1897. Т.2. С. 224–225.

### References

1. Animitsa, E.G. (1983), *Goroda Srednego Urala: proshloe, nastoyashee, budushee* [Towns of the Middle Urals: past, present, future], Sredne-Uralskoe knizhnoe izdatelstvo, Sverdlovsk, USSR.
2. Akerimova, E.Ju. (2007), “The Urals in the XVIII – early XX century: search for regional identity”, *Ural Historical Journal*, vol. 15, pp. 56–66.
3. Vazhenina, I.S. (2013), *Imidzh, reputatsiya i brend territorii* [Image, reputation and brand of a territory], Institute of Economics of the Ural Branch of the Russian Academy of Sciences, Ekaterinburg, Russia.
4. Vizgalov, D.V. (2008), “Marketing goroda” [City marketing], Institute for Urban Economics, Moscow, Russia.
5. Golovnev, A.V. (2011), “Ethnicity and identity in the Urals”, *Ural Historical Journal*, vol. 2, no. 31, pp. 40–49.
6. Tsoi, L.N. (ed.) (2015), *Grani imidzha regiona* [Faces of the region's image]. "Sputnik +", Moscow, Russia.
7. Zyryanov, A.V. (2013), "Formula of the place", *Regional Studies*, vol. 2, no. 40, pp. 20–24.
8. Ivanov, A.V. (2014), “Gornozavodskaya tsivilizatsiya” [The mining civilization], AST, Moscow, Russia.
9. Iofa, L.E. (1951), “Goroda Urala” [Cities of the Urals], Geografiz, Moscow, Russia.
10. Kagansky, V.L. (2003), “The Internal Urals”, *Patriotic Notes*, vol. 3, pp. 427–437, available at: <http://www.strana-oz.ru/2003/3/vnutrenniy-ural> (Accessed 05.04 2016).
11. Kiselev, K.V., Shcherbakov A.Yu. (2013), “The Urals: to the question of the dynamics of brand identity”, *Review of Political Science*, vol. 1, pp. 138–150.

12. Kozlov, A.G. (1981), "Tvortsy nauki i tekhniki na Urale XVII – nachale XX veka" [Creators of science and technology in the Urals, XVII – early XX century], Sredne-Uralskoe knizhnoe izdatelstvo, Sverdlovsk, USSR.
13. Komar, I.V. (1959), "Ural" [The Urals], Academy of Sciences of the USSR, Moscow, USSR.
14. Korotaeva, E.V. (2014), "The Program "Faces of the Urals": formation of the value-oriented attitude of preschoolers to their Homeland", *Pedagogical Education in Russia*, vol. 3, pp. 108–111.
15. Kotler, Ph., Haider, D. and Rein, I. (2005), *Marketing mest* [Marketing Places], Stockholm School of Economics, St. Petersburg, Russia.
16. Nazukina, M.V. (2015), "The Ural macro-region in the system of territorial identities of modern Russia", *Izvestiya RAN. Seriya Geograficheskaya* [Proceedings of the Russian Academy of Sciences. Series Geography], vol. 6, pp. 37–47.
17. Pankrukhin, A.P. (2010), *Marketing territoriy* [Marketing of territories], Piter, St. Petersburg, Russia.
18. Poberezhnikov, I.V. (2009), "The Urals in the context of Eurasian civilization: formation of the image", *Ural Historical Journal*. vol. 4, no. 25, pp. 23–31.
19. Romanova, O.A., Sirotin, D.V. (2014), "New technological image of the Urals: economic aspect", *Transbaikal State University Journal*, vol. 7, no. 110, pp. 105–112.
20. Rossiya (1914), *Polnoe geograficheskoe opisaniye nashego otechestva, tom V. Ural* [Russia. Full geographic description of our Fatherland, vol. V. Urals], Izdanie A. F. Devriena, SPb, Russia.
21. Savitsky, P.N. "Geographical and geopolitical foundations of Eurasianism", available at: <http://gumilevica.kulichki.net/SPN/spn05.htm> (Accessed 01.04.2016).
22. The website of the Ural Federal district, available at: [http://www.uralfo.ru/russian\\_ridge\\_proj\\_konkursname\\_itog.html](http://www.uralfo.ru/russian_ridge_proj_konkursname_itog.html), (Accessed 05.03.2016).
23. Animitsa, E.G., Glumov, A.A., Dvoryadkina E.B., Kochkina, E.M., Novikova, N.V. (2009), *Sredinnyy region: teoriya, metodologiya, analiz* [The middle region: theory, methodology, analysis], Ural State University of Economics, Ekaterinburg, Russia.
24. Tatarkin, A.I., Sukhikh, V.V., Vazhenin S.G., Vazhenina, I.S. (2010), "Image of space as a factor of economic development of the Polar Urals in the XVI– early XX century", *Spatial Economics*, vol. 4, pp. 7–81.
25. Tuleneva, N.I. (2014), "The concept of cultural landscape: geographical space and images of the Urals", *Vestnik of Nekrasov Kostroma State University*, vol. 7, pp. 273–276.
26. Fedorov, R.Yu. (2012), "Regional civilizational landscapes: introduction to the concept and experience of reconstruction", *Historical, philosophical, political and legal sciences, cultural studies and study of art. Issues of theory and practice*. Gramota, Tambov, vol. 5 no.19, pp. 193–200.
27. Sharygin, M.D. (2014), "Positioning of the Perm region in the socio-economic space of the Russian Federation", *Geograficheskii vestnik* [Geophysical Bulletin], vol. 4, no 31, pp. 22–28.
28. Sharygin M.D. (2008), *Uralskiy region: prostranstvennyi analiz i diagnostika socialno-ekonomicheskogo razvitiya* [The Ural region: spatial analysis and diagnosis of the socio-economic development], West-Ural Institute of Economics and Law, Perm, Russia.
29. Shelomentsev, A.G., Belyaev, V.N., Doroshenko S.V., Buryi, O.V. (2012), "The mineral resources sector as a basis for socio-economic development of the Urals", *Proceedings of the Komi science center of the Ural Division of the Russian Academy of Sciences*, vol.3, no. 11, pp. 115–122.
30. Steinfeld, N. (1897) "The results of mining congresses in the Urals", *Bulletin of Finance, industry and trade*, vol. 2, p. 224–225.

Поступила в редакцию: 14.04.2016

## Сведения об авторах

### Анимица Евгений Георгиевич

доктор географических наук, профессор, главный научный советник, заведующий кафедрой региональной и муниципальной экономики и управления Уральского государственного экономического университета, заслуженный деятель науки РФ; Россия, 620144, Екатеринбург, 8 Марта/Народной Воли, 62/45, УрГЭУ; e-mail: ega@usue.ru

## About the authors

### Evgey G. Animitsa

Doctor of Geographical Sciences, Professor, Chief Scientific Adviser, Honored Scientist of the Russian Federation, Head of the Department of Regional and Municipal Economics and Governance, Ural State University of Economics; 62/45, 8 Marta/Narodnoy Voli st., Ekaterinburg, 620144, Russia; e-mail: ega@usue.ru

**Власова Наталья Юрьевна**

доктор экономических наук, профессор кафедры региональной и муниципальной экономики и управления Уральского государственного экономического университета; Россия, 620144, Екатеринбург, 8 Марта / Народной Воли, 62/45, УрГЭУ.  
e-mail: nat-vlasova@yandex.ru

**Natalia Yu. Vlasova**

Doctor of Economic Sciences, Professor, Department of Regional and Municipal Economics and Governance, Ural State University of Economics; 62/45, 8 Marta/Narodnoy Voli st., Ekaterinburg, 620144, Russia;  
e-mail: nat-vlasova@yandex.ru

**Просьба ссылаться на эту статью в русскоязычных источниках следующим образом:**

*Анимитса Е.Г., Власова Н.Ю.* Эволюция и основные составляющие образа Урала // Географический вестник = Geographical bulletin. 2016. №3(38). С. 28–35. doi 10.17072/2079-7877-2016-3-28-35

**Please cite this article in English as:**

*Animitsa E.G., Vlasova N.Yu.* Evolution and main components of the image of the Urals // Geographical bulletin. 2016. № 3(38). P. 28–35. doi 10.17072/2079-7877-2016-3-28-35

УДК 553.3/9(985)(045)

**Н.А. Кондратов****ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ РАЗМЕЩЕНИЯ И ДОБЫЧИ МИНЕРАЛЬНЫХ РЕСУРСОВ В РОССИЙСКОМ СЕКТОРЕ АРКТИКИ**

*Северный (Арктический) федеральный университет имени М.В. Ломоносова,  
г. Архангельск*

С точки зрения долговременных тенденций одним из факторов, определяющих расстановку и взаимодействие международных политических и экономических сил в XXI веке, будет борьба за ресурсы.

Российская Арктика – часть Крайнего Севера, включающая, кроме сухопутной части, акваторию и континентальный шельф морей Северного Ледовитого океана. Глобальная роль этой географической области связана, прежде всего, с перспективами эксплуатации ее минеральных ресурсов. Континентальный шельф Северного Ледовитого океана содержит около 25% всех шельфовых запасов углеводородов в мире, значительная часть которых относится к потенциальным. Освоение природных ресурсов, связанное с суровыми природно-климатическими условиями, нехватка инвестиций, требуют развития специальных технологий, создания и модернизации морской и береговой инфраструктур. Наиболее благоприятные географические, геологические и экономические условия для разведки и добычи минерального сырья и топлива в российской Арктике сложились в западном секторе: на суше Кольского полуострова, Ненецкого автономного округа, Западной Сибири, шельфе Баренцева и Карского морей.

Цель статьи – проанализировать пространственные особенности размещения и добычи минеральных ресурсов в российском секторе Арктики.

Ключевые слова: Российская Арктика, шельф Арктики, минеральные ресурсы, углеводороды

**N.A. Kondratov****TERRITORIAL PECULIARITIES OF LOCATION AND EXTRACTIONS OF MINERAL RESOURCES DEPOSITS IN RUSSIAN SECTOR OF THE ARCTIC REGION**

*Northern (Arctic) Federal University named after M.V. Lomonosov, Arkhangelsk*

Throughout the centuries, Russia has been profoundly interested in territory development of the North, including the Arctic region. Priorities in this field have been constantly changing but nowadays everybody