

**Принял:**

Директор муниципального бюджетного учреждения культуры «Пошехонская централизованная библиотечная система»

\_\_\_\_\_ Н.Г. Масалова

**Сдал:**

Генеральный директор  
ООО «Локус консалтинг групп»

\_\_\_\_\_ А.Ю. Данилов

**Результаты исследований, проведенных в рамках проекта  
«Как Пошехонца в Пошехонье поселить»,  
реализуемого на средства  
гранта Президентского фонда культурных инициатив**

Ярославль

2022

## **Сведения об авторах**

**Данилов Андрей Юрьевич** – кандидат исторических наук, магистр туризма, генеральный директор Консультационно-аналитического центра «Локус Консалтинг Групп», заведующий кафедрой регионоведения и туризма Ярославского государственного университета им. П.Г. Демидова, руководитель проекта.

**Иванова Ирина Евгеньевна** – специалист по маркетингу, исполнительный директор Консультационно-аналитического центра «Локус консалтинг групп».

**Коршунович Марина Сергеевна** – аналитик.

**Федорова Елена Алексеевна** - доктор филологических наук, профессор, Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова, Рыбинский государственный историко-архитектурный и художественный музей-заповедник (глава «Пошехонец в народной культуре и литературе»)

**Шустрова Ирина Юрьевна** - кандидат исторических наук, доцент, Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова (глава «Пошехонская старина: будни и праздники (на материалах XIX- первой трети XX веков)»)

## Оглавление

Результаты проведения опроса жителей Пошехонского района	4
Итоги проектного семинара «Идентичность и комплексы как ресурс развития территории. Актуализация литературного и этнографического наследия края»	17
Пошехонская старина: будни и праздники (на материалах XIX - первой трети XX веков)	22
Пошехонец в народной культуре и литературе	52
Духовная культура Пошехонья	52
Обряды и народное искусство	54
Семантические группы в диалектной лексике	57
Пошехонские сказки	57
Вепский «след» в культуре Пошехонья	61
Литература Пошехонии	63
Выводы по исследованию	70
Библиография по теме «Пошехонье и Пошехонский уезд»	77
Библиография по теме «Литература Пошехонии»	89
Приложения	91

## Результаты проведения опроса жителей Пошехонского района

Опрос жителей Пошехонского района проводился в период с 11.10 по 15.11.21. Для проведения опроса разработана специальная форма, Приложение 1. Анкета была размещена на платформе Google, её распространение среди жителей района осуществлялось посредством социальных сетей, официального сайта администрации Пошехонского района и персональных приглашений пройти опрос. В анкетировании приняли участие 217 человек, которые в настоящее время проживают в Пошехонском районе, либо родом из Пошехонья и Пошехонского района. Это подтверждают ответы на вопросы 1 и 10.

### Цели и задачи проведения анкетирования:

- 1) Выявление и описание психологического (индивидуально-личностные и социально-психологические признаки) и визуального (внешний вид) портрета пошехонца по мнению самих жителей Пошехонского района
- 2) Замер уровня удовлетворенности жителей фактом происхождения и проживания в Пошехонском районе
- 3) Информирование жителей о проекте «Как Пошехонца в Пошехонье поселить»

Распределение ответов на вопрос № 1 «Откуда вы родом». Полный перечень ответов – Приложение 2.

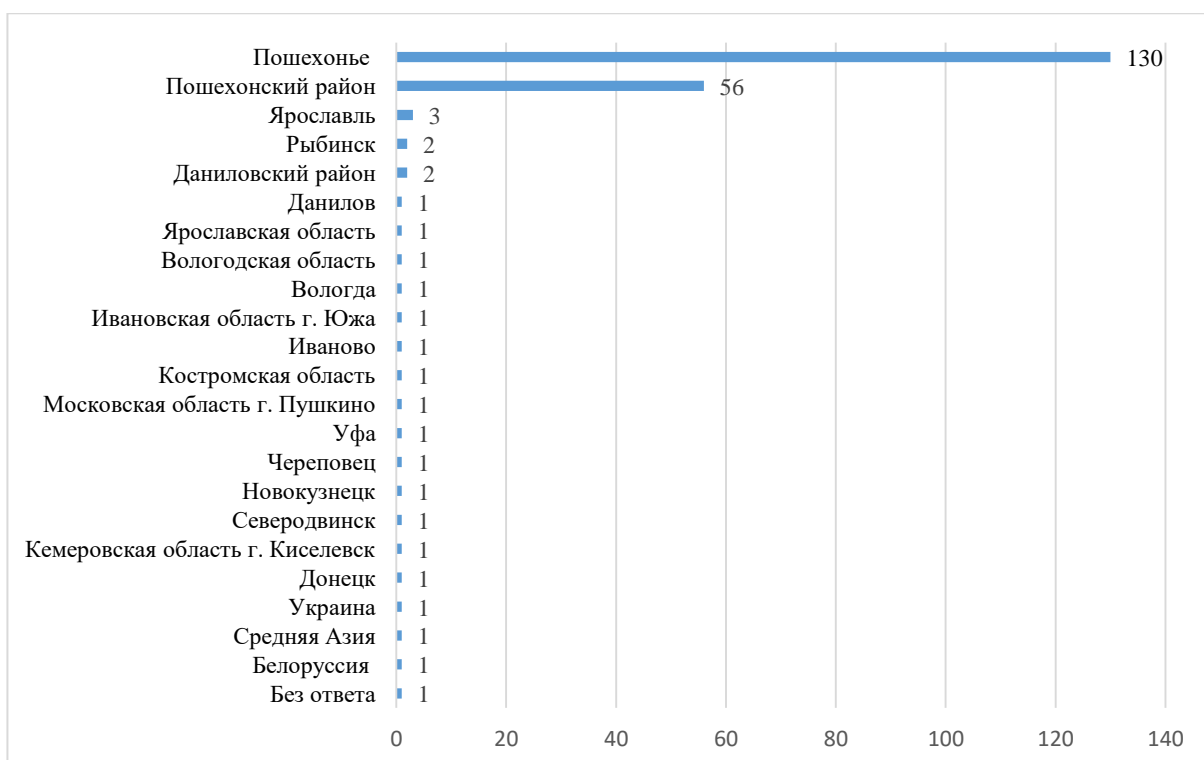
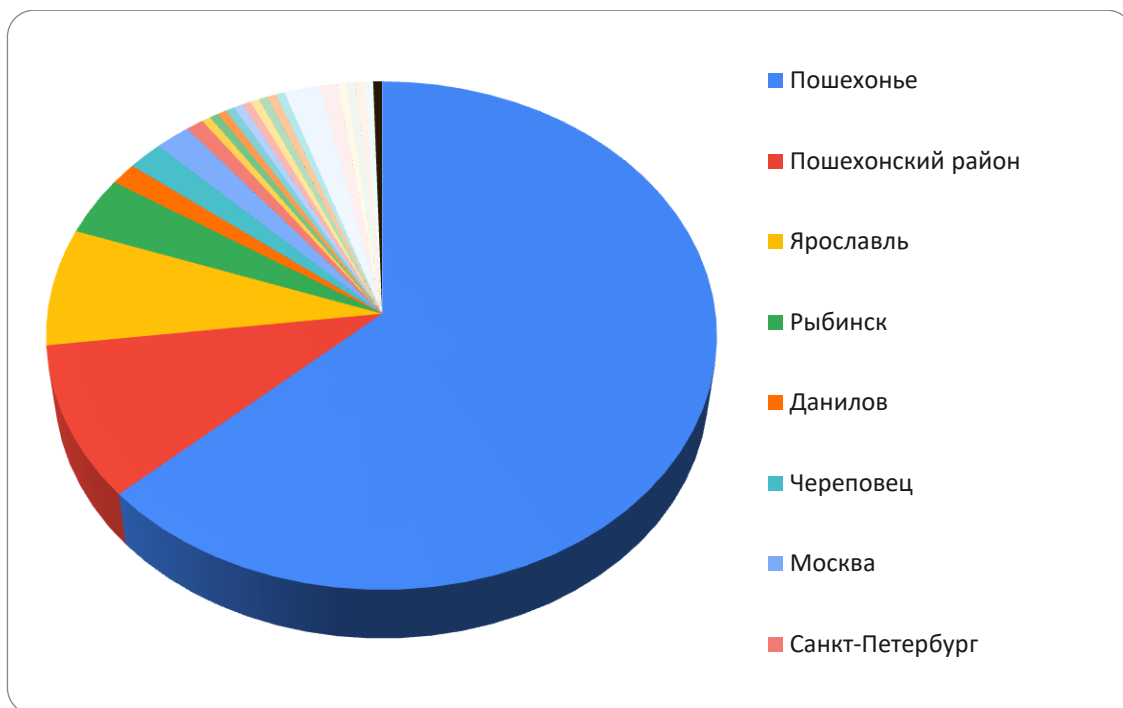


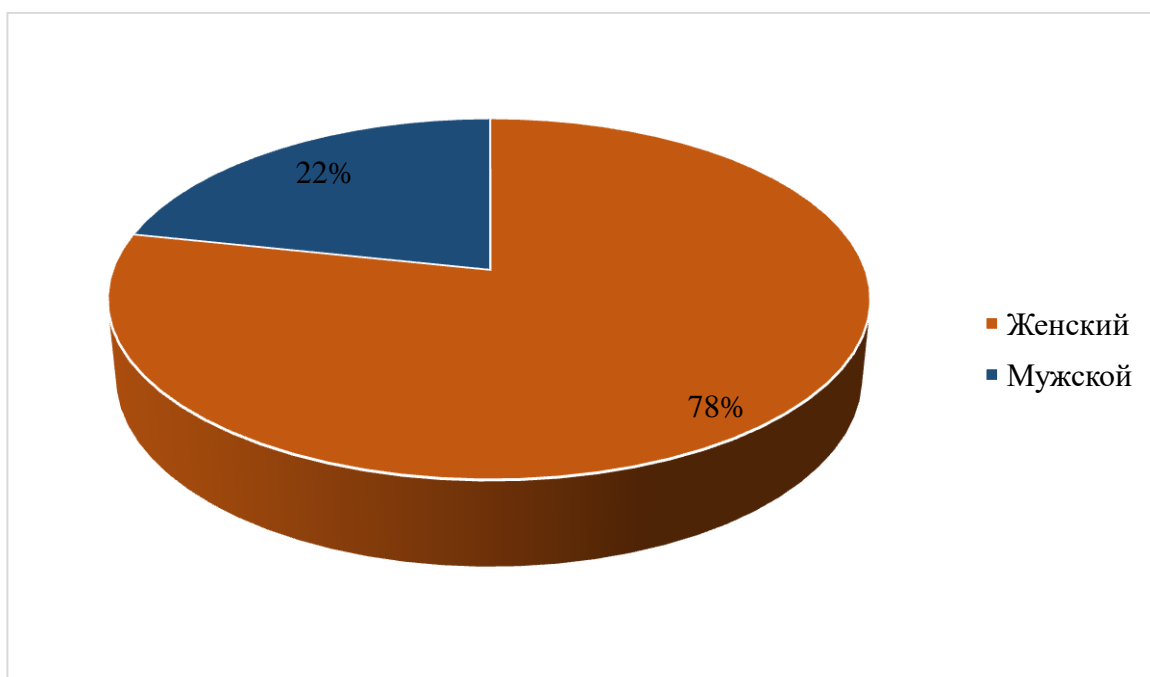
Рис № 1. Распределение ответов на вопрос № 1 «Откуда вы родом»

Распределение ответов на вопрос № 10 «Где вы проживаете в настоящее время» представлены на рис.№ 2, полный перечень ответов – Приложение 3.



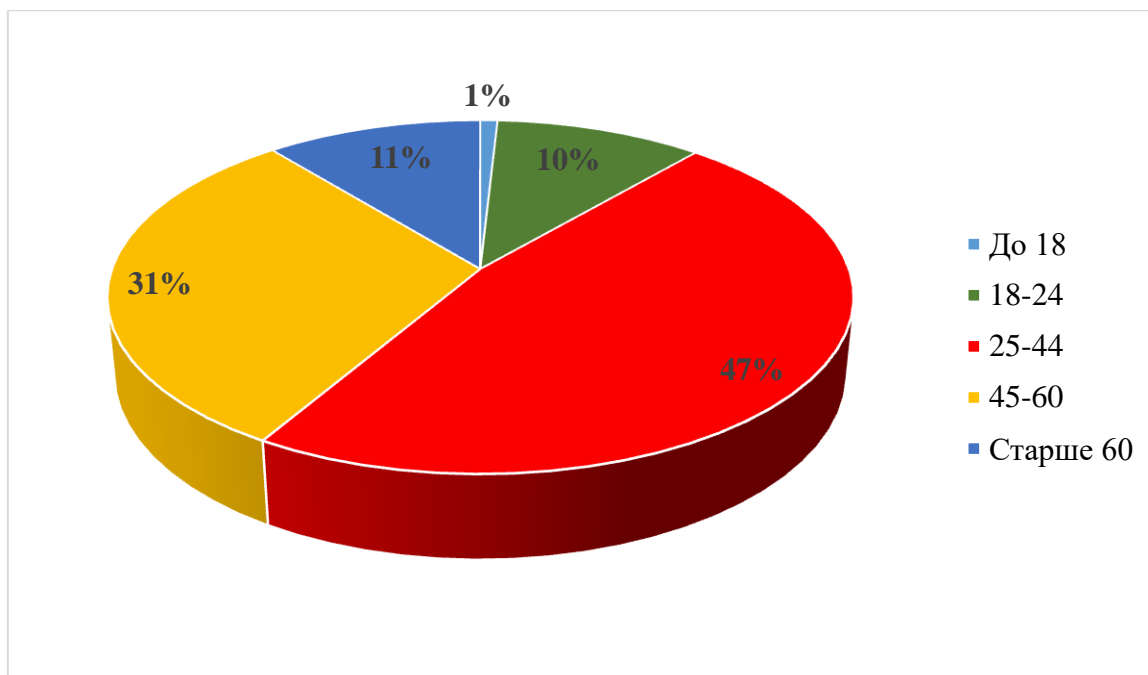
**Рис.№ 2. Распределение ответов на вопрос № 10 «Где вы проживаете в настоящее время»**

Распределение респондентов по половому признаку представлено на рис.№ 3. Результаты ответов показывают, что 78% респондентов – женщины.



**Рис.№ 3. Распределение респондентов по половому признаку**

Распределение респондентов по возрасту отражено на рис.№ 4. Следует отметить, что представлены разные категории возрастов с преобладанием респондентов экономически-активного возраста: 25-44 года.



**Рис. № 4. Распределение респондентов по возрасту**

Распределение респондентов по социальному статусу представлено на рис.№ 5 и также достаточно разнообразно.

Следует отметить, что по состоянию на 1 февраля 2022 по оценке Федеральной службы государственной статистики численность населения (постоянных жителей) Пошехонского района Ярославской области составляет 12 655 человек. Всего на 1 февраля 2022 в Пошехонского района Ярославской области постоянно проживают 5 480 мужчин (43.3%) и 7 175 женщин (56.7%)<sup>1</sup>. Таким образом, анкетирование прошли 1,7% от общей численности населения района.

<sup>1</sup> По данным сайта <https://bdex.ru/naselenie/yaroslavskaya-oblast/n/poshehonskiy/>



**Рис.№ 5. Распределение респондентов по социальному статусу**

Вопрос № 2 «Подберите пару-тройку слов, которые у Вас ассоциируются с названием города Пошехонье» преследовал несколько целей:

- 1) Выявить ключевые ассоциации с названием города Пошехонье с точки зрения его жителей
- 2) Оценить общий настрой жителей по отношению к родному краю (соотношение позитивных и негативных ассоциаций).

Полный перечень ответов представлен в Приложении 4.

Итак, родной край у пошехонцев в первую очередь ассоциируется с реками и мостами, они часто сравнивают свою родину с Венецией, называя «Северной Венецией», неоднократно звучала фраза: «город 7 рек и 5 мостов». Кроме того, в ответах представлен весь традиционный набор ассоциаций, связанный с малым провинциальным городом, а именно: тишина, спокойствие, провинция, глубинка, красота, природа, в частности, леса, чистый воздух. Такой «типовой» набор применим к любому малому городу, расположенному вдалеке от промышленных и областных центров. Из отличительных особенностей Пошехонского края в топ-10 упоминаний (таблица № 1) вошел только пошехонский сыр (рейтинг 3, 29 ответов). Кроме того, жители упоминали «золотобой»

(рейтинг 16, 5 ответов) и «пошехонов-чудаков» (рейтинг 21, 3 ответа), меньшее количество голосов у данных «брендов» может свидетельствовать о недостаточной популярности либо известности среди населения. Нет ни одного упоминания о гаютинской росписи. Это может быть связано и с тем, что название промысла уже содержит другой географический топоним (Гаютино), и тем, что продвижение росписи в большей степени нацелено на гостей территории.

Интересные фразы – ответы жителей, которые можно принять во внимание для последующего использования в рекламных целях, следующие: «место, где остановилось время», «город, который можно обойти пешком», «улицы как лучики».

В целом жители, отвечая на данный вопрос, продемонстрировали достаточно патриотичный настрой и неподдельную любовь к родному краю, так ответ «Моя родина» имеет рейтинг 2 (41 ответ), использованы в основном добрые, позитивные эпитеты, слова и выражения. Количество негативных ассоциаций (тоска, плохие дороги, серость, грязь, разруха) не превышают 5% от общего количества ответов.

Преобладающие ключевые ассоциации могут быть использованы для разработки ключевых идентификаторов бренда города Пошехонья: слогана и логотипа.

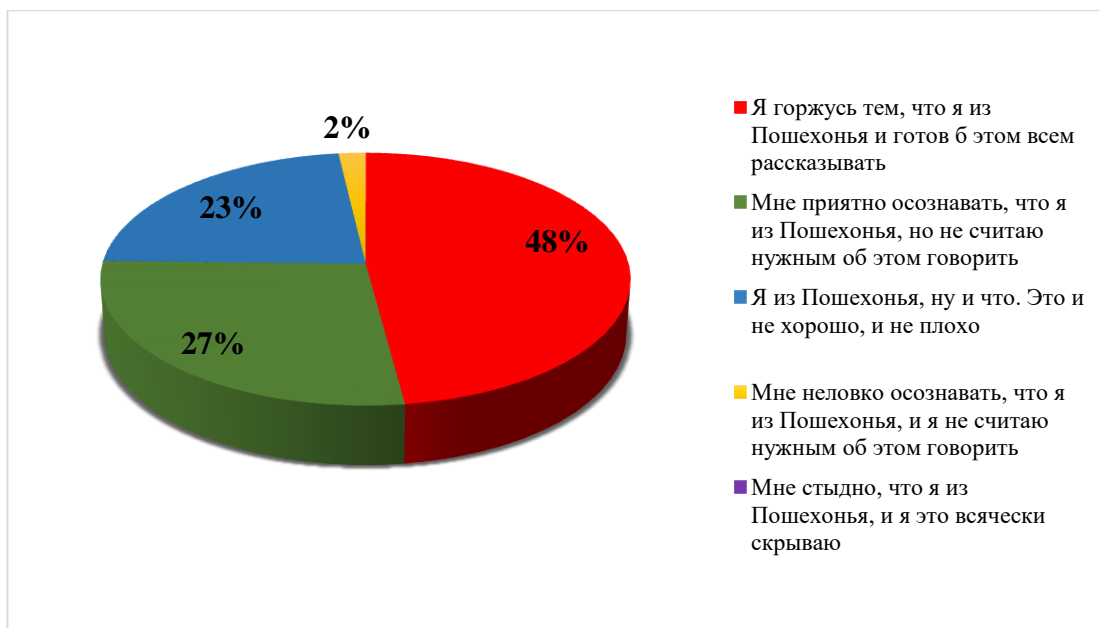
**Таблица № 1**

**Топ-10 ответов на вопрос № 2 «Подберите пару-тройку слов, которые у Вас ассоциируются с названием города Пошехонья»**

<b>№ п/п</b>	<b>Ответ</b>	<b>Рейтинг (кол-во ответов)</b>
1.	Реки	43
2.	Моя Родина	41
3.	Пошехонский сыр	29
4.	Северная Венеция	27
5.	Тишина, спокойствие	26
6.	Красота	25
7.	Леса	25
8.	Природа	21
9.	Дом, семья, друзья	19
10.	Мосты	15

Высокий патриотический настрой подтверждают и ответы на вопрос № 3: «Выберите одно выражение, которое наиболее точно отражает Ваше мнение и ощущения». Распределение ответов на данный вопрос представлено на рис. № 6.





**Рис.№ 6. Распределение ответов на вопрос «Выберите одно выражение, которое наиболее точно отражает Ваше мнение и ощущения»**

Почти 50 % респондентов гордятся тем, что они из Пошехонья и готовы всем об этом рассказывать. Однако здесь нельзя исключать высокую вероятность получения «социально-ожидаемого ответа», когда даже при анонимном анкетировании жителям неловко признаться в своих негативных ассоциациях. Для уточнения процента патриотически настроенных граждан, а также выявления причин неудовлетворенности / недовольства рекомендуется применить дополнительные инструменты исследования (глубинные интервью, в том числе со отдельными категориями населения – людьми, покинувшими родину). Следует отметить, что доля нейтрально настроенных горожан заметна – 23%, а 2 % респондентов, вообще, продемонстрировали негативный настрой, поэтому есть необходимость дальнейшей работы с этим сегментом.

Ключевые вопросы анкеты были нацелены на выявление и описание образа пошехонца глазами самих жителей района.

Вопрос № 4 предполагал формирование психологического портрета жителя Пошехонского края и звучал следующим образом: «**Подберите пару-тройку определений, характеризующих типичного Пошехонца, то есть «Пошехонец (какой он?)»**». Полный перечень ответов на данный вопрос представлен в Приложении 5, топ -10 ответов - в Таблице № 2

**Таблица № 2**

**Топ-10 ответов на вопрос № 4 «Подберите пару-тройку определений, характеризующих типичного Пошехонца»**

№ п/п	Ответ	Рейтинг (кол-во ответов)
1.	Добрый (добродушный, доброжелательный)	97
2.	Отзывчивый	39
3.	Трудолюбивый	36

4.	Простой	32
5.	Веселый (смешной, шутник)	26
6.	Гостеприимный	23
7.	Открытый	20
8.	Наивный, доверчивый	13
9.	Общительный	9
10.	Умный, мудрый	8
11.	Ленивый	8
12.	Обычный	8

Пошехонцы считают себя добрыми, отзывчивыми, простыми (бесхитростными, простодушными, наивными, доверчивыми?), веселыми (то есть умеющими шутить и иронизировать над собой), гостеприимными, открытыми и общительными. То что юмор пошехонца имеет высокий рейтинг в ответах (5 место) может быть достаточным основанием для развития этой идеи как основы для бренда территории.

В 5м вопросе респондентов попросили отметить: **Что в их характере есть истинного пошехонского?** Распределение ответов на вопрос представлено в Приложении 6, в таблице № 3 показан топ 10 ответов на этот вопрос.

**Таблица № 3**

**Топ-10 ответов на вопрос «Что в моем характере есть истинного пошехонского?»**

№ п/п	Ассоциативные слова и словосочетания	Рейтинг (кол-во ответов)
1.	Доброта (доброжелательность, добродушие)	39
2.	Отзывчивость	28
3.	Патриотизм (любовь к Родине)	17
4.	Простота	15
5.	Ничего	13
6.	Открытость	12
7.	Трудолюбие	11
8.	Юмор	9
9.	Затрудняюсь ответить	8
10.	Приветливый	6

Юмор вновь входит в число самых популярных ответов, но рейтинг ниже чем в предыдущем вопросе. Пошехонцы считают себя добрыми, отзывчивыми, патриотами своей Родины, простыми (простодушными, бесхитростными?), открытыми, трудолюбивыми и приветливыми (открытыми, общительными). Однако в отношении своих личных качеств очень многие затруднились с ответом (ответы «ничего», либо «затрудняюсь ответить»), что возможно говорит о том, что жители не видят каких-то особенных отличительных черт в «пошехонском характере», и не считают, что такой особенный характер, вообще, существует.

Вопрос № 6 касался внешности типичного пошехонца и предлагал жителям отметить: **Что в моей внешности есть истинного пошехонского?**

К сожалению, здесь удалось получить совсем мало материала для составления описания внешности типичного жителя Пошехонского района. Возможно, это продиктовано и скромностью респондентов, и тем, что они действительно не видят таковых отличий в своей внешности.

Полный перечень полученных ответов представлен в Приложении 7. Топ-10 ответов выделили в таблице №

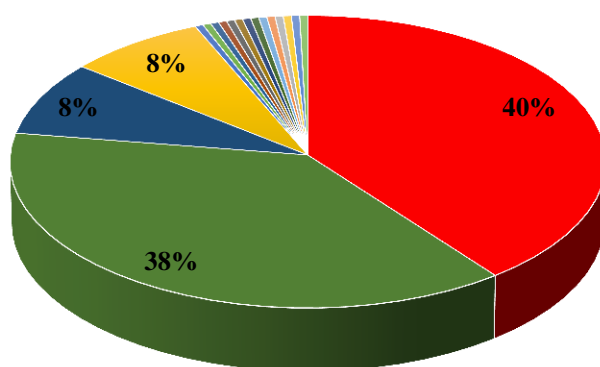
**Таблица № 4**

**Распределение ответов на вопрос №6 «Что в моей внешности есть истинного пошехонского?»**

<b>№ п/п</b>	<b>Ассоциативные слова и словосочетания</b>	<b>Рейтинг (кол-во ответов)</b>
1.	Затрудняюсь ответить	25
2.	Нет ничего необычного	23
3.	Улыбка	17
4.	Простота	16
5.	Светлые глаза	15
6.	Русые волосы	14
7.	Красота	13
8.	Взгляд	11
9.	Говор ("Окающий говор")	7
10.	Всё	3
11.	Неухоженность	3

Пожалуй, здесь следует выделить «говор», хотя это и не про внешность, все остальные ответы, по мнению самих жителей, никак не выделяют пошехонца среди других представителей русской национальности.

Седьмым вопросам выясняли узнаваемость и популярность образа «пошехона-чудака» среди пошехонцев. Это был закрытый вопрос с предложенными вариантами ответов. Распределение ответов представлено на рис.№ 7. Про пошехонов-чудаков в целом осведомлены почти 80% пошехонцев, причем 40% настроены весьма позитивно. Есть отдельные как негативные, так и позитивные комментарии, которые по сути своей диаметрально противоположны. Аргументы против: «пошехонцы не чудачки», «не считаю, что Пошехон-чудак!!!», «Это ушедшее, причем безвозвратно», «...звучит это как то унижительно», «...это не лучший повод для гордости». Аргументы в поддержку образа: «мы пошехонцы все чудачки, у каждого есть своя чудинка», «все пошехонцы чудачки»)). Для целей развития бренда города, основанного на юморе, необходимо работать над «принятием» образа пошехона-чудака как можно большим количеством жителей, формировать и заострять внимание на позитивных свойствах личности, обладающей особенным чувством юмора. Позитивные цитаты можно использовать в рекламных целях.



- Прекрасно знаю и всем рассказываю
- Что-то слышал
- Нет, впервые слышу
- Пошехон-чудак – это я
- не считаю , что Пошехон-чудак!!!!!!!
- лучше не связываться
- Пошехонцы не чудачки
- это ушедшее, причём безвозвратно.
- Есть один все его знают
- конечно
- Прекрасно знаю, но не считаю нужным рассказывать об этом
- Собирательный образ Салтыкова-Щедрина
- Знаю, но рассказывать всем не считаю нужным, бывает просто к слову.
- Мы, пошехонцы, все чудачки у каждого есть своя чудинка
- В курсе, но звучит это как-то унижительно
- Глава района
- Все пошехонцы чудачки ))
- Знаю, но это не лучший повод для гордости

Рис. №7 Распределение ответов на вопрос 7 «Вы в курсе, кто такой Пошехон-чудак?»

Распределение ответов на вопрос № 8 «**Что нужно сделать, чтобы в Пошехонье приезжало больше туристов?**» представлено в таблице № 5.

Несмотря на то, что вопрос был закрытый, то есть с предложенными вариантами ответов, пошехонцы высказали большое количество дополнительных рекомендаций, которые стоит принять во внимание. На первом месте традиционно обозначена проблема дорог, на втором – необходимость создания современной туристской инфраструктуры. Также жители считают, что необходимо заняться системным продвижением образа Пошехонца. Это вселяет уверенность в поддержке создаваемого бренда со стороны жителей, а это важнейшее условие его устойчивости. Среди самых популярных рекомендаций, выходящих за рамки предложенных ответов: возрождение производства пошехонского сыра и развитие водного туризма.

**Таблица № 5**

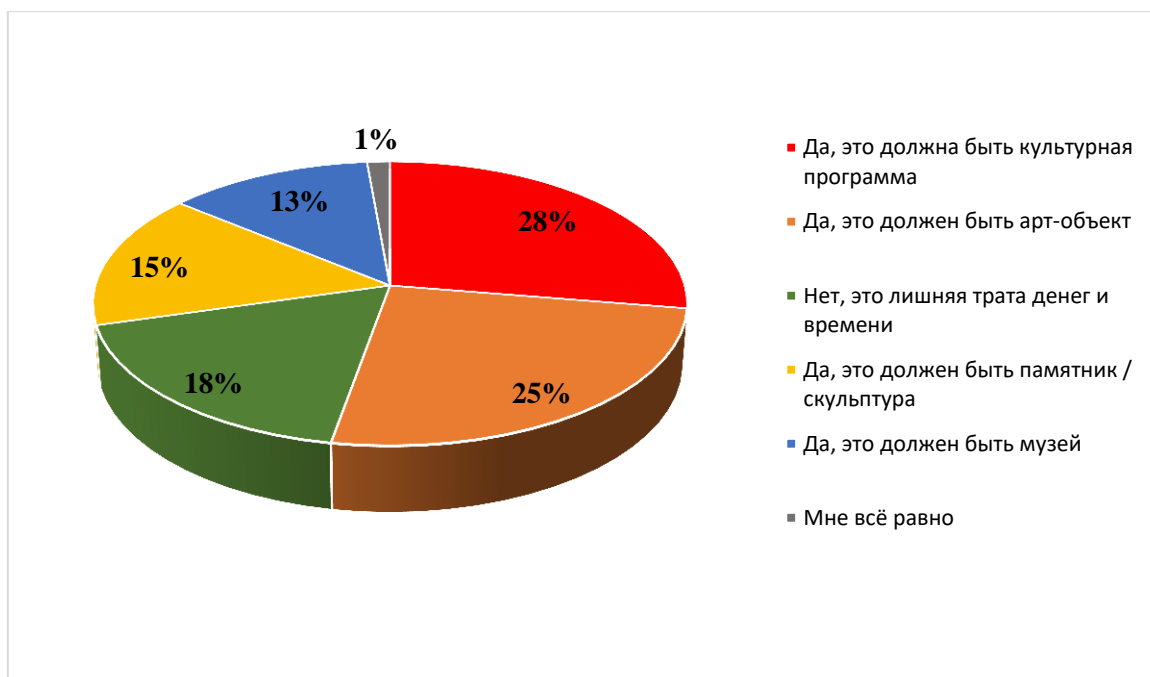
**Распределение ответов на вопрос № 8 «Что нужно сделать, чтобы в Пошехонье приезжало больше туристов?»**

<b>№ п/п</b>	<b>Вариант ответа</b>	<b>Рейтинг (кол-во ответов)</b>
1.	Решить проблему плохих дорог	172
2.	Создать современную туристскую инфраструктуру (гостиницы, кафе)	138
3.	Раскрутить образ Пошехонца на всю страну и создать на этой основе новые турпрограммы	87
4.	Создать новые достопримечательности и туристские объекты	64
5.	Придумать какую-то другую «изюминку» и создать на этой основе новые турпрограммы	41
6.	У нас все для этого есть, нужно только больше рекламы и продвижения	38
7.	При 5 реках нужно развивать водный туризм, использовать природные ресурсы. Красота наших мест должна использоваться, а не Пошехонцы - дураки высосанные из пальца	1
8.	Популяризация речного туризма	1
9.	Прежде всего нужно вложиться в сферу туризма, одними развлекательными программами туристов не привлечь, точнее привлечь можно, но не удержать.	1
10.	Поменяйте свое осознание к туризму	1
11.	Самим ценить и развивать свой край	1
12.	город прославляют его жители, всё остальное- приложение.	1
13.	Дать достойную работу, и жить производством, а не песенки петь и плясать	1
14.	Сделать постоянную выставку продажу пошехонских рукодельцев. Столько талантливых людей живет в Пошехонье.	1

15.	Внести порядок и чистоту в городе	1
16.	Взять пример с г Углича и раскрутить свой бренд	1
17.	Создать предприятия и возродить село	1
18.	Вернуть сельское хозяйство и рабочие места.	1
19.	Необходимо показывать какое то производство, а не образы из прошлого.	1
20.	Хорошее начинание было с Водяным. Плохо, что пошли на поводу у церкви и прикрыли. Кукобойцы не побоялись мнения церкви, и у них все здорово. Как то один из жителей города Смоленска, услышав Пошехонье- сказал: "Какое сказочное название, прям как Лапландия". "Пошехон-чудак"- как то оскорбительно, для мудрых Пошехонцев.	1
21.	Изюминка - это сыр завод, и сыр известный по всему миру, нужно его вернуть в жизнь и тогда добавится место для экскурсий	1
22.	Дороги, дороги и ещё раз Дороги!	1
23.	Благоустроить город, вернуть Пошехонский сыр	1
24.	обратить внимание сначала на коренное население, наладить наш быт	1
25.	развить промышленность	1
26.	не поедет массовый турист в Пошехонье. Все вышеперечисленное не поможет	1
27.	кроме инфраструктуры должно быть восстановлено производство, рабочие места для местных жителей. тур программы вести, конечно, здорово и замечательно, но люди должны жить, а не выживать.	1
28.	Раскрутить образ медведя, как в сказке "Морозко" ,например. Или вывести туристов в лес на опушку, а там выходит медведь и презентует рыбку копчёную или вяленую, костер разжечь можно, посидеть.попеть песни с русскими народными коллективами. Также наше водохранилище- это супер зона для тусовок туристов. Пусть будет Русалка или Нептун, живущий в море. Это очень прикольно будет!!!	1
29.	Подключать больше местного населения, делать ставку не только на город, но и на район, работать плотнее с лицами и организациями, предлагающими активный отдых, развивать познавательную составляющую и ГАСТПОНОМИЧЕСКУЮ. Ведь Пошехонье-это не только намазенька, но и много всего другого, не менее вкусного!!!	1
30.	Больше современных баз отдыха у воды и в лесу, с	1

	возможностью активного отдыха. Нужно больше средств вкладывать в рекламу в соседних регионах!	
31.	Пригласить грамотное руководство в области культуры, особенно молодёжь со свежим взглядом на вещи!	1
32.	Заинтересованность руководства	1
33.	производство Пошехонского сыра	1

Вопрос № 9 вновь заострял внимание на образе Пошехонца: «Считаете ли Вы, что в Пошехонье нужно как-то закрепить образ Пошехонца?». Распределение ответов представлено на рис. № 8



**Рис. № 8. Распределение ответов на вопрос № 9 «Считаете ли Вы, что в Пошехонье нужно как-то закрепить образ Пошехонца?»**

Пошехонцы считают целесообразным разработку новой культурной программы и создание арт-объекта, что совпадает с задачами и запланированными мероприятиями проекта «Как Пошехонца в Пошехонье поселить».

#### **Итоговые выводы и рекомендации:**

1. Анкетирование прошли 217 человек, которые представляют разные возрастные и социальные категории и являются жителями, либо выходцами из Пошехонского района. Наблюдается явное преимущество женщин среди респондентов. Согласно данным Росстата количество опрошенных составило 1,7% от общего числа жителей Пошехонского района, также по данным Росстата - среди населения края преобладают женщины. Таким образом, следует отметить, что выборка респондентов была достаточно репрезентативна.

2. Ассоциативный ряд со словом Пошехонье включает такие слова как реки, мосты, «Северная Венеция», тишина, спокойствие, провинция, глубинка, красота, природа, леса, чистый воздух. Из отличительных особенностей чаще всего упоминается

пошехонский сыр. Преобладающие ключевые ассоциации и наиболее удачные фразы могут быть использованы для разработки ключевых идентификаторов бренда города Пошехонья (слогана и логотипа), а также в рекламных целях.

3. Отвечая на вопросы, жители в основном продемонстрировали и высокой патриотичный настрой, и неподдельную любовь к своей Родине. Количество негативных ответов в целом не превышает 5%.

4. Штрихи к психологическому портрету пошехонца.

Пошехонцы считают себя добрыми, отзывчивыми, простыми (бесхитростными, простодушными, наивными, доверчивыми?), веселыми (то есть умеющими шутить и иронизировать над собой), гостеприимными, открытыми и общительными. То что юмор пошехонца имеет высокий рейтинг в ответах (5 место) может быть достаточным основанием для развития этой идеи как основы для бренда территории.

5. Жители никак не выделяют пошехонца среди других представителей русской национальности. Отмечен был только «особый говор».

6. Почти 40% пошехонцев весьма позитивно воспринимают образ «пошехончудака», однако есть и негативные мнения, и неприятие его. Для целей развития бренда города, основанного на юморе, необходимо работать над «принятием» образа пошехончудака как можно большим количеством жителей, формировать и заострять внимание на *позитивных свойствах личности*, обладающей особенным чувством юмора.

7. Для развития туризма жители считают необходимым решить проблему плохих дорог, создать современную туристскую инфраструктуру, заняться системным продвижением образа Пошехонца, возродить производство пошехонского сыра и развивать водный туризм.

8. Для закрепления и дальнейшего развития образа Пошехонца жители района считают целесообразным разработку новой культурной программы и создание арт-объекта



## **Итоги проектного семинара «Идентичность и комплексы как ресурс развития территории. Актуализация литературного и этнографического наследия края»**

Проектный семинар «Идентичность и комплексы как ресурс развития территории. Актуализация литературного и этнографического наследия края» проходил в городе Пошехонье 25 – 26 ноября 2021 года. В семинаре приняли участие более 50 человек - работники учреждений культуры и образования Пошехонского МР, органов местного самоуправления, представители ремесленников, средств размещения и предприятий общественного питания, производители местной продукции, общественники, студенты, краеведы, эксперты в области развития туризма, маркетинга территорий, филологии, этнографии и др. Была организована прямая трансляция семинара, к которой подключились более 650 человек. Участники онлайн трансляции имели возможность высказывать свое мнение в специальном чате.

Организаторами мероприятия выступили Администрация Пошехонского муниципального района, ООО Локус Консалтинг Групп», Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова. Партнеры семинара: база отдыха и туризма «Чудной двор», АНО содействия сохранению и развитию культуры «Золотое Пошехонье», Детская школа искусств г.Пошехонье, Пошехонская централизованная библиотечная система, МУК Межпоселенческий культурно-досуговый центр г.Пошехонье, районная газета «Сельская новь».

Модераторами семинары выступили: Ирина Евгеньевна Иванова – исполнительный директор ООО «Локус Консалтинг Групп» и Андрей Юрьевич Данилов - заведующий кафедрой регионоведения и туризма Ярославского государственного университета им. П.Г. Демидова, кандидат исторических наук, доцент

Проектный семинар стал частью исследовательских мероприятий в рамках проекта «Как Пошехонца в Пошехонье поселить», реализуемого на средства гранта Президентского фонда культурных инициатив.

### **Цели семинара:**

1) Выявление и описание психологического (индивидуально-личностные и социально-психологические признаки) и визуального (внешний вид) портрета пошехонца по мнению самих жителей Пошехонского района

2) Формирование активной группы, готовой включиться в реализацию проекта и определение основных подходов, форматов и проектных идеи по его реализации

Полная программа семинара представлена в Приложении 8.

Для целей проекта в данном разделе будут представлены итоги групповой работы на семинаре.

Проектная работа началась с такта знакомства, которое проводилось в формате питч-сессии. Участников семинара попросили не только представиться, но и коротко, в течение одной минуты, сообщить: «Кто такой пошехонец и что во мне исконно пошехонского».

В ходе питч-сессии были отмечены такие отличительные особенности жителя Пошехонья как особый говор, слова и словосочетания, которые употребляются только в Пошехонье: «всё красивоё...», «всю жись...», так называемый «пошехонский говорок».



**Рис. № 9 Ход работы проектного семинара**

Результаты работы проектных команд по заданию - Кто такой пошехонец? (особенности современного пошехонца как социо-культурного явления) представлены в Приложении 9. Участникам проектных групп было предложено выделить и представить отличительные черты характера пошехонца как положительные, так и отрицательные. Участников просили не только обозначить ту или иную черту, но и дать объяснение – почему пошехонец такой.

По итогам данного этапа было проведено голосование, каждый участник выбирал как минимум три черты, которые он считает самыми основными и типичными. Итоги голосования были подведены в ходе семинара и обобщены на листе, представленном на рис.№ 10.

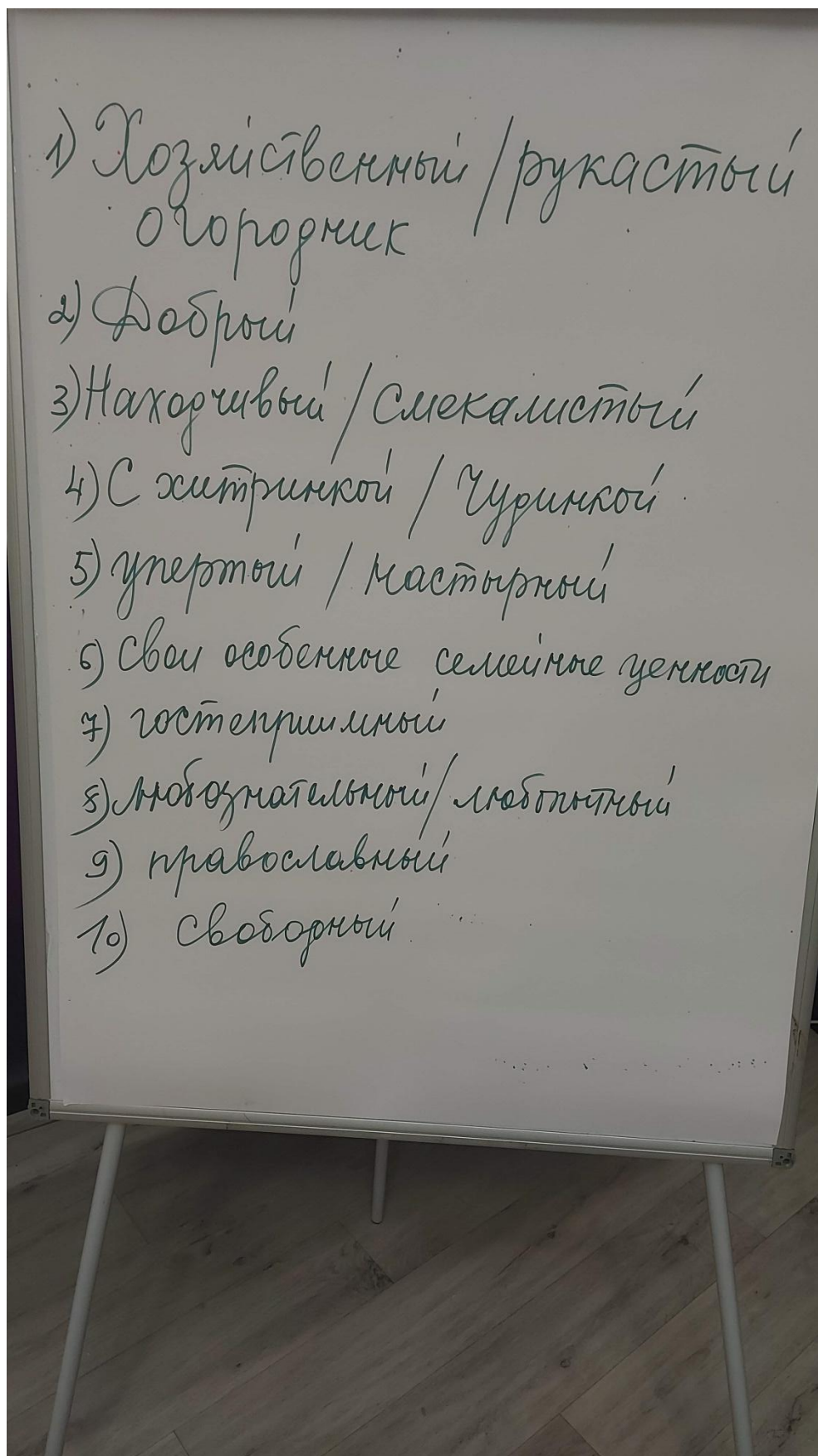


Рис.№ 10 .Результаты голосования по итогам работы проектных групп над психологическим портретом жителя Пoшeхoнья

Итак, особенности психологического портрета жителя Пошехонья, по мнению проектных групп:

- 1) Хозяйственный, рукастый, в том числе огородник
- 2) Добрый
- 3) Находчивый, смекалистый
- 4) С хитринкой, с чудинкой
- 5) Упертый, настырный
- 6) Имеет свои особенные семейные ценности
- 7) Гостеприимный
- 8) Любознательный, любопытный
- 9) Православный
- 10) Свободный

По сравнению с результатами анкетирования добавились такие характеристики как находчивость, упертость и любознательность. В чем единодушны жители Пошехонья как по итогам анкетирования, так и семинара, что доброта – это типичная черта пошехонца. Ценным результатом семинара стало то, что пошехонский юмор начал обретать свои уникальные особенности и характеристики и получил конкретное описание: «с хитринкой», «с чудинкой».

Следующим тактом работы проектных команд стало описание визуального образа пошехонца: «Как выглядит типичный современный пошехонец». Итоги работы групп представлены в Приложении 10. Участники семинара на этом этапе работы представили более обширный материал, чем участники анкетирования и достаточно подробно описали как мужчин, так и женщин. Эти материалы могут быть использованы при подготовке технического задания иллюстраторам для создания визуального образа пошехонца.

Итак, визуальный образ пошехонца, по мнению участников семинара, можно представить следующим образом.

**Женщина.** Средний возраст 35-55 лет. Славянская внешность: светлые глаза, светлые короткие (либо средней длины) волосы. Взгляд «лисий», с хитринкой. Улыбчивая. Среднего телосложения «с формами». Одета модно, но с комфортом. Всегда ухоженная (прическа, макияж, маникюр)

Можно разделить форму одежды на 2 образа. Повседневный и праздничный. В повседневном образе главенствует комфортная одежда, обувь на плоской подошве.

Для праздничного образа пошехонка выбирает платье в пол, обувь на каблуках, а так же надевает украшения из золота.

Женщина – рукодельница и хранительница домашнего очага

Особенности характера: мудрость, хозяйственность.

Кроме того, участники семинара неоднократно упоминали, что в пошехонском обществе царит матриархат.

**Мужчина.** Средний возраст 35-55 лет. Славянская внешность: светлые глаза, шатен с волнистыми волосами. Возможно в головном уборе. Во взгляде так же отмечают «хитринку». Среднего роста, крепкий, плечистый. В образе прослеживается простота и опрятность.

Мужчина-ремесленник, охотник и рыбак.

Особенности характера: ум, находчивость, веселость (остроумие).

Второй день проектной работы на семинаре был посвящен следующему заданию: **«Чем пошехонец может быть привлекателен для туриста и турбизнеса? Что можно материализовать и коммерциализировать?»** Над задачей работали три группы. Участников просили дать максимально короткий ответ на поставленный вопрос.

Группами были предложены следующие варианты:

**1. «Чудаковатость»**

Участники объяснили свой выбор таким образом: «мы <пошехонцы> не такие как все, найдем выход из любой ситуации, гостей привлекает в нас неординарность и юмор». Пошехонский юмор – простой, бесхитростный, добрый. Участники кроме всего прочего отметили, что в программах для туристов должны быть обязательно задействованы мужчины.

**2. «Пошехонец не такой как все»**

Участники этой группы также подтвердили, что «мы чудные», «чудаковатые с виду, НО не дураки». « У нас во всем порядок, мы хозяйственные и умелые». И «у нас своя картина мира».

3. **«Найди в себе пошехонца»**, «Если бы у меня была вторая жизнь, я бы провел ее в Пошехонье». Результаты работы этой группы представлены в Приложении 11.

Участники 3-ей группы напротив предостерегли от использования слова «чудаковатый», как несущего для пошехонца в основном негативные коннотации. Следует отметить, что подобный негатив мы замечали и в анкетах, но это не было массовым явлением. Тем не менее, участники этой группы абсолютно уверены, что пошехонская **«смеховая культура»** должна быть использована как основной привлекательный фактор для туристов, однако «правильные слова» для этого явления еще предстоит подобрать. «Найди в себе пошехонца» - это идея для будущей туристской программы и такие предложения уже использовались ранее, например, когда гости района получали паспорт пошехонца.

**Итоговые выводы и рекомендации:**

1. Штрихи к психологическому портрету пошехонца.

Добрый, находчивый, смекалистый, с хитринкой, с чужинкой, упертый, настырный, имеет свои особенные семейные ценности, гостеприимный, любознательный, любопытный, православный, свободный.

2. Пошехонский юмор обретает свои уникальные особенности и характеристики и получает конкретное описание - простой, бесхитростный, добрый: «с хитринкой», «с чужинкой», «мы чудаковатые с виду, но не дураки».

3. По итогам семинара получено достаточно детальное описание как пошехонских мужчин, так и женщин. Эти материалы могут быть использованы при подготовке технического задания иллюстраторам для создания визуального образа пошехонца.

4. Особенный говор пошехонца вновь назван как одна из отличительных черт.

5. По мнению участников семинара «смеховая культура» должна быть использована как основной привлекательный фактор для туристов, однако «правильные слова» для этого явления еще предстоит подобрать. Чудаковатость пошехонца, «пошехонец не такой как все» также вошли в перечень привлекательных факторов.