

Тотемское музейное объединение
Вологодский государственный университет
Вологодское региональное отделение
всероссийской общественной организации
«Русское географическое общество»

РУССКИЙ СЕВЕР-2026:
ПРОБЛЕМЫ ИЗУЧЕНИЯ И СОХРАНЕНИЯ
ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОГО
И ПРИРОДНОГО НАСЛЕДИЯ

Сборник работ X Всероссийской научной конференции

Вологда
«Полиграф-Периодика»
2026

УДК 94(47)
ББК 63.3(2)
Р89

*Печатается по решению научно-методического совета
МБУК «Тотемское музейное объединение»*



*Издание выпущено при поддержке
Благотворительного фонда Владимира Потанина*

Автор идеи, куратор проекта – А. М. Новосёлов
Составитель и редактор – О. В. Полоцкая

Редакционно-издательская коллегия:

Новосёлов А. М. (директор МБУК «Тотемское музейное объединение», аспирант ФГБОУ «Нижегородский государственный национальный исследовательский университет им. Н. И. Лобачевского»), Полоцкая О. В. (главный хранитель фондов МБУК «Тотемское музейное объединение»), Якушева Л. А. (кандидат культурологии, доцент кафедры теории, истории культуры и этнологии ФГБОУ ВО «Вологодский государственный университет»)

Рецензенты:

Дидковская Н. А., кандидат культурологии, профессор, Ярославль,
Красильников Р. Л., доктор филологических наук, профессор, Москва,
Максимова Н. К., кандидат географических наук, Вологда

Р89 **Русский Север-2026:** проблемы изучения и сохранения историко-культурного и природного наследия : сборник работ X Всероссийской научной конференции / Тотемское музейное объединение, Вологодский государственный университет, Вологодское региональное отделение Русского географического общества ; редколлегия: А. М. Новосёлов [и др.] ; составитель и редактор О. В. Полоцкая. – Вологда : Полиграф-Периодика, 2026. – 617 с.: ил.
ISBN 978-5-91965-418-6

УДК 94(47)
ББК 63.3(2)

ISBN 978-5-91965-418-6

© МБУК «Тотемское музейное объединение», 2026
© ФГБОУ ВО «Вологодский государственный университет», 2026
© Оформление. ООО ПФ «Полиграф-Периодика», 2026

Новосёлов Алексей Михайлович,
директор МБУК «Тотемское музейное объединение»

**КОНФЕРЕНЦИЯ «РУССКИЙ СЕВЕР» –
ИМПУЛЬС РАЗВИТИЯ КРАЕВЕДЕНИЯ И ТЕРРИТОРИИ.
ОЦЕНИВАЯ ДЕСЯТИЛЕТНИЙ ОПЫТ**

Тотемской конференции «Русский Север» – десять лет! Написал эту фразу и задумался: думали ли мы, на энтузиазме, с каким-то залихватским авантюризмом создавая столь амбициозное научно-краеведческое мероприятие, что спустя 10 лет отметим его первую «круглую дату»? Наверное, нет. Вспоминаю, как писал в предисловии к первому, буквально «на коленке» изданному сборнику о нашей мотивации: хочется, чтобы исследователи Русского Севера объединялись, чтобы они писали о малоизученном в сравнении с некоторыми другими северными территориями Тотемском регионе, чтобы существовала ежегодная площадка, на которой всем комфортно, интересно, весело (это немаловажно!), где представители разных направлений деятельности знакомятся и планируют совместные «кросс-культурные» и «кросс-научные» проекты, многие из которых так или иначе связаны с Тотьмой.

Удалось ли осуществить идеи объединения, синергии и повышения интереса к Тотемской земле? Я думаю, безусловно да! Об этом говорят цифры девятилетней истории конференции: издано 9 научных сборников трудов «Русский Север», опубликовано более 450 докладов, из них более 300 – на темы, так или иначе связанные с Тотьмой; в мероприятиях приняли участие более 1000 человек. Можно было бы ещё измерить килограммы съеденных пирогов, пряников и печенья на кофе-брейках, количество творческих идей, зародившихся в бане гостевого комплекса «На берегу Сухоны» и на «Рубцовских кострах» в зимних лесах – но оставим эти темы для культурной программы, тем более, что она на юбилейной конференции ожидается плотная.

Самый главный эффект был достигнут: наши знания об истории Тотемской земликратно увеличились, и каждая конференция этому так или иначе способствовала. После публикации докладов полученная информация анализировалась, изучалась, дорабатывалась – и открывались новые экспозиции, строились выставки, писались книги. Особенно чётко виден эффект по трём направлениям работы, которые достаточно давно считались для Тотьмы «брендовыми», но при этом – малоизученными. Эти направления

14. Сельский туризм в Кенозерье // Кенозерский национальный парк. [Электронный ресурс] – URL: <http://kenozero.ru/mestnym-zhitelyam/mestnym-zhitelyam/vozmozhnosti-dlya-razvitiya/selskiy-turizm-v-kenozere/> (Дата обращения: 31.12.2026).

15. Testament of Kenozero Lake (Russian Federation) No 1688 [Электронный ресурс] // UNESCO World Heritage Centre. [сайт] – URL: <https://whc.unesco.org/document/208469> (Дата обращения: 31.12.2025).

Шилова Кристина Владимировна,

студентка 5 курса Санкт-Петербургского Политехнического Университета Петра Великого (специальность «Реклама и связи с общественностью»), руководитель отдела маркетинга Анненкирхе, г. Санкт-Петербург

«СОХРАНЕНИЕ БЕЛОЙ КИРХИ»: PR-СОПРОВОЖДЕНИЕ ФАНДРАЙЗИНГОВОЙ КАМПАНИИ ПО ПОДГОТОВКЕ ПРОЕКТА КОНСЕРВАЦИИ СТАРЕЙШЕГО ЛЮТЕРАНСКОГО ХРАМА ЛЕНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ

Белая кирха (деревня Молосковицы, Волосовский район) – старейший лютеранский храм Ленинградской области, построенный в 1632 году. Храм имеет статус объекта культурного наследия регионального значения, однако сегодня представляет собой живописные, но стремительно разрушающиеся руины, находящиеся под угрозой утраты. Первым шагом к сохранению памятника стала разработка проекта консервации (проектно-сметной документации) стоимостью 955 000 рублей, для финансирования которой была организована специальная фандрайзинговая кампания. Кампания реализована в период с июня по октябрь 2025 года.



*Белая кирха в Молосковицах:
руинированное здание храма*

Основной PR-вызов проекта заключался в том, что сбор средств требовался на «невидимый» этап – создание документации, который не даёт немедленного визуального результата, воспринимается как технический, малоэмоциональный процесс и обычно не вызывает широкой общественной поддержки. Дополнительным препятствием могло стать восприятие инициативы как сугубо церковной и, соответственно, не интересной широкой светской аудитории. Кроме того, у организаторов не было бюджета на продвижение проекта.

Цели и целевые аудитории проекта

PR-цель кампании состояла в формировании устойчивого общественного понимания ценности Белой кирхи как уникального памятника истории и культуры и на этой основе – обеспечении репутационной и информационной поддержки фандрайзинговой кампании по первому этапу сохранения памятника. Для достижения этой цели были поставлены следующие задачи:

- привлечь внимание широкой аудитории к проблеме утраты исторического лютеранского храма;
- сформировать восприятие проекта как общественно значимой, а не узкоконфессиональной инициативы;
- выстроить доверие к проекту и его команде как к профессиональному и управляемому процессу;
- мотивировать частных и институциональных благотворителей к участию в проекте;
- объяснить роль проектной документации как обязательного шага к сохранению памятника;
- обеспечить регулярное присутствие проекта в медиа в период фандрайзинговой кампании.

Основной целевой аудиторией кампании стала городская культурная публика Санкт-Петербурга и Ленинградской области – посетители концертов, выставок, лекций, интересующиеся архитектурой и историей и готовые к небольшим пожертвованиям. Вторичными аудиториями выступили журналисты и редакторы городских и федеральных СМИ, архитектурное и градозащитное сообщество, благотворительные фонды и крупные частные доноры, профильные органы власти и эксперты в сфере охраны наследия.

Ход реализации кампании

Основные мероприятия фандрайзинговой кампании включали следующие шаги:

- **Запуск онлайн-сбора средств на платформе фонда «Внимание».** Сбор был открыт на два наиболее затратных этапа проекта – создание архитектурно-археологических чертежей и лазерное 3D-сканирование кирхи. Коллаборация с известным фондом по сохранению исторического наследия («Внимание») позволила сразу привлечь внимание к инициативе и направить частных доноров с небольшими пожертвованиями на авторитетную и удобную платформу, что укрепило доверие аудитории к сбору.



Посетителям мероприятий в Анненкирхе предлагаются «добрые билеты» – билет + пожертвование в поддержку проекта

архитектурные излишества») в лютеранской церкви Яани Кирик в июне 2025 года, **гаражная распродажа** в пространстве «Брусницын» в июле и **благотворительный аукцион** ювелирного бренда *Kate Snap*. Все вырученные средства направлялись на проект сохранения Белой кирхи. Указанные мероприятия широко освещались в медиа и на ресурсах партнёров, становясь дополнительными инфоповодами в рамках кампании.

- **Продажа «добрых билетов» на культурные события.** С июня по октябрь 2025 года на концертах и выставках арт-группы «Зерно» (в основном проходивших в Анненкирхе) действовала инициатива «добрый билет»: гостям предлагалось приобрести билет всего на 100 рублей дороже обычного, и эти средства шли в пользу проекта по сохранению кирхи. За 4 месяца акцией воспользовались 4437 человек, и таким образом было дополнительно собрано 443 700 рублей.

- **Благотворительные мероприятия офлайн.** Параллельно проведён ряд специальных событий в поддержку проекта: **лекция историка Павла Гнилорыбова** (автора канала «Ар-

- **Стимулирующие акции для доноров.** Для повышения интереса к сбору средств и мотивации аудитории проводились специальные розыгрыши призов совместно с партнёрами – арт-группой «Зерно», кофейней «Манна» и магазином *Zerno Shop*. Участники, пожертвовавшие от 1000 рублей в период акции, автоматически включались в розыгрыш подарков. Такая геймификация привлекла дополнительное внимание и принесла проекту порядка 33 000 рублей пожертвований.

- **Медиа-продвижение.** PR-команда активно инициировала публикации о проекте в городских и федеральных СМИ, профильных изданиях об архитектуре и наследии, а также в популярных социальных сетях и телеграм-каналах. В результате проект получил освещение на различных уровнях: от официальной городской прессы до интернет-СМИ и блогов. В числе ресурсов, поддержавших кампанию, были, например, «Петербургский дневник», *Фонтанка.ру*, *Собака.ру*, «Коммерсантъ», «Комсомольская правда», архитектурный портал *Archiru*, региональное агентство *47News*, телеканал «Россия», а также профильные телеграм-каналы и блогеры – «Архитектурные излишества», *ReuseArch*, «В лесах» и другие.

- **Информационное сопровождение аудитории.** На протяжении всех четырёх месяцев велась активная разъяснительная работа: в Анненкирхе и на площадках партнёров размещались афиши и флаеры с информацией о проекте; регулярно публиковались новости и отчёты о ходе кампании в социальных сетях, на сайте фонда «Внимание», а также рассылались email-новости для аудитории Анненкирхе. Такой постоянный поток контента позволял удерживать интерес публики и демонстрировать прозрачность процессов.

По завершении кампании её итоги были официально подведены – организаторы публично объявили о достигнутых результа-



Афиша гаражной распродажи, июль 2025 г. – одно из офлайн-мероприятий в поддержку сохранения Белой кирхи

тах сбора средств и поблагодарили всех участников, тем самым закрепив успех информационно.

Результаты кампании

Количественные показатели:

- За 4 месяца собрано 955 000 рублей – полная необходимая сумма на разработку проектной документации;
- Прямые расходы на PR-кампанию оказались минимальными (практически нулевыми): благодаря привлечению большого числа партнёров и волонтеров бюджет продвижения не потребовался, а накладные траты (проезд команды к объекту для съёмок и встреч, печать афиш, мелкие расходы на организацию событий) составили около 30 000 рублей;
- Около 5 000 человек внесли финансовый вклад в проект;
- Суммарный медиа-охват превысил 20 млн человек (оценка потенциального охвата по данным открытых источников сервиса «Медиалогия»), проект освещали федеральные, региональные и специализированные СМИ.

Качественные эффекты:

- Сформировано устойчивое общественное понимание ценности Белой кирхи как памятника истории и культуры;
- Повышено доверие к проекту и его команде со стороны благотворителей и партнёров;
- Проект получил профессиональное признание в сфере сохранения наследия (его опыт представлен на профильных конференциях, выдвинут на отраслевые премии);
- Создана прочная коммуникационная и репутационная база для следующего этапа инициативы – привлечения институциональной поддержки и непосредственного проведения работ по консервации;
- Разработанная модель и отдельные инструменты кампании могут быть применены в других проектах в области сохранения культурного наследия.

Значимость кейса и возможности тиражирования

Проект по сохранению Белой кирхи стал показательным примером того, как коммуникации и PR-инструменты могут стать ключевым фактором успеха в деле сохранения наследия. Благодаря грамотно выстроенному PR-сопровождению удалось не только собрать почти 1 млн рублей без какого-либо рекламного бюджета,

но и сформировать вокруг заброшенного памятника устойчивый общественный интерес и позитивную информационную повестку. Кампания наглядно продемонстрировала, что профессиональный PR способен превращать руинированный объект в ценность для широкой аудитории, вовлекать культурные институции, медиа и частных благотворителей.

Важно подчеркнуть, что многие инструменты и подходы, использованные в данном кейсе, универсальны и могут быть применимы в других проектах по сохранению памятников. Этот опыт показывает эффективность низкобюджетной, но креативной коммуникационной кампании, основанной на сотрудничестве с культурными площадками и фондами, работе с локальным сообществом и СМИ, прозрачности и общественном вовлечении. Проект служит вдохновляющим примером для инициатив, направленных на спасение исторических объектов: при правильной подаче даже сбор средств на технически сложный и невидимый этап может получить широкий отклик и поддержку общества. Таким образом, данный кейс обладает высокой ценностью для тиражирования – его модель может быть адаптирована и использована командами других проектов по сохранению культурного наследия.



Визуализация проекта по консервации Белой кирхи

Метляхина Ирина Александровна, студентка II курса бакалавриата ФГБОУ ВО «Вологодский государственный университет» Научный руководитель: Якушева Людмила Алентиновна, кандидат культурологии, доцент кафедры теории, истории культуры и этнологии ФГБОУ ВО «Вологодский государственный университет», г. Вологда	442
БЕРЕСТЯНЫЕ ГРАМОТЫ В ВОЛОГДЕ: НАХОДКА, ФАКТ И ВЫСТАВКА	442
Жбанкова Елена Васильевна, доктор исторических наук, профессор МГУ имени М.В. Ломоносова, г. Москва	448
РОССИЙСКИЙ СЕВЕР В ИЗОБРАЖЕНИИ РУССКИХ И СОВЕТСКИХ ХУДОЖНИКОВ	448
Алексеева Ольга Викторовна, кандидат искусствоведения, ведущий научный сотрудник отдела народного искусства ФГБУК «Государственный Русский музей», г. Санкт-Петербург	453
ПАННО «В ЛАГЕРЕ ПАПАНИНА» – УНИКАЛЬНЫЙ ПАМЯТНИК «КРЕСТЕЦКОЙ СТРОЧКИ» В СОБРАНИИ РУССКОГО МУЗЕЯ	453
Гордеева Татьяна Александровна, научный сотрудник МУК «Музейно-выставочный комплекс» г.о. Люберцы, Московская область; Липилина (Вьюева) Инна Александровна, скульптор, г. Москва	460
СКУЛЬПТОР ИЛЬЯ ВЬЮЕВ. ГРАНИ ТВОРЧЕСТВА	460
Бешкарев Алексей Александрович, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры журналистики и общественных коммуникаций Сыктывкарского государственного университета имени Питирима Сорокина; Пыстина Ольга Владимировна, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры журналистики и общественных коммуникаций Сыктывкарского государственного университета имени Питирима Сорокина, г. Сыктывкар	471
БИЛИНГВАЛЬНЫЙ РЕГИОНАЛЬНЫЙ ЖУРНАЛ «АРТ» КАК ПЛОЩАДКА МЕЖЭТНИЧЕСКОГО ДИАЛОГА	471
Раздел VI	
КУЛЬТУРНОЕ НАСЛЕДИЕ КАК РЕСУРС РАЗВИТИЯ ТЕРРИТОРИИ РУССКОГО СЕВЕРА	480
Кулешова Марина Евгеньевна, кандидат географических наук, вице-президент Научного комитета по культурным ландшафтам при Национальном комитете ИКОМОС (Россия), г. Москва	480
ФОРМИРОВАНИЕ МУЗЕЙНЫХ ЛАНДШАФТОВ В СИСТЕМЕ РОССИЙСКОГО И МИРОВОГО НАСЛЕДИЯ	480
Новосёлов Алексей Михайлович, директор МБУК «Тотемское музейное объединение», аспирант факультета социальных наук ФГБОУ «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского», г. Тотьма – г. Нижний Новгород	487
К ВОПРОСУ О МУЗЕЙНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КАК СОЦИОКУЛЬТУРНОМ ФАКТОРЕ РАЗВИТИЯ МАЛЫХ ТЕРРИТОРИЙ: ПОСТАНОВКА И РАЗРАБОТАННОСТЬ ПРОБЛЕМЫ	487

Яновский Александр Александрович, эксперт Ассоциации самых красивых деревень и городов России, студент магистратуры ФГРР НИУ ВШЭ, специалист по территориальному развитию, г. Москва	497
ПРАКТИКИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ МАЛЫХ ТЕРРИТОРИЙ НА РУССКОМ СЕВЕРЕ	497
Шилова Кристина Владимировна, студентка 5 курса Санкт-Петербургского Политехнического Университета Петра Великого (специальность «Реклама и связи с общественностью»), руководитель отдела маркетинга Анненкирхе, г. Санкт-Петербург	508
«СОХРАНЕНИЕ БЕЛОЙ КИРХИ»: PR-СОПРОВОЖДЕНИЕ ФАНДРАЙЗИНГОВОЙ КАМПАНИИ ПО ПОДГОТОВКЕ ПРОЕКТА КОНСЕРВАЦИИ СТАРЕЙШЕГО ЛЮТЕРАНСКОГО ХРАМА ЛЕНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ	508
Пухначева Екатерина Юрьевна, кандидат искусствоведения, доцент, заведующий кафедрой музейного дела Московского государственного института культуры, г. Химки, Московская область	514
АРХЕОЛОГИЧЕСКИЙ ПАРК КАК ПЛОЩАДКА ДЛЯ ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ БУДУЩИХ СПЕЦИАЛИСТОВ ПО ОХРАНЕ КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ	514
Перова Екатерина Юрьевна, кандидат культурологии, доцент ФГБОУ ВО «Московский государственный лингвистический университет», г. Москва	521
ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ОХРАНЫ КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ РУССКОГО СЕВЕРА (НА МАТЕРИАЛЕ ПОВАЖЬЯ)	521
Обидина Юлия Сергеевна, доктор философских наук, профессор кафедры социально-политических коммуникаций Института международных отношений и мировой истории ФГБОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского»;	526
Петрова Ирина Эдуардовна, доктор социологических наук, доцент, заведующая кафедрой отраслевой и прикладной социологии факультета социальных наук ФГБОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского», г. Нижний Новгород	526
ЛИЧНАЯ АФФЕКТИВНОСТЬ В ДЕЛЕ СОХРАНЕНИЯ ОБЪЕКТОВ КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ: ОПЫТ ГЛУБИННОГО ИНТЕРВЬЮ	526
Раздел VII	
ГЕОГРАФИЯ РУССКОГО СЕВЕРА И ЕСТЕСТВЕННО-НАУЧНОЕ КРАЕВЕДЕНИЕ	533
Гришина Светлана Викторовна, контент-менеджер Благотворительного фонда «Центр возрождения культурного наследия «Крохино», г. Вологда;	