УДК 316.4.06
DOI 10.24411/2409-3203-2019-12109

КОНТУРЫ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ САМОБЫТНОСТИ ЖИТЕЛЕЙ КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ

Калашников Константин Николаевич
к.э.н., старший научный сотрудник
ФГБУН Вологодский научный центр Российской академии наук
Россия, г. Вологда
Будилов Александр Павлович
аспирант
ФГБУН Вологодский научный центр Российской академии наук
Россия, г. Вологда

Аннотация: статья актуализирует проблему спецификации социокультурной идентичности жителей Калининградской области. Это единственный регион России, который является эксклавом. Авторы статьи опираются на гипотезу, согласно которой территориальная изолированность, особенности демографической ситуации и необычный исторический опыт Калининградской области накладывают отпечаток на мировосприятие её жителей. Авторы выявляют отличия в общих контурах социокультурной идентичности калининградцев в сравнении с другими регионами Северо-Запада России. В качестве инструмента исследования используется социологический опрос населения. Результаты исследования позволяют говорить о ряде существенных отличий в социокультурном портрете калининградцев. Они выражаются в большей, чем в других регионах, привязанности к месту проживания, высокой оценке качеств культуры и городской среды, уверенности в будущем и удовлетворённости текущей жизнью.

Ключевые слова: социокультурная идентичность; эксклав; Калининградская область; Северо-Западный федеральный округ РФ; социологический опрос.

THE CONTOURS OF SOCIO-CULTURAL IDENTITY OF RESIDENTS IN THE KALININGRAD REGION

Konstantin Nikolaevich Kalashnikov
Ph.D. in Economics, senior researcher
Vologda Research Center of the Russian Academy of Sciences
Russian Federation, Vologda
Budilov Alexander Pavlovich
Postgraduate
Vologda Research Center of the Russian Academy of Sciences
Russian Federation, Vologda

Abstract: the article actualizes the problem of specification of socio-cultural identity of residents of the Kaliningrad region. This is the only region of Russia that is an exclave. The authors of the article rely on the hypothesis that the territorial isolation, the peculiarities of the demographic situation and the unusual historical experience of the Kaliningrad region affect the perception of its inhabitants. The authors identify differences in the General contours of the socio-cultural identity of Kaliningrad residents in comparison with other regions of the North-West of Russia. A sociological survey of the population is used as a research tool. The results of the study suggest a number of significant differences in the socio-cultural portrait of Kaliningrad residents. They are expressed in greater than in other regions, attachment to the place of residence, high

assessment of the qualities of culture and urban environment, confidence in the future and satisfaction with current life.

Key words: socio-cultural identity; exclave; Kaliningrad region; North-Western Federal district of the Russian Federation; sociological survey.

Введение

Написание этой статьи стимулировало недавнее подробное исследование миграционных процессов, проведённое российскими экономистами Абылкаликовым С. И. И Сазиным В. С., в котором прозвучали неоднозначные оценки ситуации в Калининградской области. С одной стороны, авторы отмечают крепнущую «оседлость» населения региона, который, напомним, является эксклавом [1]. Это происходит в силу естественной элиминации поколений, рожденных преимущественно в других регионах и странах (новые переселения, как правило, переносятся легче, когда уже есть опыт миграции). С другой стороны, эксклавное положение региона и усиление веса и роли собственных уроженцев в населении предвещают изменение контуров региональной идентичности. Логично предположить, что для новых поколений жителей Калининградской области будут свойственны чувство оторванности от остальной страны или, если рассматривать неблагоприятный с позиций единства страны сценарий, даже самодостаточности, что повысит риски суверенизации в этом важном регионе [2; 4]. Это актуализирует исследования социокультурной идентичности жителей Калининградской области, выявление признаков, сигнализирующих о разрыве общности или хотя бы появлением различий в мироощущении между «большой страной» и «островным регионом».

Надо сказать, что тема эксклавности сама по себе и её влияние на различные аспекты экономической, политической и общественной жизни Калининградской области весьма популярна в научной среде, причём как среди эконом-географов, так и культурологов [9]. Вопросы социально-экономического, демографического и культурного развития Калининградской области в контексте проблем эксклавности особенно широко обсуждаются на страницах авторитетного издания «Балтийский регион» [5; 6]. Ряд авторов прямо ставили вопрос и о социокультурной специфике жителей Калининградской области, однако редко добивались интересных результатов. Например, Шахов В.А. в статье с многообещающим названием «Калининградский эксклав: социокультурная парадигма "русского острова" Юго-Восточной Балтии» ограничился лишь общими и чаще всего умозрительными рассуждениями, изначально сориентированными на один аспект – необходимость следования религиозным принципам всех конфессий для развития региона [8].

Подлинный интерес в рамках обсуждения социокультурной идентичности жителей Калининградской области представляют мысли, высказанные известным российским культурологом И.Д. Чечотом в видео-интервью ресурсу «Открытый университет». Во-первых, он называет Калининградскую область пространством межтерриториальности, где, кажется, не действуют ни российские, ни европейские правила и законы [7]. Во-вторых, веяния европейской, в частности немецкой протестантской культуры [11], для которых характерны такие ценности, как рациональность, экономность, скромность, пронеслись мимо культуры жителей региона, практически никак не повлияв на их образ мышления и жизни. Что и отложилось в социокультурном багаже калининградцев в результате тесного контакта с западной цивилизацией, так это «инстинкт собственника» («моя калитка», «моя дорожка к морю») и бидермейеровский быт (скромная, но уютная и комфортная домашняя обстановка). Однако необычность самих жителей региона, их самобытность, в сравнении с жителями «материковой» России, по мнению культуролога, невозможно отрицать.

В данной статье мы, опираясь на данные социологического опроса населения Северо-Западного федерального округа, в том числе Калининградской области, оценим

силу тенденций социокультурной особости, «суверенизации» региона, постараемся выявить социокультурные особенности Калининградской области в условиях её территориальной изолированности от России.

Материалы и методы

В качестве информационной базы исследования привлечены данные социологического опроса населения регионов Северо-Западного федерального округа, проведённые ФГБУН ВолНЦ РАН в 2017 году. Социологический опрос затрагивал различные аспекты социокультурного развития, качества социальной среды регионов и параметров качества трудовой жизни. Характеристика опроса: опрошено 3108 человек в регионах СЗФО, в Калининградской области – 400. Репрезентативность выборки обеспечивалась соблюдением квотных параметров выборки, учитывающих половозрастную структуру населения и характер расселения.

Результаты исследования

Носителями социокультурной идентичности являются жители территории и их общности, поэтому следует остановиться на главных параметрах текущей ситуации в сфере демографического развития. Калининградская область является одним из ключевых регионов Северо-западного федерального округа. Она занимает пятое место по численности населения, десятое место по площади и относится к регионам, в которых наблюдается рост населения. Численность населения по оптимистичному прогнозу Калининградстата, с 2019 по 2036 гг. может увеличиться на 210595 человек (21% от всего населения на 2019 год). Однако ключевым компонентом абсолютного прироста численности населения является миграционный прирост, тогда как естественный прирост в регионе не обеспечивает необходимых параметров воспроизводства. Хотя в течение десятилетия с 2006 г. по 2016 гг. отмечалась ежегодная тенденция к улучшению, что почти привело к его выходу на положительные значения, с 2017 г. ситуация вновь резко ухудшилась. Миграционный поток Калининградской области состоит из трех составляющих: миграции с другими регионами России, миграции со странами СНГ и странами дальнего зарубежья. Структура миграционных потоков главным образом представлена внутрироссийскими и внутрирегиональными перемещениями: в 2008 г. доля внутренней миграции по прибывшим составляла 74,5% (в 2016г. – 82,6%), по выбывшим 95,8% (в 2016г. – 87,5%). В международной миграции отмечается преобладание миграционного обмена со странами СНГ и Балтии над странами дальнего зарубежья, причем обмен со странами СНГ и Балтии был всегда положительным. Вместе с этим происходит небольшой отток населения в ближайшие европейские страны: Германию, Польшу, страны Балтии и Северной Европы.

В базовых социально-культурных аспектах жизни населения Калининградская область демонстрирует лучшие, чем регионы «материковой» России, позиции. Так, значения индексов уверенности в будущем и удовлетворённости жизнью в Калининградской области заметно выше, чем в других регионах СЗФО и в целом по округу (рис. 1). Индекс отражает, насколько позитивные оценки преобладают над негативными. Формула расчёта проста: из значения удельного веса положительных ответов вычитается доля отрицательных ответов, к полученной разности прибавляется 100 во избежание отрицательных итоговых значений показателя.

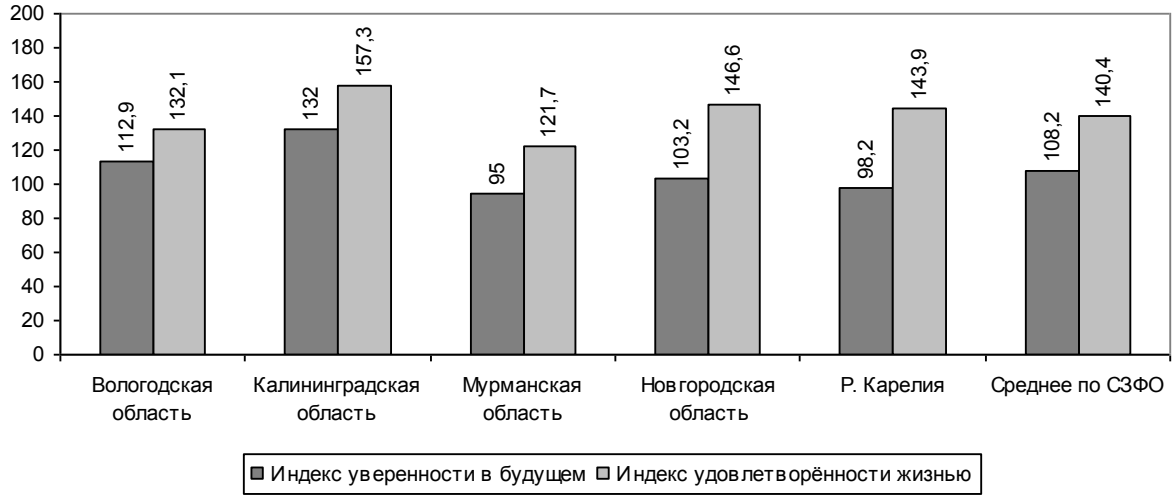

Рис. 1 – Индексы уверенности граждан в будущем и удовлетворённости жизнью в регионах СЗФО

Представляет интерес отношение жителей Калининградской области к своему родному региону. И здесь мы обратимся к мнениям жителей. Бросается в глаза преобладание в структуре оценок положительного отношения к месту проживания (табл. 1). Среди жителей Калининградской области она достигает 81%, что существенно больше, чем в других регионах в рамках СЗФО. Лишь 14% калининградцев не испытывают (по крайней мере, такую позицию они выражают при опросе) позитивных чувства к своему родному краю. Для сравнения, в Вологодской области эта цифра достигает трети (для точности – 29,7%), в Мурманской – 38%, в Карелии – 26%. Ближе всего к Калининградской области по умеренным негативным настроениям жителей к региону проживания оказалась Новгородская область, где 16% респондентов высказались об отсутствии особых сантиментов к родной земле.

Табл. 1 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Какие чувства Вы испытываете по отношению к региону проживания?»

Варианты ответа	Вологодская область	Калининградская область	Мурманская область	Новгородская область	Р. Карелия	Среднее по СЗФО
Я рад, что живу здесь	24,4	44,3	17	34,1	31,1	30,2
В целом я доволен, но многое не устраивает	36,8	37	34,7	45,6	38,6	38,5
Сумма положительных ответов	**61,2**	**81,3**	**51,7**	**79,7**	**69,7**	**68,7**
Не испытываю особых чувств по этому поводу	16,7	8,8	11,7	6,9	10,3	10,9
Мне не нравится жить здесь, но привык и не собираюсь уезжать	6,9	3,5	9,7	6,6	8,5	7
Хотел бы уехать в другой регион России	6,1	2	16,5	2,7	6,8	6,8
Сумма отрицательных ответов	**29,7**	**14,3**	**37,9**	**16,2**	**25,6**	**24,7**
Хотел бы вообще уехать из России	3,1	0,5	7,7	2,5	3,8	3,5
Затрудняюсь ответить	6,1	4	2,7	1,7	1	3,1

Источник: по данным социологического опроса «Социокультурная модернизация-2017. СЗФО»

Оценки отдельных составляющих социально-бытовой и культурной среди со стороны респондентов-калининградцев весьма различаются (рис. 2). Если уровень культуры и эстетику городской среды в регионе проживания они оценивают выше, чем жители других регионов, то в сфере организации и качества услуг жилищно-коммунального хозяйства оценки куда более скромны. Ниже, чем в Калининградской области (индекс –

119,5), оценивают качество ЖКХ только жители Республики Карелия (114) и Мурманской области (99).

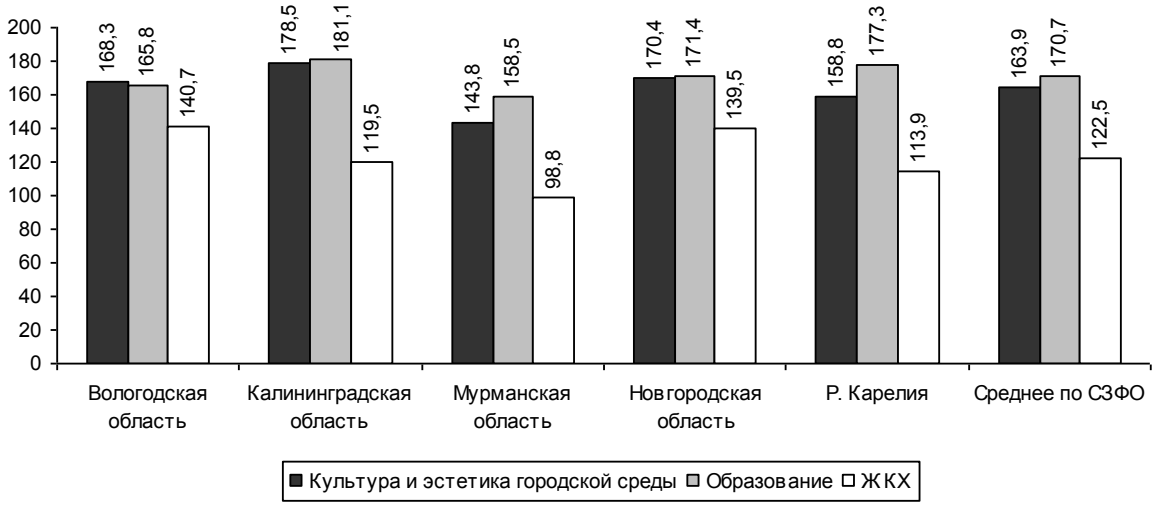

Рис. 2 – Оценка респондентами качества образования, культуры и эстетики городской среды в регионах проживания (СЗФО)

Источник: по данным социологического опроса «Социокультурная модернизация-2017. СЗФО»

Однако эти оценки чрезвычайно абстрактны, хотя и, бесспорно, любопытны. Важнее понять, насколько жители Калининградской области готовы к переменам, в том числе связанным с переездом и сменой места работы. Подобные детали уже предметно отражают мотивы, намерения и установки людей. Для решения этой задачи обратимся к результатам социологического опроса населения. Жители Калининградской области несколько меньше (удельный вес ответов – 20%), чем их «соседи по округу» (в среднем по СЗФО – почти четверть респондентов), склонны думать о переезде в другие регионы страны даже при условии обеспечения лучших условий труда в новом месте проживания. Решительно отвергают возможность переезда почти 66% респондентов в Калининградской области, что в той или иной степени превышает значения по другим субъектам СЗФО (рис. 3).

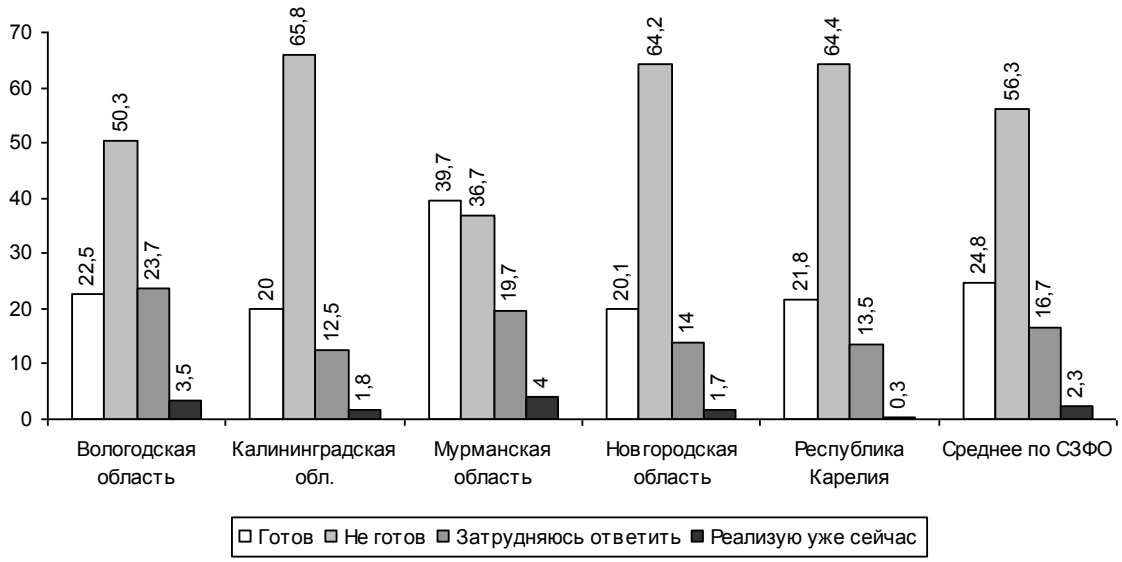

Рис. 3 – Распределение ответов респондентов «Насколько Вы готовы переехать в другой населенный пункт страны с более привлекательными условиями труда?»

Источник: по данным социологического опроса «Социокультурная модернизация-2017. СЗФО»

Среди ограничений подобных методологических подходов и методических структур главным является субъективизм оценок. Респонденты могут по-разному понимать одни и

те же ценности, явления, насыщают их разными интуициями, что существенно ограничивает возможности точной интерпретации итогов опроса. Например, то, что жители выражают любовь к своему региону, вовсе не означает, что они прониклись его культурой и историей. Вероятно, им могут быть по вкусу местные пейзажи, магазины, кафе. Не случайно в одном из недавно опубликованных в популярном интернет-сообществе г. Калининграда видео-интервью с прохожими видно, что горожане уже не помнят знаковую для них историческую дату – 17 октября 1945 года, когда Кёнигсберг был включён в состав СССР, после чего в июне 1946 года город получил название – Калининград.

Однако, на наш взгляд, специфика Калининградской области в части социокультурных установок жителей настолько выпукла, что обнаруживается даже такими неделикатными инструментами, как формализованный опрос. И здесь можно возразить, что люди редко адекватно оценивают собственные возможности, особенно ставя отметки в графах анкеты. Действительно, влияние эффекта Ла-Пьера [10] на правдивость итогов социологических опросов нельзя игнорировать, между мотивами и установками, с одной стороны, и реальными действиями, с другой стороны, нередко лежит пропасть, однако миграционные установки подтверждаются и фактическими данными по миграционным процессам в регионе.

Заключение

Таким образом, результаты исследования позволяют говорить о ряде существенных отличий в социокультурном портрете жителей Калининградской области. Они выражаются в большей, чем в других регионах северо-запада РФ, привязанности к месту проживания, высокой оценке качеств культуры и городской среды, уверенности в будущем и удовлетворённости жизнью. Территориальная изолированность от «большой земли», сложившаяся демографическая ситуация и уникальный исторический багаж Калининградской области не могли не повлиять на мировосприятие жителей, однако степень этого влияния ещё должна стать предметом научных изысканий гуманитарных наук.

Литература:

1. Абылкаликов С. И., Сазин В. С. Основные итоги миграционных процессов в Калининградской области по данным переписей и микропереписей 1989-2015 гг. // Балтийский регион. 2019. Т. 11. № 2. С. 32-50.

2. Абылкаликов С. И. Типологический анализ регионов России по миграционным характеристикам // Региональная экономика: теория и практика. 2015. Т. 22. № 397. С. 21-30.

3. Будилов А.П. Внутрироссийская миграция: дифференциация регионов и ее факторы // Проблемы развития территории. 2019. № 3 (101). С. 97–106. DOI: 10.15838/ptd.2019.3.101.6

4. Калининград отдаляется. Как демографические тренды усиливают изолированность эксклава / Научно-образовательный портал IQ. URL: https://iq.hse.ru/news/306915233.html

5. Михайлова А.А. Поиск инновационной траектории развития Калининградской области // Балтийский регион. 2019. Т. 11, № 3. С. 92—106. doi: 10.5922/2079-8555-2019-3-5

6. Себенцов А. Б., Зотова М. В. Калининградская область: вызовы эксклавности и пути её возможной компенсации // Балтийский регион. 2018. Т. 10, № 1. С. 89—106. doi: 10.5922/2074-9848-2018-1-6.

7. Чечот И.Д. (2019) «Калининград – это пространство межтерриториальности». Иван Чечот [видеозапись интервью И. Чечота] // YouTube. 20 октября (https://www.youtube.com/watch?v=5mg-F75jkFA)

8. Шахов В.А. Калининградский эксклав: социокультурная парадигма «русского острова» Юго-Восточной Балтии // Culture and Civilization. 2017, Vol. 7, Is. 4A. URL:

http://publishing-vak.ru/file/archive-culture-2017-4/68-shakhov.pdf
9. Шишкина Е.А. Калининградская область как региональная модель глобального социокультурного и социоприродного пространства // РЕГИОНОЛОГИЯ REGIONOLOGY. № 4, 2008. URL: https://regionsar.ru/ru/node/244
10. LaPierre, R. T. (1934). Atitudes and actions. Social Forces, 13, 230-237. doi:10.2307/2570339
11. Weber, M. (1930). The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism. Routledge. Taylor & Francis Group. 273 p.

УДК 81'42
DOI 10.24411/2409-3203-2019-12110

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ЛИДЕРСТВА КАК СРЕДСТВО СОЗДАНИЯ КОРПОРАТИВНОГО ИМИДЖА

Ковалькова Татьяна Владимировна
старший преподаватель кафедры романских языков
Белорусский государственный экономический университет
Республика Беларусь, г. Минск

Аннотация: В статье описывается языковая репрезентация лидерства как средство создания корпоративного имиджа. Утверждается, что лидерство, реализуемое как способность занимать ведущее положение в какой-либо сфере, является одним из ключевых источников конкурентных преимуществ организации, в связи с чем формирование образа лидера представляет собой важный элемент в структуре корпоративного имиджа. Особое внимание уделяется языковым средствам (мелиоративная лексика, усиливающие значение частицы, оценочные прилагательные, полисемия, просторечие), призванным придавать высказываниям положительную эмоциональную окрашенность и способствовать достижению отправителями поставленных коммуникативных целей. На основе анализа языкового материала выявляются основные способы, в рамках которых осуществляется формирование образа компании-лидера.

Ключевые слова: лидерство, формирование имиджа лидера, корпоративный имидж, языковая репрезентация, языковые средства.

REPRESENTATION OF LEADERSHIP AS A MEANS OF CREATING A CORPORATE IMAGE

Kovalkova Tatiana Vladimirovna
Senior Lecturer of the Department of Romance Languages
Belarusian State Economic University
Republic of Belarus, Minsk

Abstract: The article describes the language representation of leadership as a means of creating corporate image. It is argued that leadership realized as the ability to occupy a leading position in any field is one of the key sources of the organization's competitive advantage,