

Издатель

ФГБОУ «Петрозаводский государственный университет»
Российская Федерация, г. Петрозаводск, пр. Ленина, 33

Студенческий научный электронный журнал

StudArctic Forum

<http://saf.petrso.ru>

№4(12), 2018

Главный редактор

В. С. Сюнёв

Редакционный совет

С. Б. Васильев
Г. Н. Колесников
А. Н. Петров

Редакционная коллегия

М. И. Зайцева
А. Ю. Борисов
Т. А. Гаврилов
А. Ф. Кривоноженко
Е. И. Соколова
Л. А. Девятникова
Ю. В. Никонова
Е. О. Графова
А. А. Кузьменков
Р. В. Воронов
М. И. Раковская

Редакция

А. Г. Марахтанов
А. А. Чалкин
Э. М. Осипов
Е. П. Копалева

ISSN 2500-140X

Адрес редакции

185910, Республика Карелия, г. Петрозаводск, ул. Ленина, 33.

E-mail:saf@petrsu.ru

<http://saf.petrso.ru>

Политические науки и регионоведение
**Формирование региональной идентичности
Калининградской области**

**КРУГЛОВА Алиса
Андреевна**

ПетрГУ (Ленина, 33),
kruglovaalissa@gmail.com

Ключевые слова:

идентичность
регион
брендинг
региональная идентичность
политика идентичности
Калининградская область

Аннотация: В статье проанализирована политика региональной идентичности Калининградской области в период с 1990 года по 2018 год. Выявлены особенности Калининградской области, влияющие на вектор развития региональной идентичности, и механизмы, используемые местными элитами для искусственного конструирования идентичности населения области и создания уникального образа территории субъекта.

Рецензент: С. С. Рожнева

Основной текст

Политика региональной идентичности Калининградской области может быть условно поделена на три основных этапа: 1) этап 1990-х гг. 2) этап 2000-х гг. 3) современный этап – 2010-2018 гг.

Период 1990-х гг.: есть ли будущее у изолированного региона?

Калининградская область интересна для изучения широкого ряда проблематик, включая вопрос формирования идентичности населения. Много веков регион входил в состав прусских земель, пока в 1945 году не перешел под юрисдикцию Советского Союза. Среди особенностей Калининградской области не только ее географическое положение, но и путь формирования социума региона. Массовые скачкообразные притоки многонационального населения и в целом возникший разрыв преемственности истории и культуры области осложнили проведение политики идентичности на внутреннем рынке. По замечанию В. А. Ачкасова, даже «старожилы региона», то есть послевоенные первопоселенцы области, «не "укоренены" сколько-нибудь глубоко в его историю» [1], «не могут похвастаться семейным "пантеоном" на городском кладбище, дедовскими воспоминаниями "о том, как здесь было раньше"» [1].

На формирование идентичности региона перманентно влияло его географическое положение. После распада Советского Союза область оказалась

заброшена вглубь Европы и отделена от остальной части страны, что вызвало необходимость быстрого приспособления к новым условиям и грамотного подхода в построении обновленных отношений регион-центр. Особенность географического положения одновременно стала достоинством и недостатком территории.

Одна из ключевых мер в экономическом вопросе - подписанный в 1996 году Б. Н. Ельциным федеральный закон о присвоении Калининградской области статуса особой экономической зоны. Разработчиком и активным лоббистом закона стал глава администрации Калининградской области Юрий Маточкин. Целью закона было создание благоприятных условий для социально-экономического развития области с помощью установления льготного режима инвестиций и предпринимательской деятельности, а также режима свободной таможенной зоны. Экономическая обстановка поставила Калининградскую область в ситуацию зависимости от правительственного центра и ограничила самостоятельность субъекта в проведении политики региональной идентичности. В то же время правительственный центр находился в обратной зависимости от области из-за ее географического расположения и опасности роста сепаратистских настроений при излишнем давлении на регион.

Кроме того, распад Советского Союза, отделивший область от остальной части страны бывшими советскими республиками, повлиял не только на экономику региона, но и актуализировал среди регионального сообщества Калининградской области дискуссии о том «кто мы?»: «мы-калининградцы», «мы-россияне» или «мы-европейцы»? Социум пытался понять, как в условиях географической изолированности соотносится с общероссийским пространством, и какое место занимает в Европе.

Еще одним важным фактором, оказавшим влияние на политику идентичности в области, стало отсутствие единого регионального мифа. С одной стороны, в качестве базы регионального мифа и представлений о «мы-сообществе» могло выступить досоветское прошлое региона в составе земель Восточной Пруссии, что подчеркнуло бы связь Калининградской области с Европой и позволило бы создать прочный мост сотрудничества. В рамках второго подхода предлагалось исходить уже из опыта поствоенного советского периода и идеи превращения региона в главный оборонительный форпост перед лицом Европы. Наряду с этим, обе концепции представляли собой палку о двух концах, имея как благоприятные, так и неблагоприятные последствия для региона. Опора на прусские корни территории и активный диалог со странами Европы могли выйти за границы взаимовыгодных сфер сотрудничества, вызвать волну сепаратистских настроений в регионе. В то же время превращение территории в передовую защитную крепость, полностью лояльную центру, поставило бы под угрозу продуктивность отношений с европейскими соседями. Ситуация требовала решения.

Период 2000-х гг.: путь к единой идее

Начало 2000-х гг. было отмечено изменением федеральной политики России. Со вступлением в должность президента В. В. Путина, четко обозначился курс на консолидацию государства. Проведенные реформы по укреплению власти центра и снижению самостоятельности региональной власти не могли не отразиться на стратегиях политики идентичности, которые избирали региональные элиты. Но у Калининградской области оставался козырь – географическое положение, напомилавшее центру об особенностях региона. Так еще в 1999 году, находясь на посту премьер-министра, а затем в 2000 году, уже будучи президентом, Путин подписал и передал руководству Европейского Союза документ под названием «Среднесрочная стратегия РФ по отношению к Европейскому союзу до 2010 года». Акцент был сделан на том, чтобы по возможности превратить территорию в «пилотный» российский регион в сотрудничестве с Европейским Союзом в XXI веке. Созданные условия для «особой экономической зоны» и «пилотного региона» оказались не слишком эффективны экономически, однако «прочно закрепили в массовом сознании тезис об особом положении области» [2, 94].

В начале 2000-х. единое представление о будущем региона, как и единый образ «мы-сообщества» все еще отсутствовали. Сотрудничество велось в большем с другими российскими регионами, подчеркивалось то, что «Калининград был, есть и останется российской территорией». И в то же время усиливалась необходимость диалога с ЕС в связи с вхождением в союз соседей региона. Чтобы не стать «островком безнадежности» [3] после нового расширения ЕС, началась трансформация двух образов региона в единое целое.

Новый образ территории поставил вопрос о соответствующей символизации и ритуализации пространства. Одним из первых изменений подвергся список праздников региона. Среди самых массовых и зрелищных – День города Калининграда. Впервые «городские именины» отметили в 1988 году [4]. Советскому населению праздник пришелся по душе. Отсчет «возраста» города было принято вести с рождения Калининграда. Однако в 2005 году, когда возник вопрос о том, какой юбилей отмечать – 60-летие Калининграда и области или 750-летие Кёнигсберга – два основания регионального мифа оказались соединены в идею о праздновании 750-летия Калининграда. При этом отсчет возраста города стали вести от даты основания Кёнигсберга – 1255 года. В качестве главного символа праздника выбрали Королевские ворота – одни из семи сохранившихся городских ворот довоенного Кёнигсберга. На логотипе юбилея силуэт Королевских ворот был раскрашен в цвета российского триколора, что органично вписывалось во взятый курс на новый образ Калининграда как «русского города в сердце Европы» [5, 164].

С приходом в 2005 году на пост губернатора Георгия Бооса движение к новому образу Калининградской области и новой идентичности лишь усилилось. Во-первых, произошло оформление символики региона. В 2006 году Калининградской областной

Думой были приняты герб и флаг области. Цветовое решение и элементы содержания символики были призваны подчеркнуть неразрывность настоящего и будущего территории с Россией, а также напомнить о периоде Семилетней войны, когда область входила в состав Российской Империи.

Кроме того, в 2006 году на обсуждение в Правительство Калининградской области были представлены варианты официального логотипа региона. Для развития брендинга региона Боосом были одобрены все три представленные вариации логотипа. «Ну а чем плохо? Один человек купит маечку с таким логотипом. Другой - вот с этим. Главное, чтобы Калининградская область везде звучала» [6], - прокомментировал свое решение губернатор.

Важно отметить, что выстраивание новой идентичности региона велось аккуратно. Предполагалось движение к светлому и успешному будущему области с учетом специфики ее прошлого, что требовало определенной субординации. Так произошло с идеей возвращения городу его довоенного названия для сближения с Европой. Руководство области придерживалось позиции строгой дозированности «немецкого» и «европейского» в новой идентичности региона. Г. Боос о дискуссии о переименовании города отозвался следующим образом: «я думаю, что любой город создают, формируют люди, а не названия. И потом, какие мы тут кенигсбержцы? Даже не выговоришь» [7].

В результате, политика идентичности, проводимая в Калининградской области с 2000 года по 2010 год начала работать не только внутри регионального сообщества, но и за границами субъекта. Созданная региональными элитами символическая продукция одновременно стала сбываться на двух рынках.

Период 2010-2018 гг.: регион «всесторонней уникальности»

Деятельность последних губернаторов - Н. Цуканова, Е. Зиничева и А. Алиханова - в целом оказалась направлена на развитие идеи, отвечающей одновременно интересам федерального центра страны и Европейского Союза – идеи Калининградской области как «витрины» России для стран Европы. В связи с этим власти стараются формировать в сознании населения чувство исключительности и особенности. На сайте Правительства Калининградской области особо подчеркивается всесторонняя уникальность региона. К примеру, архитектурный облик области описывается как тесное соседство сооружений различных эпох и культур, благодаря чему удается поддерживать, «культурную преемственность характерных для этого региона исторических традиций» [8], оставаясь в «контексте великой русской культуры» [8].

Слияние прусского прошлого и русского настоящего можно проследить и в наборе символов и брендов, которыми на данный момент апеллирует область на внутреннем и внешнем рынках. В последнее десятилетие за Калининградской областью закрепился статус туристически привлекательного региона с одним из

наиболее высоких темпов развития по стране. Традиционными сувенирами являются изделия из янтаря. Более спорным брендом региона стал образ самого знаменитого гражданина Кенигсберга – немецкого философа Иммануила Канта. Остров Канта и его могила входят во все путеводители по области. Имя философа носит и главный университет области. Однако мнения относительно правильности популяризации и тиражирования Канта как бренда среди населения разделились. Тем не менее, в 2013 году общаясь с калининградскими студентами, Владимир Путин отметил, что Канта стоит сделать не только символом Балтийского федерального университета, но и всей области. Кроме этого, президент предложил подготовить к изданию полное собрание сочинений философа на русском языке. Руководивший на тот момент областью губернатор Николай Цуканов инициативу президента поддержал, назвав Канта «мировым брендом», имя которого область использует не так эффективно, как могла бы. Кроме того, Цуканов пообещал более результативно «использовать ту уникальную возможность, которая есть только у Калининградской области, связанную с Иммануилом Кантом» [9].

В последние годы отклонения в сторону одного из двух «чистых» дискурсов, начатых еще в 1990-х., иногда происходят, но являются скорее исключениями. К таким исключениям можно отнести спекуляции в СМИ о «германизации» области.

Относительно сепаратизма в регионе действующий губернатор области Антон Алиханов сказал следующее: «Калининград — это, безусловно, Россия. Никакая „германизация“, „полонизация“ или „марсианизация“ тут невозможна. Здесь Россия и по духу, и по составу населения, и по исторической памяти. А по искреннему патриотизму и любви к „большой Родине“ дадим фору многим другим регионам. И нет общественного движения или даже размышлений в пользу чего-либо противоположного» [10].

Поспорить с утверждением об отсутствии линии «европейской идентичности» в представлениях о «мы-сообществе» Калининградской области все же можно. Несмотря на попытки федеральных властей обеспечить доступность транспортного коридора из Калининградской области в другие регионы России и беспоплатную выдачу загранпаспортов – жители региона все также чаще выезжают в приграничные европейские страны, чем на «материк». В разы ближе и дешевле. Даже для транзита в Россию необходимо предъявлять загранпаспорт и шенгенскую или транзитную визу (кроме авиационного и паромного сообщения). О своей стране жители области нередко говорят в третьем лице, подчеркивая свою эксклавность, – «а вот в России», «Большая Россия», «съездить на материк».

В целом топонимика области в последние десятилетия стала менее строга к немецким названиям. Использование довоенного названия Калининграда встречается часто, а за административным центром области давно закрепились разговорные сокращения «Кёниг» или просто «Кён». В геральдике области также можно найти

много сочетаний немецкого прошлого и русского настоящего. Некоторые гербы повторяют содержание гербов прусских городов, но с некоторым изменением смыслового наполнения. К примеру, граничащий с Польшей город Мамоново до 1947 года назывался Хайлигенбайль, на чьем гербе два накрест положенных топора с XIV века служили напоминанием о легенде, по которой срубленный секирой прусский вековой дуб ознаменовал переход края к христианству. На современном гербе Мамоново скрещенные топоры увековечивают память штурма Хайлигенбайля Войсками Красной Армии в 1945 году.

В 2014 году Студия Артемия Лебедева представила официальный туристический логотип Калининградской области. В логотипе спрятаны символы области: танцующие лес Куршской косы, Балтийское море, песчаные дюны и янтарь. Не менее важно, что объединяющая все символы аббревиатура Калининградской области («КÖ») выполнена в готическом стиле и является отсылкой к прусскому названию города - Königsberg.

Тем не менее, это скорее незначительные погрешности, предполагаемые активной двухуровневой игрой, во внешний уровень которой вовлечен Европейский Союз.

Заключение

При проведении политики идентичности в области в рассматриваемый период был использован широкий арсенал инструментов: создана символическая продукция, поддерживающая формируемый образ региона на внутреннем и на внешнем рынках, разработана система брендов, делающих область узнаваемой, привлекательной и конкурентоспособной. Кроме того, для сохранения сильного регионального сообщества с устойчивым представлением о том «кто мы» региональными элитами непрерывно ведется работа по отсеиванию ненужных области элементов регионального дискурса, как это происходит с темой «германизации».

Таким образом, благодаря смелой ставке на свою «особость», Калининградской области за три десятилетия удалось избавиться от образа «экономического балласта» и перейти к образу новому – образу «пилотного региона», «региона сотрудничества», «витрины русской культуры для стран Европы».

Список литературы

1. Ачкасов, В. А. Региональная идентичность в российском политическом пространстве: «калининградский казус» [Электронный ресурс] / В. А. Ачкасов. — Электрон. ст. — [Санкт-Петербург]. — URL : <http://www.politex.info/content/view/90/30/>, свободный. — Аналог печат. изд. (Политекс. — 2005. — № 1). — (30.04.2018).

2. Гаврилина, Л. М. «Калининградский текст» как репрезентация региональной идентичности [Текст] / Л. М. Гаврилина // Лабиринт. Журнал социально - гуманитарных исследований. - 2013. - №5. – С. 88-99.

3. Владимир Егоров заявляет, что Калининградская область не должна стать "островком безнадежности" в результате расширения ЕС [Электронный ресурс] – Электрон. ст. – [Россия], 2002. – URL : <https://ria.ru/politics/20020207/68105.html>. свободный. - (30.04.2018).

4. Приключения дня рождения [Электронный ресурс] – Электрон. ст. – Калининград, 2016. – URL : http://www.kaliningradka.ru/site_pc/cherez/index.php?ELEMENT_ID=85429, свободный. – (30.04.2018).

5. Ноженко, М. Северо-Запад России: регион или регионы? / М. Ноженко, Е. Белокурова. — Санкт-Петербург : НОРМА, 2010. — 164 с.

6. Калининградская область получила сразу три официальных логотипа [Электронный ресурс] – Электрон. ст. – [Россия], 2009. – URL : <https://lenta.ru/news/2006/06/08/logo/>, свободный. – (30.04.2018).

7. Георгий Боос не видит себя кеннигсбержцем [Электронный ресурс] – Электрон. ст. – [Россия], 2009. – URL : <https://www.newkaliningrad.ru/news/politics/272985-.html>, свободный. - (30.04.2018).

8. История [Электронный ресурс] – Электрон. ст. – Калининград, 2012. – URL : <https://gov39.ru/region/history.php>, свободный. - (30.04.2018).

9. Губернатор Цуканов: «Кант — это мировой бренд» [Электронный ресурс] – Электрон. ст. – Калининград, 2013. – URL : <https://www.newkaliningrad.ru/news/community/1901176-gubernator-tsukanov-kant-eto-mirovoy-brend.html>, свободный. - (30.04.2018).

10. Алиханов: в Калининградской области нет ни «германизации», ни «марсианизации» [Электронный ресурс] – Электрон. ст. – Калининград, 2017. – URL : <https://www.newkaliningrad.ru/news/briefs/politics/13149990-alikhanov-v-kaliningradskoy-oblasti-net-ni-germanizatsii-ni-marsianizatsii.html>, свободный. - (30.04.2018).

Political science and regional studies

Formation of regional identity of the Kaliningrad region

**KRUGLOVA Alisa
Andreevna**

PetrSU (Lenina, 33),
kruglovaalissa@gmail.com

Ключевые слова:

identity
region
branding
regional identity
identity politics
Kaliningrad region

Аннотация: The article analyzes the regional identity policy of the Kaliningrad region in the period from 1990 to 2018. The peculiarities of the Kaliningrad region, affecting the vector of development of regional identity, and the mechanisms used by local elites for the artificial construction of regional identity and the creation of a unique image of the territory are revealed.