

Е.В. Николаева

Московский государственный университет дизайна и технологии
Москва. Россия

Проблема культурного имиджа приграничного российского региона (на примере Калининграда)

Основное внимание в исследованиях по созданию региональных брендов обычно уделяется маркетинговой составляющей. Однако в случае приграничных территорий остро встают вопросы, связанные с размыванием общегосударственной символической идентичности региона. В статье рассматривается проблема амбивалентности существующего культурного имиджа российского эксклава – Калининградской области и города Калининграда. Анализируется роль проксемических средств в актуализации семиосферы российской культуры и предлагаются варианты формирования имиджа Калининграда в контексте социокультурной интеграции региона в единое культурное пространство России, в т.ч. в технократическо-фьючерсной модальности.

Ключевые слова и словосочетания: имидж территории, культурный имидж, культурная среда, семиосфера российской культуры, символическая идентичность, Калининград, приграничный регион.

E.V. Nikolaeva

Moscow State University of Design and Technology
Moscow. Russia

The Problem of Cultural Image of a Frontier Russian Region (Kaliningrad Case Study)

Investigations on formation of regional brands are usually concentrated on marketing aspects. However in case of frontier territories the issues of dilution of common national symbolic identity of the region become crucial. The article considers the problem of ambivalence of the existing cultural image of the Russian exclave – the Kaliningrad city and the Kaliningrad Region. The study analyzes the role of proxemic means in actualization of the Russian culture semiosphere and suggests some variants of forming Kaliningrad's image in the context of socio-cultural integration of the region into common cultural space of Russia, including technocratic-futuristic modality.

Keywords: territory image, cultural image, cultural environment, semiosphere of Russian culture, symbolic identity, Kaliningrad, frontier region.

Культурный имидж территории и транснационализация культурного пространства

Основное внимание в исследованиях по созданию культурного имиджа территории принято уделять маркетинговой составляющей [2, 3]. При этом нередко

Николаева Елена Валентиновна – канд. культурологии, доцент Института социальной инженерии; e-mail: elena_nika@bk.ru.

«за скобками» остаются символические коннотации, порождаемые семантикой конструируемых региональных брендов. В случае приграничных территорий при формировании их культурного имиджа остро встают вопросы, связанные с размыванием общегосударственной символической идентичности региона. Действительно, глобальная интерференция и ассимиляция инокультурных образцов в современном мире, тенденции «мультикультуральности» [9. С. 23] и «транснационализации культурного пространства» [1. С. 52] порождают все новые модели самореализации локальных культур и регионов. Эти модели транслируются и опредмечиваются в семиосфере культуры, кардинально трансформируя и переозначивая все элементы и аспекты культурной среды. Основными «центрами силы» транснационализации локальных культур являются крупные города – столицы государств и административных образований. При этом городское социокультурное пространство – как исторически сложившееся, так и сознательно сконструированное – играет особую роль в трансляции общенациональной идеи и формировании общегосударственной идентичности различных регионов большой страны.

Поле символических значений, образующее смысловые доминанты городской культурной среды, в значительной степени задается пространственно-архитектурными формами, совокупностью культурных объектов, расположенных на соответствующей территории, а также семантикой городской топонимики и знаковых мест. Именно физические и символические культурные артефакты – улицы и площади, памятники и здания, музеи и парки, театры и развлекательные центры – в своей типичности и уникальности в рамках общегосударственной культуры служат символическими реперами, с которыми связаны коллективные представления о городе и регионе и их месте в общей истории и культуре государства. При этом образуемые в процессе культурного семиозиса смыслы и коннотации служат основой эксплицитных картин мира, на основе которых строится интра- и экстраобраз территории. В некоторых случаях один уникальный «гиперсимвол», элемент архитектурного или природного ландшафта, исторический персонаж или повседневный предмет, танец или трапеза, – «узнаваемый во всем мире, поглощает все другие означающие» [8. С. 144] и служит символическим «репером» региональной семиосферы.

Иными словами, любая территория представляет собой знаковую систему и формирует с помощью самых разных проксемических знаковых средств особые символические сообщения, которые прочитываются и интерпретируются ее жителями и туристами в соответствии с коллективными культурными кодами и индивидуальным культурным бэкграундом. Эти сообщения осмысливаются в качестве наиболее общих характеристик культуры конкретной страны или региона и воспринимаются в виде априорных культурных норм и ценностей. Так, например, памятник вождю, храм или небоскреб в центре города репрезентируют очевидную аксиологию той или иной культуры, а повседневные социокультурные коммуникации и сложившиеся туристические маршруты закрепляют соответствующие идеологемы и мифологемы, воспринимаемые жителями города и его гостями как естественная культурная и ментальная среда – имидж места.

Чрезвычайно важное значение символический капитал территории приобретает в случае ее приграничности и, особенно, при эксклавном положении региона. Для таких территорий обычно характерно смешение культурных кодов, повседневных социокультурных практик, языковых, ментальных и поведенческих паттернов. Близость соседней культуры, с присущими ей иными правилами смыслополагания и иными экзистенциальными параметрами порядка, приводит к размыванию общегосударственной идентичности региона и, нередко, к образованию центробежного вектора культурного развития приграничных территорий.

Рассмотрим проблемы, касающиеся культурного имиджа приграничных территорий, на примере самого западного российского региона-эксклава – Калининградской области и ее центра – города Калининграда.

Русское: амбивалентность культурного имиджа Калининграда

Территория современной Калининградской области, исторически являвшаяся частью немецкой провинции Восточная Пруссия, в 1945 г. в соответствии с Потсдамским соглашением была передана Советскому Союзу. Необходимо отметить, что в результате британских бомбардировок Кенигсберга во время Второй мировой войны его центральная часть, где располагались Королевский замок и Кафедральный собор, подверглась сильным разрушениям. В 1946 г. центральный город новой советской территории был переименован из Кенигсберга в Калининград. К 1948–49 гг. практически все немецкое население области было депортировано в Германию, восстановлением города занимались переселенцы, приехавшие из разных регионов СССР.

Новая культурная среда Кенигсберга-Калининграда начала формироваться в первую очередь посредством вербальных текстов города: улицы и площади получили новые названия, многие из которых отсылают к персонифицированной военной истории России (ул. Суворова, ул. Багратиона, ул. маршала Баграмяна, ул. Черняховского и др.). Символическое единство региона с «центром» и принадлежность к общегосударственной культуре (как во всех городах СССР) были закреплены с помощью «советской» (Советский пр., Ленинский пр., ул. Коммунистическая, пр. Мира, ул. Энергетиков, и т.п.), «революционной» (ул. Дзержинского, ул. Чекистов, ул. Павлика Морозова и т.п.) и «историко-культурной» (ул. Горького, ул. Чайковского, ул. Репина, ул. Юрия Гагарина и пр.) городской топонимики. Особые фрактальные связи «город-страна» [б. С. 61–65] выстраиваются в городском социокультурном пространстве посредством таких топонимических знаков, как Московский пр., ул. Киевская, ул. Омская, ул. Барнаульская, ул. Ростовская, ул. Можайская, ул. Камская, ул. Нарвская, и др. Знаковый характер в Калининграде имеет улица Б. Хмельницкого, актуализирующая коннотации (воссоединения российских территорий). Отсылки к прусской истории и культуре, хотя и не столь многочисленные, также присутствуют в вербальном «тексте» города (р. Преголя, ул. Литовский Вал, ул. Канта, ул. Шиллера, ул. Вагнера, ул. Брамса, ул. Генделя, ул. Ольштынская и др.).

В ходе нового культурного строительства в рамках советской парадигмы некоторые архитектурные артефакты, относящиеся к немецкому прошлому города, были утрачены (Королевский замок, памятники германским историческим личностям и др.), часть из них уцелела (форты, ворота, Кафедральный собор), хотя отчасти по идеологическим, а главное, по финансовым причинам задачи по их реставрации до 1990-х годов не ставилось. При этом несмотря на полувековую советскую историю и расширение семантического поля православной культуры в постсоветские десятилетия, культурные акценты в визуальном образе Калининграда остаются в большей степени «прусскими», чем российскими. И в последние годы эта тенденция только усиливается. Так, в дополнение к сохранившимся немецким постройкам, например, в районе Амалиенау, в 2006-2010 гг. в городе появился новый квартал «Рыбная деревня» на Октябрьском острове, стилизованный под архитектуру довоенного Кенигсберга. Не будем спорить, что новая застройка выглядит привлекательно для туристов, и развитие туризма, безусловно, важно для региона, однако «прусская» тема отнюдь не способствует усилению российской идентичности самих калининградцев. Можно и нужно находить туристические аттракторы, связанные с российской культурой. Одним из самых очевидных репрезентантов Калининградского региона является культурный бренд «Янтарный край», однако кроме Музея янтаря и многочисленных ювелирных магазинов, продающих в основном стандартные изделия из «солнечного камня», эта тема в Калининграде практически не представлена.

В настоящее время сильная семантическая индукция «прусской культуры» наблюдается во всем культурном пространстве Калининграда – от дизайна новых домов до названия художественных салонов, предлагающих изделия из янтаря (например, «Прусский мед»). Амбивалентность индивидуальной культурной идентичности жителей города легко заметить по текстовым «номерам» на автомобилях: «Калининград» vs. «Кенигсберг».

Снесенные в 1968 г. стены и полуразрушенные башни Королевского замка и возвышающиеся на его месте «руины» недостроенного Дома Советов составляют отдельный сюжет для культурологической рефлексии. Споры о судьбе советского долгостроя, возможном восстановлении Королевского замка, также как и о названии города, идут многие годы. Однако при всем уважении к прошлому с позиций экологии культуры, как отмечал Д.С. Лихачев, «нельзя восстановить здание как “документ”, как “свидетеля” эпохи» [4. С. 346]. Любая заново построенная копия ранее утраченного памятника истории лишена документальности и представляет собой только «видимость» [4. С. 346]. С точки зрения воссоздания исторической культурной среды «Королевский замок» может быть только новоделом, симулякром, игрой в традицию, точно такой же как «Китайгородская стена» в Москве или столичная гостиница «Москва» (2013 г.). Восстановление разрушенного памятника имеет смысл только тогда, когда символическим становится сам факт его возвращения в семиосферу культуры, как в случае с Храмом Христа Спасителя в Москве. Но в Калининграде с точки зрения семиотики культуры воссоздание Королевского замка в центре города будет означать возникновение сильной инокультурной домини-

нанты, которая символически зафиксировывает нероссийское содержание региональной культуры. По этой же причине при всей немотивированности существующего названия города крайне нежелательно его переименование в Кенигсберг.

Нельзя считать отвечающим требованиям культурной политики в отношении региона-эксклава и проекты, представленные в рамках Международного архитектурно-градостроительного конкурса на разработку концепции развития территорий исторического центра города Калининграда (2014 г.) [7]. Согласно проекту архитектурного бюро «Студия 44» и Института территориального развития Санкт-Петербурга, получившему 1-ю премию, предлагается на основе сохранившихся старых фундаментов построить квартал «Новый Альтштадт» и другие «исторические» кварталы, где на первых этажах должны разместиться коммерческие объекты, а на верхних – жилье. Дом Советов сохраняется и приспособляется под офисы, на месте Королевского замка появляется напоминающее замок современное здание. Исчезает Эстакадный мост, но воссоздаются старинные – пешеходные – мосты Кенигсберга, а вокруг «исторического» квартала поднимаются стеклянные высотки в стилистике неоурбаниста. Остров Канта при этом остается пустынным, превращаясь в флористический парк [7].

Не вдаваясь в дальнейшие градостроительные и инфраструктурные детали и тем более в критическое рассмотрение архитектурных решений (их эклектичности или симулятивности), отметим, что семантика новых кварталов значительно усиливает инокультурную, нероссийскую компоненту культурной среды Калининграда. В этой связи может оказаться полезным опыт культурной политики в градостроении, примененной при преобразовании бывшего советского города Целиноград в новую столицу Казахстана – Астану, где в новых урбанистических кварталах евразийский технократизм сочетается с ярко выраженной трайбалистской мифологией, а социокультурное пространство новой столицы символически тесно связано со всеми регионами страны [6. С. 70–76].

Возможные модальности регионального имиджа Калининграда

В начале XXI века, как и любой другой крупный город, Калининград представляет собой диахроническую мультикультуральную систему знаков истории и современности. В результате сложной истории региона образовалась своеобразная культурная среда города Калининграда в виде многослойной семантической системы, в которой знаки прусской истории и советской культуры сосуществуют и пересекаются, но не складываются в единый культурный текст. В целом можно констатировать существенный «крен» в сторону прусской истории города: в культурной среде Калининграда российская история (некоторое исключение составляет Великая отечественная война) оказывается на втором плане, подобно тому, как монумент Славы морякам-балтийцам оказался «заслоненным» каменными нагромождениями на бывшей Королевской горе.

С превращением Калининградской области после распада СССР в российский эксклав ее социокультурная интеграция с основной территорией страны имеет стратегическое значение. Государственная политика в отношении культурной

среды самого западного региона России должна быть направлена на прочную интеграцию города и области в единое культурное пространство России через усиление символической составляющей городской культурной среды, формирующей устойчивую российскую идентичность жителей Калининградской области.

Одним из вариантов конкретного решения этой задачи может, на наш взгляд, стать концепция «старого города» в центре – на острове Канта и острове Октябрьский с воссозданием малоэтажной «исторической» застройки, выполняющей музейно-этнографические, историко-просветительские и развлекательно-туристические функции. По этому пути идут сегодня многие европейские города, «консервировавшие» историческую часть города, вокруг которой выросли современные кварталы. Одновременно стоит разработать и воплотить в жизнь проект культурного преобразования огромного пустыря на центральной площади Калининграда. Символическая брешь в культурном мироощущении города может быть устранена, например, через возведение современного, высоко-технологического комплекса строений – развлекательных и музейных зданий «футуристической» модальности, тематически соотнесенных с развитием российской науки и техники, наподобие Городка науки и искусства в испанском городе Валенсия. В этом случае недостроенное здание Дома Советов несложно интегрировать в общую постнеклассическую планировку комплекса, центром которого мог бы стать, к примеру, музей космоса с планетарием. (Заметим, что в Калининграде, который является родиной четырех российских космонавтов, существует экспозиция, посвященная истории освоения космоса, но располагается она на борту судна космической связи «Космонавт Виктор Пацаев» неподалеку от музея Мирового океана.)

Другой вариант: вполне уместным и оправданным с точки зрения политики социокультурной интеграции Калининградской области и большой России было бы создание в центре города архитектурного квартала «Россия», аналогичного «Испанской деревне» в Барселоне, где в натуральную величину построены некоторые знаковые здания всех регионов страны, а на первых этажах этих зданий расположены мастерские традиционных ремесел и кафе национальной кухни разных провинций. В конце концов, можно последовать примеру многих городов – от Брюсселя до Паттайи, где существуют парки архитектурных миниатюр, и разместить в центре города «Всю Россию». Тем более, согласно опросу общественного мнения, жители Калининграда хотели бы видеть на месте пустыря в первую очередь именно ландшафтный парк [5].

В любой из предложенных вариантов можно включить или реализовать как самостоятельный проект в рамках развития центральной территории города Калининграда концепцию «Янтарного замка» – большого музея, ремесленного, выставочного и коммерческого центра международного уровня. Это в значительной мере помогло бы Калининградскому региону справиться с трудностями, которые он испытывает в продвижении российской янтарной продукции на внутреннем и международном рынке. Янтарный/темно-желтый цвет мог бы стать хроматическим символом города и использоваться как декоративный элемент городской среды.

Необходимо также сохранить непрерывность Московского проспекта, не разрывая его новой застройкой в центре, не только как важную городскую автомагистраль, но и как символическую линию связи региона и столицы страны.

Все эти идеи вполне реализуемы и в художественном, и в финансовом отношении, необходимо лишь понимание на самом высоком, государственном уровне исключительной важности социокультурной интеграции приграничных российских регионов, в частности Калининградской области, в единое культурное пространство России.

1. Астафьева, О.Н. Культурная политика государства: вопросы о реально существующем и потенциально возможном / О.Н. Астафьева // Знание. Понимание. – Умение. – 2008. – № 3. – С. 50–58.
2. Блашенкова, В. Бренд территории: создание и продвижение. Как это делается в России / В. Блашенкова. – М.: Конкретика, 2011. – 320 с.
3. Котлер, Ф. Маркетинг мест / Ф. Котлер, К. Асплунд, И. Рейн, Д. Хайдер. – СПб.: Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2005. – 384 с.
4. Лихачев, Д.С. Экология культуры / Д.С. Лихачев // Избранные труды по русской и мировой культуре. – СПб.: Изд-во СПбГУП, 2006. – С. 330–347.
5. Ненько, А. Калининград «Сердце города». Проект развития глазами Калининградцев / А. Ненько, Т. Адаменко. – СПб.: Школа городских трансформаций, 2014. – 13 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://tehne.com/assets/i/upload/event/serdtce-goroda-proekt-razvitiia-glazami-kalinigradtcev.pdf> (дата обращения 24.10.2015).
6. Николаева, Е.В. Фракталы городской культуры / Е.В. Николаева. – СПб.: Страта, 2014. – 264 с.
7. «Сердце города»: итоги конкурса концепций развития исторической части Калининграда, 2014 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://tehne.com/event/novosti/serdce-goroda-itogi-konkursa-koncepciy-razvitiya-istoricheskoy-chasti-kaliningrada> (дата обращения 24.10.2015).
8. Урри, Дж. Туризм и глобальное / Дж. Урри // Массовая культура: современные западные исследования. – М.: Фонд научных исследований «Прагматика культуры», 2005.
9. Флиер, А.Я. Мультикультуральность / А.Я. Флиер // Обсерватория культуры. – 2008. – №2. – С. 22–26.

© Николаева, Е.В., 2016

Для цитирования: Николаева, Е.В. Проблема культурного имиджа приграничного российского региона (на примере Калининграда) / Е.В. Николаева // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. – 2016. – № 1. – С. 212–218.

For citation: Nikolaeva, E.V. The Problem of Cultural Image of a Frontier Russian Region (Kaliningrad Case Study) / E.V. Nikolaeva // The Territory Of New Opportunities. The Herald of Vladivostok State University of Economics and Service. – 2016. – № 1. – P. 212–218.

Дата поступления: 01.02.2016.