

СТАТЬИ

НАУКИ О ЗЕМЛЕ, БИОЛОГИЧЕСКИЕ И ХИМИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 913

А. Б. Голубь

К ВОПРОСУ ФОРМИРОВАНИЯ ВНУТРЕННЕГО ИМИДЖА ТЕРРИТОРИИ РОССИЙСКОГО ДАЛЬНЕГО ВОСТОКА

В статье рассматриваются вопросы формирования внутреннего имиджа Дальнего Востока России глазами молодежи. Автором делается попытка осмысления региональной специфики этого процесса с точки зрения социально-политической географии, истории и социологии.

Ключевые слова: Дальний Восток, имидж, регион, география, молодежь.

Andrey B. Golub

ON THE PROBLEM OF MAKING THE INTERNAL IMAGE OF THE RUSSIAN FAR EAST

(Sholom-Aleichem Priamursky State University, Birobidzhan)

This paper deals with the problem of making the internal image of the Russian Far East in the eyes of young people. The author investigates regional characteristics of the process in terms of social and political geography, history and sociology.

Key words: the Far East, image, region, geography, youth.

Понятие «имидж» вошло в науку и повседневный обиход относительно недавно, но это не означает, что люди не занимались этим вопросом ранее. Говоря об имидже, часто упоминают имена философов и моралистов прошлого — Ф. Честерфилда, М. Монтеня, Ф. Бэкона, Н. Макиавелли, Г. Лебона и др., которым был свойственен определенный интерес к имиджевым механизмам общественных отношений. Они обращали внимание не только на то, что представляет собой человек, какова его ценность, каким он был в прошлом и должен быть в будущем, но и на то, какое впечатление он производит на других людей и какую роль играет это впечатление в общественной жизни.

Голубь Андрей Борисович — кандидат педагогических наук, доцент кафедры географии (Приамурский государственный университет имени Шолом-Алейхема, г. Биробиджан),
e-mail: andreygolub1981@mail.ru

© Голубь А. Б., 2013

В настоящее время различные регионы (территории) все чаще используют свой образ как инструмент регулирования отношения к себе, поскольку, попадая в условия рыночной экономики, они сталкиваются с проблемами привлечения новых ресурсов и расширения сферы своего влияния. Вследствие этого имидж территории стал приобретать статус одного из важнейших ресурсов, выражающих ведущее представление об основных приоритетах внешней и внутренней политики территории и определяющих ее экономическую, политическую и социальную перспективу.

Для более полной (комплексной) характеристики имиджа территории необходимо учитывать и пространственную составляющую.

В зависимости от целевой ориентации имидж территории может быть «внешним» и «внутренним».

Если внутренний имидж – это оценка территории самими жителями данного региона (резидентное население), для которых в первую очередь важны такие параметры жизнедеятельности, как: 1) комфортность проживания; 2) качество жизни; 3) сравнительный образ с другими регионами; 4) условия безопасности; возможности для самореализации и самоидентификации в территориальном пространстве; 5) возможность приобщения не только к какой-либо частной социальной группе, субкультуре, «группе интересов», но и к территории в целом [1, с. 99], то внешний имидж представляет собой прежде всего оценку территории широкой общественностью, находящейся за пределами данного региона. В частности:

- 1) посетителями территории (деловыми людьми, туристами);
- 2) переселенцами и временными работниками;
- 3) инвесторами;
- 4) органами федеральной власти и ключевыми лицами страны;
- 5) жителями сопредельных государств [2].

Основываясь на том, что оценка внутреннего имиджа территории производится в первую очередь самими жителями региона (или страны), мы методом анкетирования (социологического опроса) попытались проанализировать данное явление с точки зрения молодежи Дальневосточного региона. Считаем, что именно молодежь является наиболее репрезентативной социальной группой, так как обладает наибольшей остротой восприятия тех социальных и экономических процессов, которые происходят на любой территории. От позитивной оценки молодежи своего региона во многом зависит будущее, как и какими средствами и методами будет развиваться эта земля и кто будет ее в дальнейшем осваивать. Вот почему в 2010 году Институт географии российской академии наук (г. Москва) под руководством д. г. н., профессора В. Н. Колосова в содружестве с Ассоциацией географических факультетов Дальнего Востока провел социологический опрос студентов географических факультетов ряда вузов ДФО, посвященный видению перспектив Дальневосточного региона.

В данном опросе участвовали 315 студентов следующих городов: Благовещенска, Биробиджана, Владивостока, Комсомольска-на-Амуре и Хабаровска.

Более чем 50 вопросов данной анкеты компонуется в несколько смысловых блоков:

Первый блок вопросов был нацелен на выяснение, какое количество респондентов считают себя коренными дальневосточниками; их желания продолжить жизнь на Дальнем Востоке и, если предполагается смена места жительства, куда стремится выехать молодежь.

Анализ полученных ответов создает следующую картину:

1. Подавляющее большинство (284 против 31) респондентов указали, что родились на Дальнем Востоке. Следовательно, их ответы на последующие вопросы об отношении к территории Дальнего Востока и ее оценке можно считать достаточно объективными.

2. Отвечая на вопрос о желании остаться после окончания учебы жить и работать на Дальнем Востоке (или сменить место жительства), 61,2 % опрошенных (193 человека) заявили о своем желании выехать за пределы ДФО. Из полученных данных выяснилось, что 16,3 % (или 50 опрошенных) затруднились ответить, следовательно, еще не определились со своими желаниями. Таким образом, более половины опрошенных молодых людей имеют определенное желание выехать за пределы ДФО, и данная тенденция может оказать негативное влияние на социально-экономическое развитие дальневосточного региона.

3. Для тех, кто заявил, что весьма вероятно или вероятно воспользовался бы возможностью переехать, был задан уточняющий вопрос: «Куда Вы хотели бы переехать?»

Наибольшую привлекательность для нашей молодежи представляют три региона: Западная Сибирь (Новосибирск, Омск, Томск), Европейская часть России (Москва, Санкт-Петербург, Краснодар, Ростов и т. д.) и дальнее зарубежье (США, Китай, Япония, страны Европы) (рис. 1).

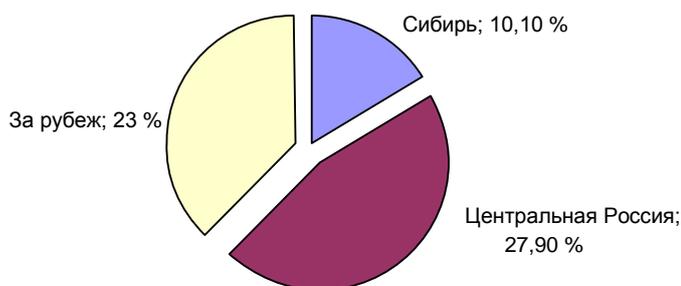


Рис. 1. Районы возможного выезда молодых специалистов

Таким образом, первый блок нашей анкеты явно свидетельствует о некоторых негативных тенденциях в отношении молодых людей к своей малой родине, которые проявляются в следующем: несмотря на то, что абсолютное большинство респондентов по праву считают себя дальневосточниками, более половины опрошенных желали бы в будущем поменять место своего проживания, выбирая для этого более благоприятные в природно-климатическом, экономическом и социальном отношении регионы России и мира.

Второй тематический блок вопросов был направлен на выяснение того, насколько молодежь знает историю своего региона. По нашему мнению, важность этого блока вопросов заключается, прежде всего, в том, что без знаний истории родного края невозможно сформировать целостный образ, а в дальнейшем и соответствующий имидж региона.

С целью выяснения знаний студентов истории родного края им было предложено отметить наиболее значимые, на их взгляд, исторические события, происходившие на Дальнем Востоке.

Методом контент-анализа из более чем 50 различных исторических событий, названных студентами в ответах, нами было сформировано 11 наиболее часто упоминаемых исторических фактов (рис. 2).

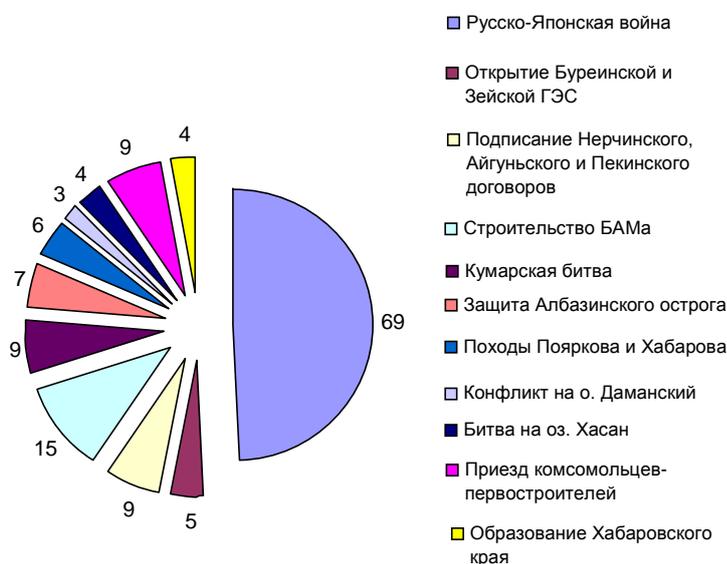


Рис. 2. Исторические события Дальнего Востока, отмеченные студентами

По частоте упоминания в лидирующую тройку вошли: Русско-японская война 1904–1905 гг. (69 человек), строительство Байкало-Амурской магистрали (15 человек), Кумарское сражение 1655 г, подписание Нерчинского, Айгуньского и Пекинского договоров, а также при-

езд комсомольцев-первостроителей на Дальний Восток в 30-х годах XX в. — по 9 человек в каждой из категорий.

Таким образом, анализ ответов респондентов показывает, что наибольшие знания молодежи в области истории Дальнего Востока связаны с военными событиями, происходившими в различное время на этой земле. Следовательно, у нашей молодежи образ Дальнего Востока, прежде всего, ассоциируется с борьбой за обладание и отстаивание этой земли Россией.

Третий блок вопросов был направлен на оценку молодыми людьми экономической ситуации в Дальневосточном регионе. Этот блок вопросов для нас является определяющим, т. к. экономика любого региона — это один из ведущих факторов, отражающих социальное благополучие территории.

Среди основных вопросов этого блока в анкете значились:

1. Какова, по Вашему мнению, экономическая ситуация на Дальнем Востоке?
2. Как Вы думаете, изменится ли ситуация в Вашем крае (области) в ближайшие два-три года?
3. Как Вы оцениваете уровень дохода Вашей семьи?
4. Как Вы думаете, Вы и Ваша семья будет жить лучше или хуже в ближайшие 2—5 лет?
5. Каковы, на ваш взгляд, основные проблемы ДВ?

Оценивая современную экономическую ситуацию на Дальнем Востоке, молодежь высказала довольно оптимистическую позицию, т. к. 42 % респондентов отметило, что «ситуация тяжелая, но выжить можно», а 20 % оценило ее как «скорее благоприятную». Только 8 % опрошенных считают экономическую ситуацию на Дальнем Востоке «очень тяжелой». В этой оценке мы должны учитывать тот факт, что, во-первых, молодежь в своих прогнозах всегда настроена более оптимистично, чем люди старшего возраста, во-вторых, наши респонденты являются учащимися высших учебных заведений и уже в силу этого их социальный статус более высок.

Достаточно интересные результаты были получены при ответе на вопрос о существующих на Дальнем Востоке проблемах, тормозящих социально-экономическое развитие региона. В данном случае респондентам было разрешено указывать сразу на несколько проблем. В общем ряду острых и достаточно очевидных проблем региона наша молодежь выделила три наиболее важных момента:

1. Отсутствие положительной динамики в экономическом развитии региона за весьма длительный период его существования (51,5 % опрошенных);
2. Безработица — на данную проблему указывает 46 % респондентов;
3. Большая удаленность региона от центра страны — на этот негативный момент указывают 40,5 % опрошенных.

Таким образом, на взгляд молодежи, решение в первую очередь именно этих трех проблемных моментов могло бы позволить кардинально изменить экономическую ситуацию в лучшую сторону.

Заключает данный блок серия вопросов об экономических и культурных связях региона.

Анализируя полученную информацию, мы отмечаем, что наиболее важными экономическими связями молодые дальневосточники считают связи с европейским центром России (31 % опрошенных), с Китаем (30 %) и Японией (25 %). Таким образом, наша молодежь в экономическом плане достаточно прагматична, т. к. она равно заинтересована в тесных связях как с центральной Россией, так и со странами АТР (рис. 3).

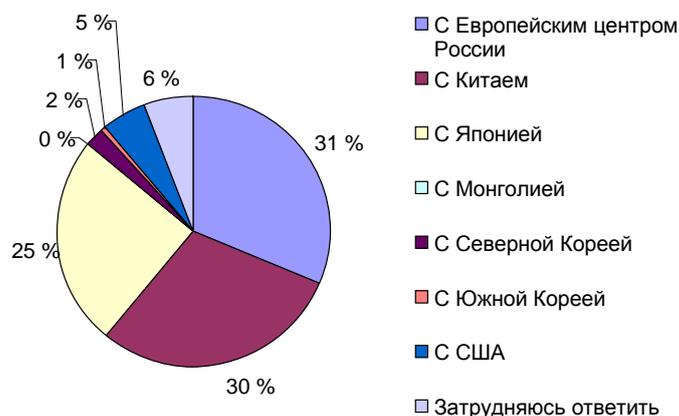


Рис. 3. Какие экономические связи наиболее значимы для Дальнего Востока?

Что касается культурных связей дальневосточников, то тут молодежь голосует прежде всего за традиционную связь Дальнего Востока с «Большой землей». За эту позицию высказалось 52 % опрошенных. А вот такие классические страны АТР, как Китай и Япония, набрали в общей сложности 29 % (рис. 4).

Достаточно интересным и необычным выглядит отношение молодежи к такому соседу России, как Корейская Народно-Демократическая республика. За экономическое и культурное сотрудничество с этой приграничной с нами страной не высказался ни один респондент. Видимо, разрыв экономических и культурных связей с этой страной, произошедший в начале 60-х гг XXв. нарушил наши контакты, и, следовательно, у молодежи не сложилось какого-либо четкого представления о таких контактах.

Совершенно противоположной является ситуация с Китайской Народной Республикой. За тесные экономические связи с этой страной высказывается 30 % молодежи, а за культурные связи — 14 % опрошенных, и это достаточно высокие показатели, причем самые высокие из всех отмеченных стран мира.

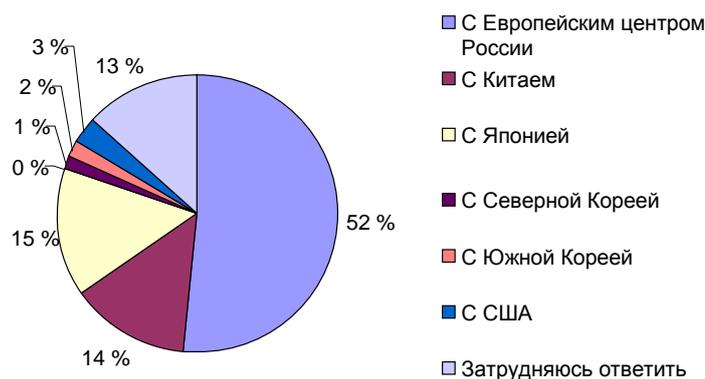


Рис. 4. Приоритеты культурных связей на взгляд молодежи Дальнего Востока

Именно поэтому в анкете респондентам было предложено высказать свое отношение к этой стране.

Анализ полученных результатов оказался достаточно противоречив. Указывая в целом на значимость для Дальнего Востока этих связей, молодежь проявляет негативное отношение к Китаю. Причем положительное и отрицательное отношение к данной стране напрямую связано с географическим положением: чем ближе к государственной границе находится населенный пункт, где живут респонденты, тем негативней это отношение. Так, например, молодежь Благовещенска отдает 27 голосов против 18 за недружественное отношение. Биробиджан – 32 против 30, Хабаровск – 47 против 33. Тогда как жители Комсомольска-на-Амуре более лояльны к КНР (20 против 39). Абсолютно нейтральное отношение к КНР высказали молодые жители Владивостока (26 против 26). Такое отношение к Китаю жителей Комсомольска можно объяснить его удаленностью от границ и, следовательно, меньшим давлением наших соседей на экономику этого города, тогда как у жителей Владивостока давление Китая компенсируется тесными связями с Японией и Южной Кореей.

Для выяснения причин негативного или позитивного отношения к Китаю в анкете были предусмотрены уточняющие вопросы: «Почему Вы хорошо относитесь к Китаю?» и «Почему Вы плохо относитесь к Китаю?»

Среди наиболее часто встречаемых аргументов в пользу КНР мы находим такие, как трудолюбие граждан КНР, экономическое партнерство, интересная культура и т. д.

В свою очередь, среди наиболее часто встречаемых аргументов негативного отношения выдвигаются такие аргументы, как бесцеремонность

граждан КНР, осуществление государством экономической экспансии против России, зависимость Дальнего Востока от КНР, демографическая угроза со стороны Китая и т. д.

Причем в данной оценке жители разных городов выделяют несколько аспектов данной проблемы. Так, например, если молодые жители Благовещенска в первую очередь обеспокоены экономической зависимостью от Китайской Народной Республики, то молодежь Биробиджана в первую очередь отмечает бесцеремонное поведение граждан КНР. В свою очередь, комсомольчане выделяют экологическую проблему, связанную с деятельностью китайских граждан на территории их района, а хабаровчане наряду с этим отмечают также и демографическую угрозу со стороны южных соседей.

Четвертым блоком данной анкеты является серия вопросов, посвященных видению молодежи места Дальнего Востока в России и имиджу данной территории.

Среди предложенных вопросов, на наш взгляд, наибольший интерес вызывают следующие:

1. Скажите, пожалуйста, что первое Вам приходит в голову, какие мысли, образы, ассоциации возникают, когда Вы слышите слова «Дальний Восток»?

2. Иногда говорят: «Москва – сердце России». С чем бы вы сравнили значение для России Дальнего Востока?

3. Чем важен Дальний Восток для России?

4. Какой типично дальневосточный сувенир или подарок Вы бы повезли в европейские регионы России?

5. Какой исторический или культурный объект Дальнего Востока Вы бы выбрали для российских банкнот, кроме уже изображенного моста через Амур около Хабаровска?

6. Назовите три – пять наиболее ярких, на Ваш взгляд, людей, символизирующих Дальний Восток в прошлом или теперь.

7. Какое растение Вы бы выбрали для герба Дальнего Востока?

8. Какое животное, рыбу или птицу Вы бы выбрали как символ Дальнего Востока?

9. Какой природный объект или памятник природы Вы бы выбрали как символ Дальнего Востока?

10. Кем Вы себя ощущаете в первую очередь?

Довольно показательными можно считать ответы молодых людей на второй вопрос данного блока: «Иногда говорят: «Москва – сердце России». С чем бы вы сравнили значение для России Дальнего Востока?

Статистическая выборка показала, что наиболее часто встречаемые ответы можно скомпоновать в 7 смысловых групп (рис. 5). Среди ответов мы встречаем достаточно традиционные варианты такие как: сырьевая база, «край земли», выход в Тихий океан (Азиатско-Тихоокеанский регион) и т. д.

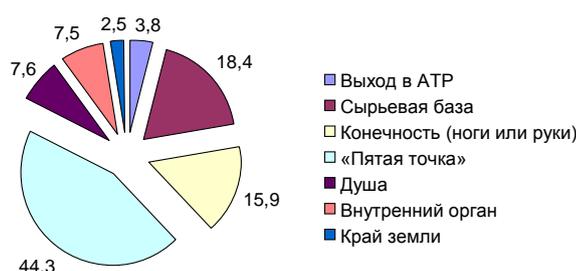


Рис. 5. Значение Дальнего Востока в масштабе России

Вместе с тем достаточно показательным можно считать тот факт, что большинство ответов так или иначе связано с оценкой российского Дальнего Востока как «пятой точки» человеческого организма (44,3 % опрошенных, или порядка 140 человек). Вторым распространенным вариантом ответа на этот вопрос является сравнение Дальнего Востока с конечностями человеческого тела (руки или ноги), так посчитало 15,9 % респондентов, или 50 человек. В то время как Дальний Восток душой России посчитало только 7,6 % опрошенных, или 24 молодых человека.

Таким образом, ответы только на этот вопрос являются достаточно показательными в определении места дальневосточной территории в составе Российской Федерации.

Завершает данный блок серия вопросов, направленных на выявление ассоциативного восприятия образа дальневосточного региона и выбора соответствующего бренда.

Так, например, участникам опроса было предложено ответить «Что первое Вам приходит в голову, какие мысли, образы, ассоциации возникают, когда Вы слышите слова „Дальний Восток«?»

Среди наиболее часто встречаемых ответов мы находим: порт-море (13,9 %), периферия (13,2 %), Родина (13 %), Амур (11,1 %), Китай и китайцы (11 %) и т. д., а вот за природные компоненты как ведущие образы территории «проголосовало» 31,5 %, или 100 участников опроса.

Следовательно, мы можем сделать вывод о том, что ведущими образами данной территории необходимо признать в первую очередь природную составляющую.

Видимо, поэтому, отвечая на вопрос «Какой типично дальневосточный сувенир или подарок Вы бы повезли в европейские регионы России?» наши респонденты выбирают: красную икру (33,5 %), сувенир в виде амурского тигра или гималайского медведя (17,1 %), кедровые шишки и орехи (12,7 %), морепродукты (8,2 %), региональную символику (8 %) (рис. 6).

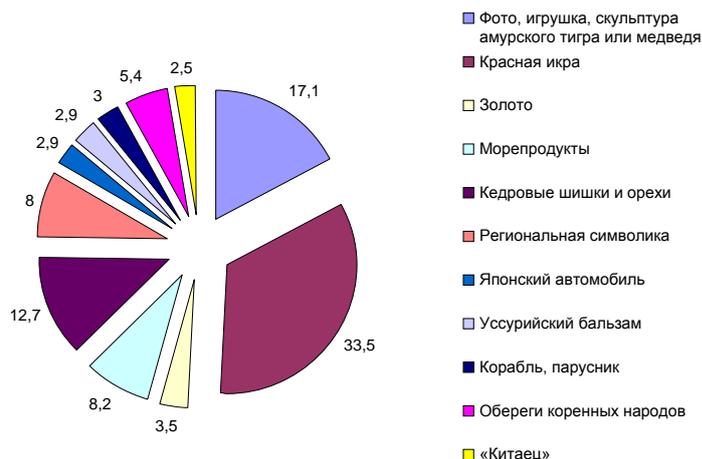


Рис. 6. Сувенир или подарок, олицетворяющий образ Дальнего Востока

Таким образом, молодежь в качестве бренда региона выбирает в первую очередь: дары дальневосточной природы, фотографии, игрушки, скульптуры с краеведческой тематикой и сувениры с региональной символикой.

Завершая рассмотрение вопроса внутреннего имиджа территории, мы приходим к пониманию того, что российский Дальний Восток современная молодежь видит в первую очередь как край удаленный, пограничный, суровый, с богатой и героической историей освоения, значительными природными ресурсами и в то же время, как отсталый и мало-перспективный в социально-экономическом отношении регион.

Оказывается, такая парадоксальность в суждении молодежи далеко не случайна. В. И. Пятак в своем исследовании «Образ Дальнего Востока в советском дискурсе; историческая специфика и мифология» отмечает тот факт, что, когда мы говорим, что «живем на Дальнем Востоке», мы тем самым указываем свое географическое положение по отношению к другой точке, которая находится далеко за пределами нас самих. По мнению этого исследователя, уже изначально (в историческом контексте) в самом понятии «Дальний Восток» подразумевается наличие некоего внешнего и при этом явно не дальневосточного наблюдателя. Следовательно, и сегодня продолжая активно использовать термин «Дальний Восток», мы продолжаем смотреть на самих себя как бы со стороны, а точнее — взглядом «из Москвы и глазами Москвы» [3, с. 37].

Соглашаясь с правомочностью такой трактовки наименования нашего Дальневосточного региона, мы тем самым должны признать и особую значимость в этом «взгляде» именно внешней оценки имиджа данной территории.

Таким образом, мы приходим к пониманию того, что современный механизм формирования позитивного имиджа Дальнего Востока – это, несомненно, сочетание наиболее важных действий, тактик, стратегий в современном имиджевом пространстве. Ядром указанного механизма должна стать хорошо продуманная работа по созданию, распространению и внедрению в сознание широких масс научнообоснованных предпочтительных (положительных) аспектов имиджа Дальневосточного региона. Конкретное наполнение каждого из них зависит от субъекта назначения, от ожидаемых последствий, от предыстории восприятия, а также от целостной стратегии формирования державного облика Российского государства. Сущность такой стратегии применительно к сегодняшней России состоит в разработке взвешенной системы действий, исходящих из уже существующих ключевых символов, а также в создании новых образов территории – самих по себе достаточно мощных и эффективных. В этом случае будет постепенно формироваться пространство, в котором надежно обеспечены и общероссийские национальные интересы в области внешней и внутренней политики, и региональные (сугубо дальневосточные) интересы.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Абышева Ю. Ю.* Проблема формирования имиджа города (социально-управленческий аспект): дис. ... канд. соц. наук. М.: РГБ, 2005. 173 с.
2. *Яшина Е. З.* Имидж региона как инструмент регионального стратегического управления // Известия Самар. науч. центра Рос. акад. наук. 2006. Т. 8. № 2(16). С. 626–541.
3. *Пятак В. И.* Образ Дальнего Востока России в советском дискурсе: историческая специфика и мифология. // Вестник Дальневосточной государственной социально-гуманитарной академии. Серия 1. Гуманитарные науки. № 1(1)2008. С. 35–38.

* * *