

ТЕМА НОМЕРА

ГОРОД В ФОКУСЕ ВНИМАНИЯ СОЦИОЛОГОВ

DOI: 10.19181/vis.2025.16.4.1

EDN: LLSAVL



Образ Калининграда в социальных представлениях жителей других регионов России

Ссылка для цитирования: Белецкая Т. В., Шевченко И. О. Образ Калининграда в социальных представлениях жителей других регионов России // Вестник Института социологии. 2025. Том 16. № 4. С. 13–37. DOI: 10.19181/vis.2025.16.4.1; EDN: LLSAVL.

For citation: Beletskaya T. V., Shevchenko I. O. The Image of Kaliningrad in the Social Perceptions of Residents of Other Regions of Russia. *Vestnik instituta sotziologii*. 2025. Vol. 16. No. 4. P. 13–37. DOI: 10.19181/vis.2025.16.4.1; EDN: LLSAVL.



SPIN-код: 3608-5996

Белецкая Татьяна Витальевна¹

¹Балтийский федеральный университет им. И. Канта,
Калининград, Россия

beletskaya.t@gmail.com



SPIN-код: 7292-0530

Шевченко Ирина Олеговна¹

¹Институт социологии ФНИСЦ РАН,
Москва, Россия

sheviren@yandex.ru

Аннотация. В статье анализируется образ Калининграда в представлениях посещавших его жителей других регионов России. Аргументируется, что именно впечатления, оценки и мнения о городе репрезентируют его символический капитал. На основе применения метода интервью в совокупности с методом ментального картирования выявляются особенности социальных представлений о Калининграде, главные символические объекты его исторического и культурного ландшафта и отношение к ним. Специфика Калининграда также определяется через представления респондентов о его сходстве и различиях с другими городами. Установлено, что во внешних оценках наблюдается дисбаланс в восприятии архитектурных и культурных объектов различных эпох: немецкого, советского и современного периода истории города. Более всего он выражается в положительном отношении к объектам немецкого прошлого и негативном – к объектам советского наследия. Обосновывается, что подобный контраст оценок связан с тем, что сама прагматика путешествия актуализирует запрос на

уникальность, которая в случае Калининграда ярче всего выражена в наличии в его символическом пространстве следов немецкого прошлого. Помимо этого, в том числе под влиянием транслируемого в медиа образа Калининграда, от него ожидают подтверждения статуса «европейского» города с соответствующими стандартами жизни и отдыха. Тем не менее, при непосредственном посещении раскрывается его российская реальность с присущими ей достоинствами и недостатками. Ввиду этого одной из главных проблем символизации в случае Калининграда является обретение баланса между запросом на инаковость, соответствующую статусу туристической дестинации, и тождественностью российской культуре. Во внешнем образе нашли явное выражение туристические, природные, рекреационные атрибуты калининградского символического пространства, но практически не были отражены такие смыслы как его военное, индустриальное, социальное значение. Их продвижение может стать противовесом коммерческому вектору символизации и будет способствовать более глубокому пониманию исторической и социально-культурной специфики Калининградской области и ее населения.

Ключевые слова: образ места, город, социальные представления, символический капитал, городское пространство, ментальные карты, Калининград

Введение

Управление современным городом сложно себе представить без того, что принято называть формированием имиджа и разработкой бренда. Поскольку восприятие городов различными социальными акторами оказывает влияние на значимые социальные процессы, городские власти и сообщества заинтересованы в конструировании положительного образа места, который будет способствовать привлечению туристов и инвестиций. Полезную информацию как для решения внутренних социальных проблем, так и для выработки программ городского развития дают представления местных жителей о своем городе. Но не менее важным является и изучение внешнего восприятия города. Во взгляде со стороны могут раскрываться неочевидные особенности городской среды и их оценки, а также более развернутые сравнения с другими городами.

Ввиду этого, цель данной статьи заключается в том, чтобы выявить основные характерные черты внешнего образа Калининграда, а также особенности символического восприятия его историко-культурного ландшафта со стороны жителей других российских регионов.

Для Калининграда исследование его внешнего символического восприятия представляется значимым ввиду особенного эксклавного географического положения Калининградской области, беспрецедентного в сравнении с другими российскими регионами исторического бэкграунда («трофейная» территория – часть немецкой провинции Восточная Пруссия, вошедшая в состав СССР после Великой Отечественной войны), а также обусловленного этими факторами переплетения различных культурных слоев в его городском ландшафте. Кроме того, в последние годы Калининградская область уверено и активно развивается как туристическая дестинация: «Калининград из “форпоста” заметно эволюционирует и по линии развития

как привлекательного курорта, нового российского геобренда, который предстоит сформировать в ближайшие несколько лет» [1, с. 16]. Но тем не менее, туристический статус для него все еще является достаточно новым. В этом свете отслеживание динамики внешних представлений и оценок, соотнесение их с целями и ценностями местного сообщества будет способствовать выявлению противоречий, заполнению пустот в символическом восприятии города, обмену опытом между различными социальными общностями и налаживанию межгруппового диалога, а, соответственно, и более эффективной проработке имиджевых и брендинговых стратегий.

Образ города как экспликация символического капитала места

Понятие и изучение образа места сегодня набирает популярность в свете растущего междисциплинарного интереса к исследованию социального контекста в различных формах и практиках символизации пространства. В этой связи складывается несколько парадоксальная ситуация: хотя исследования города всегда занимали важное место в социологической науке, исследования представлений о городе ускользают из сферы внимания социологии в предметные области смежных дисциплин. Так, например, обсуждая назревший вопрос о «переформатировании» социологии города, Х. Беркинг и М. Лев замечают, что с необходимостью учета социальной рецепции уже столкнулись в весьма дистанцированных от социологии литературоведении и искусствоведении: «текст уже не представляется понятным без знания о различных практиках и эмоциях читателей, о приписываемых ими значениях и смыслах», а «сущность» произведения искусства выводится «в том числе и из его восприятия зрителем» [2, с. 12]. В настоящий момент внимание социальному восприятию места (в частности, города) уделяется в истории (коммеморативные практики, «места памяти»), культурологии, социолингвистике, социогеографии и т. д. Понятие образа составляет ядро маркетинговых коммуникаций, связей с общественностью, при этом значительный вес в них занимают исследования имиджа и бренда территорий.

Но именно социология, по нашему мнению, может и должна стать «точкой сборки» столь разноплановых исследований символизации мест и территорий. Проблема взаимоотношения и взаимосвязи социального и физического пространства в контексте социальных представлений не раз подвергалась глубокому осмыслению в социологических исследованиях и является смыслообразующей для фундаментальных социологических теорий. Одной из них является теория двойного структурирования социальной реальности П. Бурдье [14, с. 296] и связанная с ней концепция символического капитала, который является своеобразной надстройкой над экономическим, социальным и культурным, выражаясь в социальных представлениях о них, актуальных оценках и т. п. [3, с. 57]. Как отмечает А. Арруда: «Представления о городе являются социальными представлениями, поскольку они коллективно разделяются и на основе консенсуса отражают значимость, которую социальные, культурные и исторические характеристики города придают географическому пространству» [12, с. 135–136].

В этой перспективе выводы о символическом капитале, т. е. символическом значении тех или иных городов, безусловно, должны опираться на исследования их образа, т. е. восприятия людьми. При этом, как отмечает Н. Г. Федотова, структура самого символического капитала складывается из двух основных элементов: узнавание территории («идентификационный потенциал») и позитивная оценка территории («потенциал престижности и доверия») [8, с. 149]. Эмпирическое исследование этих элементов является сложной задачей из-за их субъективности, динамичности, расплывчатости, чувствительности к самому способу сбора данных. Ввиду этого для их выявления нами была выбрана качественная методика, в которой мы стремились максимально снизить влияние интервьюера на респондентов и создать условия для спонтанного и искреннего раскрытия мнений и оценки городской среды Калининграда.

Методология исследования

Для выявления образа Калининграда в представлениях жителей других городов России нами был выбран метод интервью с применением проективной методики – ментальной карты. В начале интервью респондентам предлагалось выполнить небольшое творческое задание: нарисовать город Калининград. На это отводилось 10 минут, после чего следовала опросная часть. Подробное описание опыта применения ментального картирования в городских исследованиях представлено в работе «Образ города» американского градостроителя К. Линча. В анализе образа города К. Линч выделял три основных компонента: опознаваемость объекта; его пространственную или формальную соотнесенность с наблюдателем и другими объектами; практическое или эмоциональное значение для наблюдателя [5, с. 20]. В такой форме ментальная карта (рисунок города, его основных достопримечательностей, объектов городской инфраструктуры, культурных памятников и т. д.) может рассматриваться как средство выражения социальных представлений о городе. Стоит заметить, что использование метода ментальных карт на практике требует наличия у респондентов, во-первых, навыков рисования, а, во-вторых, готовности их продемонстрировать. Чтобы снизить это ограничение перед интервью участником разъяснялось, что их художественные навыки не будут оцениваться, а также было разрешено изображать объекты схематично, подписывать и т. п.

Рисунок города в настоящем исследовании был призван выявить «опознаваемость» объектов городского ландшафта, т. е. раскрыть «идентификационный потенциал» Калининграда [8, с. 149], определить основные символы, с которыми он ассоциируется в первую очередь. Именно вокруг него выстраивалась и вся последующая фабула интервью.

Помимо этого, рисование города служило стимулом к воспоминаниям, т. е. частично заменяло функции вводных вопросов, помогало респондентам подготовиться к тематике интервью и впоследствии дать более развернутые ответы. Также формат рисования снижал влияние постановки вопросов и самого интервьюера на ответы респондентов, задавал условия для более

объективного раскрытия образа города. И, наконец, рисование в некоторых случаях снижало вербальную неловкость, связанную с трудностями в воспроизведении точных названий достопримечательностей и топонимов.

Основная часть интервью представляла собой структурированный опрос, включающий в себя следующие блоки: 1) описание выполненного рисунка; 2) распределение объектов городской среды в соответствии с представлениями респондентов о том, к каким историческим периодам они относятся; 3) впечатления и оценки городского пространства Калининграда, его сравнение с другими городами. Опросная часть была направлена на выявление «потенциала престижности и доверия» [8, с. 149], т. е. символического значения объектов городского ландшафта. Полученные ответы кодировались и анализировались в программе «ATLAS.ti».

Всего было проведено 25 интервью (ж=13; м=12; возраст: от 25 до 51 года) с жителями других городов России. Отбор респондентов производился через социальные сети с соблюдением следующих критериев:

1. Средний возраст (22–60 лет). Для придания данным гомогенности было решено исключить юношеский и старший возраст, поскольку соответствующие им практики путешествий и символического восприятия имеют свою специфику и требуют отдельного рассмотрения.

2. Посещение г. Калининграда в 2022–2024 гг., включающее в себя туристические цели. В итоговой выборке 12 человек посещали Калининград однократно, 13 человек – два и более раз. Продолжительность посещения составила от трех дней до нескольких месяцев, в среднем – около недели. Среди целей посещений помимо туристического интереса респонденты также отмечали рабочие командировки и встречи с друзьями и родственниками.

3. Место жительства. По месту жительства большую часть выборки составили респонденты из Москвы (14 человек), поскольку именно из столицы в Калининградскую область приезжает наибольшее число туристов¹. Для сравнения символического восприятия Калининграда с различных географических позиций к участию в интервью также были привлечены жители Санкт-Петербурга, Пензы, Ростова-на-Дону, Сочи, Ярославля, Владивостока, Алтайского края.

4. Наличие технической возможности пройти интервью онлайн (в формате видеоконференции).

5. Готовность выполнить творческое задание (рисунок Калининграда).

Стоит отметить, что указанные критерии оказали влияние на характеристики выборки. Необходимость выполнения творческого задания, на наш взгляд, повлекла смещение выборки по профессиональному составу респондентов. Хотя в интервью приняли участие представители различных сфер занятости, род деятельности многих из них включал в себя интеллектуальную и/или творческую компоненту.

¹ Данные Калининградстата, география внутреннего туризма граждан России в Калининградскую область. URL: [https://39.rosstat.gov.ru/storage/mediabank/04%20География%20туризма%20РФ\(1\)_948259.pdf](https://39.rosstat.gov.ru/storage/mediabank/04%20География%20туризма%20РФ(1)_948259.pdf) (дата обращения: 06.05.2025).

С учетом перечисленных ограничений можно сделать вывод, что полученные в ходе исследования данные наиболее релевантны для россиян ранней взрослости, относящихся к среднему классу и занятых преимущественно умственным, квалифицированным трудом. Смещение выборки в сторону этих социальных характеристик представляется допустимым, поскольку целью интервью было получение качественных данных о символическом пространстве Калининграда, выявление его сильных и проблемных мест. Поэтому для исследования были особенно ценны активные творческие респонденты, готовые дать развернутые и критические ответы на вопросы.

Основные символы и символические места Калининграда на ментальных картах

Анализ ментальных карт показал, что, несмотря на кажущуюся многочисленность изображенных объектов, символическое восприятие Калининграда извне в основном концентрируется вокруг нескольких ключевых достопримечательностей (табл. 1.).

Таблица 1 (Table 1)

Объекты городского ландшафта Калининграда на ментальных картах жителей других регионов России
Kaliningrad's urban landscape objects on mental maps of residents of other regions of Russia

Тип объектов городского ландшафта	Объекты городского ландшафта Калининграда	n
Архитектурные достопримечательности	Кафедральный собор	18
	Рыбная деревня	14
	Остров Канта	6
	Дом Советов	5
	Музей Мирового океана	4
	Стадион «Ростех Арена» («Калининград»)	2
	Руины Королевского замка, Музей янтаря, Королевские ворота Фридландские ворота, пр. Победы, «Амалиенау», пл. Победы, Дом техники (ТЦ «Эпицентр»), Медовый мост, форты, здания БФУ им. И. Канта на ул. Чернышевского, 56а и на ул. Невского, 14, реконструированные «хрущевки» на Ленинском проспекте	1
Общая специфика городской архитектуры	Немецкие дома	6
	Мосты	5
	Дома	3
	Советские дома, улицы, спальные районы, брусчатка	1

Окончание таблицы 1

Тип объектов городского ландшафта	Объекты городского ландшафта Калининграда	n
Природные объекты	Река Преголя	7
	Зеленые насаждения	7
	Балтийское море	5
	Вода	4
	Куршская коса	3
	Янтарь	3
	Верхнее озеро	2
	Нижнее озеро, «Танцующий лес», канал, чайки	1
Культурные объекты	Могила И. Канта	6
	Музей Мирового океана	4
	Музей янтаря, зоопарк, памятники И. Канту, Ф. Шиллеру, А. Маринеско, НИС «Космонавт Виктор Пацаев», подводная лодка Б-413	1
Рекреационные объекты	Стадион «Ростех Арена» («Калининград»)	2
	Парки, кафе, рестораны, ТЦ «Европа», ТЦ «Виктория», катера	1
Транспортная инфраструктура	Дороги	3
	Аэропорт, Южный и Северный вокзалы, брусчатка	1

Представленная на рисунках палитра объектов была классифицирована следующим образом:

1. **Архитектурные достопримечательности.** Среди них наиболее запоминающимися оказались остров Канта, находящийся на нем Кафедральный собор и прилегающий к нему архитектурный комплекс «Рыбная деревня». Учитывая их территориальную близость, можно сделать вывод, что в представлениях гостей города достаточно определен **образ «центрального места» Калининграда** (см. рис. 1):

«Остров с Собором и Рыбной деревней – символ Калининграда» (м., 31, Москва).

Действительно, сегодня Кафедральный собор и «Рыбная деревня» в совокупности являются наиболее популярным местом Калининграда, что подтверждают и данные туристических порталов¹. Казалось бы, здесь можно говорить о наличии «зоны согласия» в определении символического центра. Но процессы символизации в Калининграде всегда обрамлены политическим контекстом:

¹ См. например: данные туристического портала «Tripadvisor», согласно которым Кафедральный собор и Рыбная деревня (наряду с Музеем Мирового океана, относящейся к нему же подводной лодкой Б-413 и Музеем янтаря) входят в пятерку достопримечательностей Калининграда с наибольшим количеством отзывов. URL: https://www.tripadvisor.ru/Attractions-g298500-Activities-a_allAttractions.true-Kaliningrad_Kaliningrad_Oblast_Northwestern_District.html (дата обращения: 10.07.2025).

историческая принадлежность Собора немецкой культуре не дает возможности признать его главным символом *российского* города. Комплекс «Рыбная деревня» хоть и был возведен сравнительно недавно, но представляет собой новодел, стилизованный опять же под немецкую «восточно-прусскую» архитектуру.

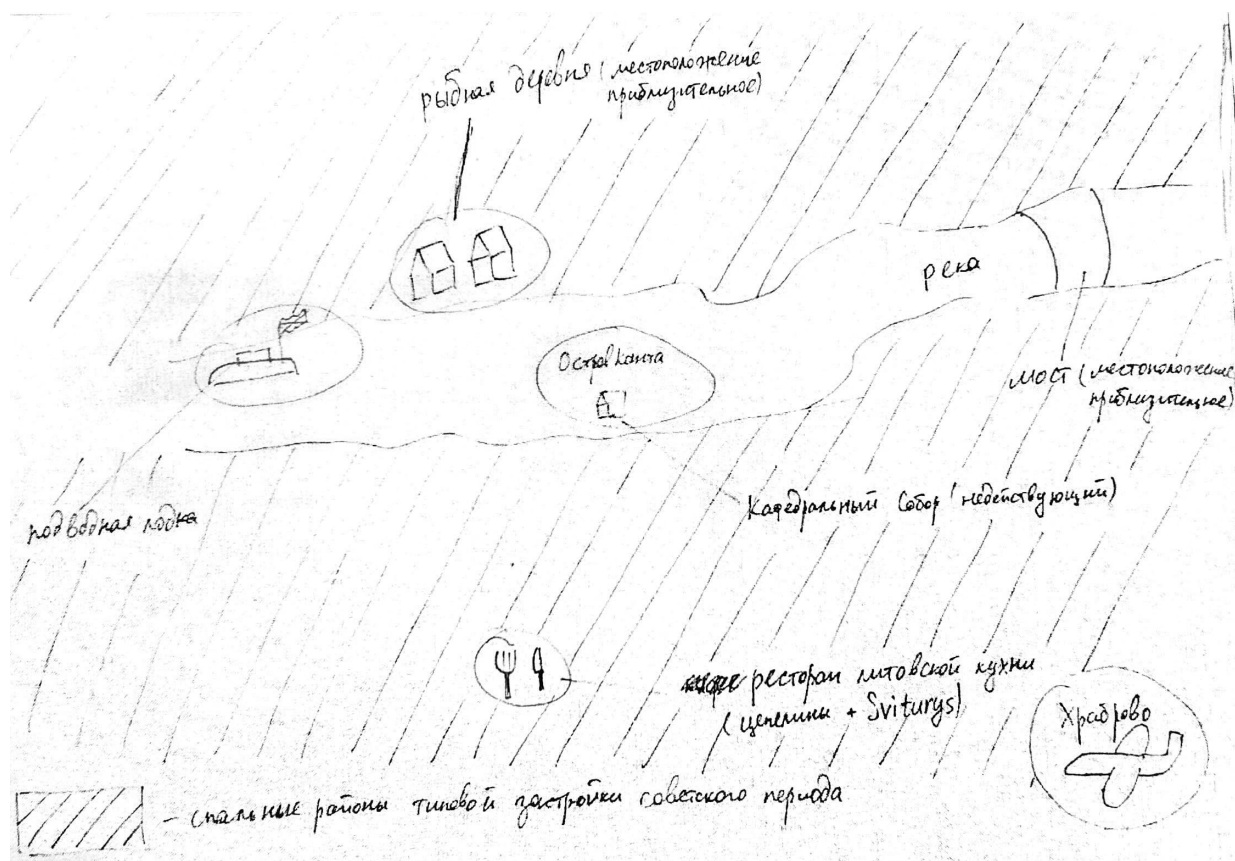


Рис. 1. Пример характерного представления о Калининграде: центр – Остров Канта и «Рыбная деревня», остальное пространство города аморфно, а советская застройка, в силу ее типичности для респондента, вообще представлена «штриховкой»

Figure 1. An example of a typical representation of Kaliningrad: the city center is Kant Island and the “Fishing Village”, the rest of the city is amorphous, and Soviet buildings, due to their typicality for the respondent, are represented by “hatching”

Конкуренцию острову Канта как главному символическому месту города могла бы составить Центральная площадь. На ней сохранился фундамент Королевского замка, строительство которого положило историческое начало Кенигсбергу. На ней же находился Дом Советов – амбициозный проект советской архитектуры, призванный символически заместить снесенный в конце 1960-х гг. немецкий замок. Тем не менее, по ряду причин, обусловленных реалиями Перестройки и распада Советского Союза, здание так и не было введено в эксплуатацию, став самым знаменитым калининградским «долгостроем». На протяжении долгого времени в политических и общественных дискуссиях о его судьбе было сломано немало копий [4]. Итогом стал демонтаж здания, завершившийся в августе 2024 г. Фундамент

Королевского замка в настоящий момент законсервирован и не доступен для осмотра. Поэтому нет ничего удивительного в том, что объектов Центральной площади практически не было на ментальных картах. При этом если Дом Советов все же нашел свое отображение в представлениях ряда респондентов, заставших его до сноса, то Королевский замок был упомянут лишь единожды.

Еще одна альтернатива – площадь Победы. Именно она сегодня играет роль главной площади для местного населения: на ней проходит военный парад в День Победы, проводятся праздничные мероприятия, устанавливается главная городская елка и т. п. Баланс немецким архитектурным объектам здесь составляют Триумфальная колонна Победы, православный Собор Христа Спасителя, Храм святых Петра и Февронии. Безусловно, площадь Победы является точкой притяжения и туристического интереса, но все же уступает острову Канта. Это вполне логично, так как туристы ориентированы на осмотр более древней архитектуры, уникальных объектов, отличных от привычного окружения. Также полный зелени остров Канта и набережная «Рыбной деревни» более привлекательны для прогулок, чем площадь Победы с ее активным автомобильным трафиком.

Таким образом, в настоящий момент в калининградском дискурсе отсутствует выраженный консенсус в отношении ключевого архитектурного символа города. Поэтому остается актуальной и проблема определения историко-культурного «центра», с которым должно быть связано и российское настоящее Калининграда.

Завершив прогулку по острову Канта, с проблемой дисперсности калининградского пространства сталкиваются и гости города:

«Нет точного ощущения центра города. Все немецкие объекты разбросаны по городу, нет малого исторического центра» (ж., 30, Москва).

2. Общая специфика городской архитектуры. Среди специфичных элементов городской архитектуры Калининграда респонденты выделяли наличие *немецких домов, мосты, брусчатку*. В своих рисунках они зачастую не конкретизировали отдельные здания, стремясь передать общее впечатление, флер, запомнившиеся архитектурные нюансы. Одна из респонденток представила собирательный образ Калининграда в виде *«здания готического вида из кирпича с часами»*. Другой на главное место вывел дома с черепичными крышами, так как *«нигде такого не встречал, такой немецко-австрийский стиль»*. Еще одна захотела отразить *«упорядоченность и строгость, которую несет в себе немецкая архитектура»*.

Немецкие оборонительные объекты, в том числе фортификации у ряда респондентов подкрепляют образ Калининграда как *города-крепости*:

«Город расположен как крепость, центр – кирха с Кантом» (м., 34, Пенза).

Еще одна распространенная ассоциация – *мосты*. Один из опрошенных даже вспомнил известную загадку о семи кенигсбергских мостах, связанную с созданием Л. Эйлером теории графов.

Также респонденты отмечали, что для Калининграда характерна малоэтажная застройка. Примечательной показалась и подъездная нумерация домов.

Выраженной пространственной характеристикой Калининграда стала компактность городской среды:

«В Петербурге нужно больше времени, чтобы куда-то доехать, поэтому Калининград в этом плане компактнее, удобнее» (м., 28, Санкт-Петербург).

«Калининград – один из самых уютных городов по сравнению с Москвой, Питером, Владивостоком, Сочи, Крымом» (ж., 31, Владивосток).

Многие опрошенные посчитали, что Калининграду присуща «европейская стилистика», под которой они подразумевали как сохранившиеся немецкие достопримечательности, так и современные объекты, а также некий общий «европейский дух»:

«От Москвы архитектурно отличается, есть налет такой европейскости, хороший город для отдыха, для прогулок» (ж., 51, Москва).

«В Москве больше храмов, сорок сороков, купеческая культура. А “немецкий дух” – в Калининграде» (ж., 31, Москва).

Главная же специфика Калининграда в представлении большинства опрошенных выражена в контрасте немецкой, советской и современной архитектуры:

«В Питере, например, отдельно культурные объекты, отдельно – пятиэтажки, а в Калининграде – все перемешано» (м., 34, Пенза).

Хотя подобная «смешанность» и вызвала недоумение у ряда опрошенных, в основном оно было связано с неудовлетворительным состоянием архитектурных объектов. Историческая «мозаичность» архитектуры, без сомнения, представляет уникальную черту городского облика Калининграда:

«У города есть своя изюминка – сочетание советского и немецкого пространства, я такого нигде не видела» (ж., 31, Владивосток).

«Не похож и на другие города, в которых бывал, отличается от Нижнего Новгорода, Самары. У Калининграда есть свое лицо» (м., 32, Пенза).

3. Культурные объекты: музеи, памятники, скульптуры. Среди культурных объектов чаще всего на рисунках отмечали могилу И. Канта и Музей Мирового океана. Далее в ходе интервью респонденты в основном положительно отзывались также о Музее янтаря, Калининградском музее изобразительных искусств, зоопарке.

Музей Мирового океана и Музей янтаря являются уникальными в своем роде музеями России, и, можно сказать, стали уже частью бренда Калининграда. Сложно переоценить их символическое значение. Музей янтаря через лейтмотив добычи и обработки «золотого камня» связывает различные эпохи истории края. Музей Мирового океана транслирует столь важные смыслы как промысловое, научно-исследовательское, военное

значение области в контексте общероссийской истории. Эти смыслы, в целом, нашли слабое отражение в ответах респондентов и в основном воспроизводились ими именно в описаниях впечатлений от посещения указанных музеев.

При этом респондентами не был упомянут Калининградский областной историко-художественный музей – один из важнейших культурных объектов города, уделяющий особое внимание теме Великой Отечественной войны. Среди его экспозиций – впечатляющая трехмерная панорама «Кенигсберг-45. Последний штурм». В его состав входит музей «Бункер», где укрывался и после сдался советским войскам последний комендант Кенигсберга Отто Ляш. Но, стоит отметить, что часть респондентов все же упоминала одно из его отделений – военно-исторический мемориальный комплекс «Форт №5». Это, на наш взгляд, демонстрирует синергию символического переплетения эпох – в привлекающих интерес иногородних посетителей стенах немецких фортификациях доводятся до них факты о трудностях штурма Кенигсберга, о героизме советских воинов, – о тех, благодаря кому эта земля стала частью России.

Здесь можно сделать вывод, что внешний образ Калининграда как музейного города отчасти сформирован – прежде всего, благодаря флагманским музеям, отвечающим современным стандартам и уникальным для России. Но, тем не менее, в представлениях о его культурной сфере все еще остаются пробелы: калининградские музеи классического формата в основном остались «за кадром» впечатлений. Практически не нашли выражения в ответах респондентов образы Калининграда как художественного, театрального, музыкального города.

Для продвижения искусства сегодня в Калининграде прикладываются серьезные усилия. В 2018 году Калининградский музей изобразительных искусств был перенесен в историческое здание бывшей биржи Кенигсберга, что безусловно поспособствовало его развитию (на сайте музея этот переезд называют «судьбоносным»¹). И совсем недавно, 12 июня 2025 г., в городе открылся филиал Государственной Третьяковской галереи.

Хотя в Калининграде достаточно насыщенная театральная жизнь, так получилось, что наших респондентов она практически не затронула. Не оказалось на ментальных картах и здания Калининградского драматического театра. Возможно, это было обусловлено тем, что при восстановлении бывшего Луизен-театра обновленное здание приобрело архитектурные черты, характерные для многих других театров советского времени, и «не считается» гостями города как уникальное и примечательное. Как отмечает искусствовед И. Чечот: «Это здание своей колоннадой вносит очень сильный русский и советский акцент здесь, где сохранилось так много старого»².

¹ История музея // Сайт «Калининградского музея изобразительных искусств». URL: <https://www.kaliningradartmuseum.ru/about/history/> (дата обращения: 20.06.2025).

² Калининградские театры: история метаморфоз // Страна Калининград. 2019. 30 сентября. URL: <https://strana39.ru/news/2019-09-30/343826-kaliningradskie-teatry-istoriya-metamorfoz> (дата обращения: 25.06.2025).

Среди музыкальных символов города наши респонденты выделили «звук органа». Отдельные музыкальные события, мероприятия, хоть и проводятся регулярно и собирают большие аудитории («Бахослужение», «Калининград Сити Джаз» и др.), упомянуты не были. Так что, Калининграду есть куда развиваться в этом направлении.

4. Природные объекты. Те или иные природные элементы встречались практически на всех рисунках. Достаточно выражено было представление о Калининграде как о городе на реке. Так, один из респондентов отметил, что «*реку Преголю нарисовал, так как река очень важна для города*». Другой даже подчеркнул, что город «*преголецентричный*». Примечательно, что оба они из Санкт-Петербурга – города, образ которого тоже неразрывно связан с рекой. Но, конечно, реки и озера были отмечены и жителями других городов.

Многие респонденты изображали на рисунках элементы растительности, поскольку Калининград запомнился им как зеленый город, «город-парк» (см. рис. 2):

«Я всегда помню, что Собор утопал в зелени <...> Деревья вдоль дорог на загородных трассах – тоже особенность Калининграда. Вообще, город сам зеленый» (ж., 31, Москва).



Рис. 2. Респондентка изобразила Калининград в цвете:
 «Была осенью, когда очень красиво было. Вот и образ такой: кирпичные здания, деревья, вода – все вперемешку» (ж., 33, Москва)

Figure 2. The respondent depicted Kaliningrad in color:
“It was autumn, when it was very beautiful. So the image is like this: brick buildings, trees, water – all mixed up” (f., 33, Moscow)

Образ Калининграда у многих респондентов оказался географически расширен и включал в себя другие места области: Балтийское море, Куршскую косу, курортные города (Зеленоградск, Светлогорск). В целом, достаточно выражено было представление о Калининграде как о морском городе, городе на Балтике.

«Корабль нарисовала, потому что впечатления о Калининграде включают впечатления о Калининградской области, о Куршской косе, море» (ж., 33, Москва).

«И, главное, увидел море, я до этого море только один раз видел» (м., 29, Алтайский край).

В целом, респонденты очень положительно оценили **природные богатства** Калининграда даже в сравнении с другими курортными городами:

«Немного похож на Сочи, наверное, природой, морем, только в Сочи контраст больше природный, так как горы есть. Мне Светлогорск показался похожим на Красную поляну. Я с Сочи и другие города сравнивала, и даже за границу, мне важно, чтобы красивый город был, красивая природа, это есть у Калининграда» (ж., 31, Сочи).

5. Рекреационные объекты. К этому блоку мы отнесли парки, развлекательные и спортивные объекты, кафе и рестораны. Несмотря на ограниченную представленность на рисунках в ходе интервью было выявлено, что они занимают важное место во впечатлениях о Калининграде:

«Еще в городе много хороших заведений, захотела кафе нарисовать, так как мы с друзьями посещали во время поездки, приятные воспоминания» (ж., 31, Владивосток).

Стоит отметить, что в ответах присутствовала некоторая противоречивость: например, неоднозначно оценивалась сфера услуг, культурная жизнь. Объяснение этому можно найти в том, что респонденты представляли разные города и разный социальный опыт. К плюсам Калининграда были отнесены уровень сервиса, гастрономия, а также качественные экскурсии. Тем не менее, некоторые выделяли такие недостатки, как малочисленность и загруженность ресторанов и отелей, высокие цены, а также сложности в туристической навигации. Как заметила одна из респонденток:

«Калининград – город для своих, пока местный человек не покажет, куда пойти, что поесть, то ты и не знаешь» (ж., 31, Москва).

6. Транспортная инфраструктура. Хотя большинство респондентов вспоминали прежде всего конкретные места и объекты, некоторые отмечали и важность функциональных связей между ними – транспортных артерий:

«Вокзалы, улицы, реки, по сути, проектируют город» (м., 29, Санкт-Петербург).

При этом, именно транспортные коммуникации подверглись наибольшей критике: недовольство было вызвано состоянием общественного транспорта, высоким уровнем автомобилизации, большими пробками на дорогах, сложностью вызова такси, низким уровнем культуры парковки.

На этом основании можно сделать вывод, что у опрошенных преобладают ассоциации с Калининградом как с туристическим городом с наличием исторической немецкой архитектуры и красивой природой. Тем не менее, анализ интервью позволил выявить и ряд насущных проблем в восприятии города: ограниченность главных символических объектов, состояние отдельных зданий, сложности транспортной коммуникации, недостаток культурной жизни и отдельные претензии к уровню сервиса.

Также при анализе было учтено, что образ на ментальных картах не только позволяет выявить основные узнаваемые места, но и определить, что было проигнорировано в представлениях о городе [15, с. 112]. На рисунках респондентов не нашли отражения такие характерные смыслы, связываемые с Калининградской областью, как ее статус военного форпоста, военное историческое прошлое и подвиги героев Великой Отечественной войны. Также практически никак не были представлены *индустриальный, экономический, административный капиталы*. Подобную ситуацию подтверждают и другие социологические исследования внешнего образа Калининграда [11, с. 48].

Это подсвечивает еще одну проблему – Калининград рассматривается преимущественно как город для отдыха, а не для работы. Хотя на респондентов Калининград произвел в целом впечатление развивающегося современного города, в сравнении с крупными городами сам ритм калининградской жизни показался им спокойным, и даже медлительным. Респонденты в основном высказывались о возможности переезда в Калининградскую область лишь в отдаленной перспективе («на пенсии», «в старости»), либо при уверенности в трудоустройстве.

«Но есть ограничения по работе по сравнению с Москвой <...>. Возможно, совсем не переехала бы, но хотела бы домик здесь на лето» (ж., 28, Москва).

«О переезде не думала, но, в целом, хотела бы тут жить. Только работа останавливает, не уверена, что тут смогу найти. Буду еще приезжать отдыхать точно» (ж., 31, Пенза).

Значимое влияние на оценки респондентов оказал диссонанс между европейским имиджевым позиционированием города и типичной российской культурой и бытом. Многие из них отметили, что Калининград еще «не дотягивает» до европейских стандартов:

«В образе многих моих знакомых Калининград – европейский город. Но я особенного чего-то европейского не увидел, Санкт-Петербург не менее, а, может, даже и более европейский. В мышлении, в жизни людей – это российский город» (м., 29, Санкт-Петербург).

«Калининград, скорее, провинциальный город» (ж., 28, Москва).

Подобная ситуация характерна и для других российских городов. Так, например, сходный «контраст между претенциозностью и легкой провинциальностью» наблюдается во внешнем восприятии Выборга, с которым сравнивали Калининград и некоторые наши респонденты [6, с. 143].

Но главной одновременно как сильной, так и проблемной символической чертой Калининграда является переплетение в нем немецких, советских и современных объектов и смыслов. Как во временной, так и в пространственной перспективе Калининград воспринимается дискретным, прерывистым. Одной из важнейших задач его символического развития остается достижение гармонии между символами немецкого прошлого и российского настоящего.

Городской ландшафт Калининграда в исторической перспективе: переплетение трех эпох

В ходе интервью мы попросили респондентов соотнести запомнившиеся им объекты городского ландшафта с основными периодами истории города: немецким, советским и современным (табл. 2).

Таблица 2 (Table 2)

Объекты городского ландшафта Калининграда, отнесенные респондентами к немецкому, советскому и современному периоду истории
Kaliningrad's urban landscape objects attributed by respondents to the German, Soviet, and modern periods of history

Исторический период	Объекты городского ландшафта Калининграда	n
Немецкий период	Кафедральный собор	21
	Могила И. Канта	6
	Ворота	5
	Немецкая жилая застройка	5
	Амалиенау	4
	Форты	4
	Остров Канта	3
	Рыбная деревня	3
	Брусчатка	2
	Музей янтаря	2
	Мосты	2
	Немецкая архитектура	2
	Природа	2
	Королевские ворота, Фридландские ворота, Бранденбургские ворота, памятник И. Канту, памятник Ф. Шиллеру, руины Королевского замка, здание Кенигсбергской биржи, Дом техники (ТЦ «Эпицентр»), здание БФУ им. И. Канта на ул. Чернышевского, 56а, зоопарк, скульптура «Борющиеся зубры», немецкие районы, Хуфен, вокзалы, порт, РК «Резиденция королей», озера, немецкая кухня, немецкое пиво, название «Кенигсберг»	1

Окончание таблицы 2

Исторический период	Объекты городского ландшафта Калининграда	n
Советский период	Советская типовая застройка	19
	Дом Советов	10
	Суда	4
	Памятник 1200 гвардейцам	2
	Музей Мирового океана, Музей янтаря, Триумфальная колонна Победы, Центральный парк культуры и отдыха, эстакадный мост, стадион «Балтика», памятник М. И. Калинин, аэропорт «Калининград» (Храброво), въездной знак «Калининград», советская мозаика, советская топонимика, промышленность, руины Королевского замка	1
Современный период	Современная архитектура	20
	Рыбная деревня	10
	Стадион «Калининград»	8
	Музей Мирового океана	5
	Отели	4
	Торговые центры	4
	Собор Христа Спасителя	3
	Аэропорт	3
	Рестораны, кафе, бары	3
	Мосты	2
	Зоопарк	2
	Туристическая инфраструктура, современные памятники, уличное оформление, брусчатка, здание БФУ им. И. Канта на ул. Невского, 14, «реновированные хрущевки» на Ленинском проспекте, Верхнее озеро, пиво	1

Немецкий период

В историческом ландшафте Калининграда чаще всего респонденты идентифицировали объекты немецкого прошлого. Самым запомнившимся среди них стал Кафедральный собор. При этом большинство респондентов затруднялось в определении его наименования: встречались варианты «католический и лютеранский костел», «башня с часами» или просто «собор». Ряд опрошенных соотносили его с личностью философа И. Канта, похороненного с внешней стороны северо-восточного угла, – «Собор Канта», «кирха с Кантом», «Собор с могилой Канта».

Часть респондентов обобщенно выделяли жилую застройку: немецкие дома, особняки, улочки и т. п. Среди довоенных районов прямо или косвенно упоминались Амалиенау, Хуфен, «остров Канта» или просто

«старое место». Примечательно, что трое респондентов к немецкому периоду отнесли Рыбную деревню, которая является лишь современной вольной стилизацией под немецкую архитектуру.

Объекты крепостной и оборонительной архитектуры были представлены фортами, а также городскими воротами.

Среди культурных объектов *чаще всего называлась* могила И. Канта, также были упомянуты Музей янтаря, памятники И. Канту и Ф. Шиллеру, скульптура «Борющиеся зубры», зоопарк.

Объекты транспортной и промышленной инфраструктуры практически не были представлены, упоминались лишь «порт» и «немецкие вокзалы».

Следы немецкой истории были замечены респондентами даже в природных объектах: «аллеи с деревьями», «мох на крышах», а также «озера» (прим. Верхнее и Нижнее озеро). Остальные блоки остались однокомпонентными: к уличному оформлению был отнесен ответ «брусчатка», к гастрономии – «немецкое пиво».

Ряд архитектурных объектов, по мнению опрошенных, требует ремонта и реставрации:

«Не понравилось, что немецкие постройки просто стоят заброшенные. Или вообще пытаются их снести и построить торговые центры» (м., 25, Москва).

Тем не менее, само наличие объектов немецкой архитектуры респонденты сочли наиболее привлекательной чертой историко-культурного ландшафта Калининграда:

«Понравилась немецкая часть города – имею в виду, собирательная: Кафедральный собор, сохранившиеся дома, ворота и т. п.» (ж., 32, Москва).

Советский период

К объектам, отражающим советский период в городском облике Калининграда, большинство респондентов отнесли типовую застройку: «хрущевки», «панельки», девятиэтажки и т. п. При этом единственное здание, которое было конкретизировано, – Дом Советов. Хотя, как будет показано далее, отношение к нему было весьма неоднозначным, тем не менее, именно с ним респонденты более всего ассоциировали советское прошлое города. Несмотря на наличие в Калининграде других зданий, которые являются примечательными образцами советской архитектуры, респонденты их не идентифицировали:

«Дом Советов специально рисовать не стал, хотя мне кажется, что он даже больше ассоциируется с Калининградом, чем Кафедральный собор» (м., 29, Санкт-Петербург).

Среди памятников и скульптурных композиций респонденты назвали Памятник 1200 гвардейцам, памятник М. И. Калинин и Триумфальную колонну Победы.

Еще одним узлом концентрации советских смыслов в образе Калининграда стал Музей Мирового океана. Хотя непосредственно сам музей к советскому периоду отнес лишь один респондент, тем не менее, еще шестеро выделили как символы советского эпохи морские суда, входящие в его композицию: НИС «Витязь», НИС «Космонавт Виктор Пацаев», подводную лодку Б-413.

В целом, объекты советского периода нашли самое слабое отражение в представлениях респондентов. Более того, именно о **советской застройке** они отзывались наиболее негативно (см. рис. 3):

«Обшарпанные, безумно обшарпанные, страшнящие здания прямо в туристическом центре. Это была, прям, боль» (ж., 25, Москва).



Рис. 3. Респондент выразил на рисунке свое отрицательное отношение к советской застройке: «Не понравилась советская застройка, остаются еще страшные очень здания, целые улицы» (м., 32, Пенза)

Figure 3. The respondent expressed his negative attitude towards Soviet buildings in the drawing: "I did not like Soviet buildings, there are still very scary buildings, whole streets" (m., 32, Penza)

В целом, такой результат неудивителен ввиду общекультурного отношения к советской застройке как к «типовой», «безликой», «серой» и т. п. Как отметил один из респондентов:

«Человек, который едет в Калининград хочет лицезреть не что-то советское, а что-то местное, или необычное» (м., 29, Санкт-Петербург).

Как показывают исследования, и в других городах России воспринимают советскую архитектуру менее эстетичной по сравнению с другими историческими периодами [7, с. 73]. Тем не менее, отношение к советской архитектуре Калининграда показалось особенно эмоциональным и негативным. Это может быть объяснено рядом **причин**:

1. Большинство респондентов в своих негативных оценках ссылались на **состояние советских домов**. Т.е. их отрицательное отношение было связано с тем, что советские здания требовали ремонта и т. п. Так, например, одна из опрошенных особо подчеркнула, что ей не понравились *«не все советские здания, а именно те, что в жутком состоянии»* (ж., 31, Владивосток).

2. На восприятие советской застройки у ряда респондентов также повлияло наличие **контраста в облике Калининграда** между архитектурными стилями различных эпох.

«Советские постройки (прим. не понравились), не хватает гармонии, слишком большой контраст между зданиями» (ж., 31, Сочи).

3. Негативное впечатление было усилено различием между **ожидаемым обликом города**, сложившимся еще до его посещения на основе транслируемого в различных медиаисточниках образа Калининграда как города с немецкой архитектурой, и **непосредственно увиденным**. Это вызвало у некоторых респондентов когнитивный диссонанс и сопутствующее ему чувство разочарования:

«Не ожидала, что Калининград настолько советский. Это неплохо, но ожидала больше Европы увидеть, было легкое разочарование – в Интернете все фотографии такие красивые были, а в самом городе этого не хватило» (ж., 31, Владивосток).

«Образ не совсем совпал, я читала, смотрела новости, представляла, что Калининград больше похож на такую «Янтарную деревню». Больше понравился Зеленоградск» (ж., 25, Москва).

«Хотелось бы больше довоенных зданий увидеть. У города интересная история, он был в составе Восточной Пруссии, хотелось бы посмотреть на довоенный Калининград» (м., 28, Ярославль).

4. И, наконец, отрицательное отношение к советской архитектуре Калининграда может быть также обосновано самой **прагматикой туристической поездки**. Респонденты, совершая путешествие, очевидно были настроены увидеть что-то новое, уникальное, отличное от их привычного места жительства. Поэтому «типичная» советская застройка, характерная и для их родных городов, им была не очень интересна.

«Я удивилась, что Калининград – обычный город. Думала, что он будет больше, необычнее, будет отличаться от других российских городов» (ж., 31, Сочи).

Много отрицательных оценок собрал и уже упомянутый ранее Дом Советов: «некрасивый дом», «советская страшная постройка», «странное голубое кубическое здание» и т. п. При этом часть респондентов склонялась к сносу здания как к решению проблемы:

«Ужасное здание недостроенное – бельмо на глазу. Слышала, что его собираются сносить, думаю, это правильно. Оно небезопасно, некрасиво» (ж., 51, Москва).

Другие респонденты хоть и выражали негативную оценку, но, скорее, связывали ее с самим состоянием советского долгостроя, отмечали необходимость в уходе, реконструкции и т. п.

«Один дом советский довлеет визуально над городом, жуткий, весь заброшен, там еще полуподпольные экскурсии проводят, слышала. Такие дома требуют ухода» (ж., 31, Владивосток).

Но встречались также и положительные оценки:

«Дом Советов – мог бы быть прекрасным туристическим объектом, такой памятник советской архитектуры, можно было бы какой-то музей сделать» (м., 31, Москва).

Как уже было отмечено выше, на данный момент судьба Дома Советов решилась – он полностью демонтирован. Как отметили Ю. В. Костяшов и А. В. Саенко: «Сегодня, как и почти восемьдесят лет назад в послевоенном Калининграде, вновь актуальным становится вопрос: каким быть центру Калининграда? После завершения сноса Дома Советов, который многие считали примечательным произведением советской архитектуры, центральная часть города, составляющая несколько десятков гектаров, представляет собой пустующую площадку» [4, с. 98]. От себя дополним, что такая же пустующая площадка теперь образовалась и во внешних представлениях о сохранившихся символах советской эпохи. В образах Калининграда у наших респондентов Дом Советов буквально затмил все остальные памятники советской архитектуры. Возможно, теперь его отсутствие позволит им раскрыться, но для этого, конечно, необходима заинтересованность и усилия в их продвижении со стороны элит и общественности.

Тем не менее, в символическом пространстве Дом Советов и связанные с ним смыслы продолжают свое существование – в фотографиях, открытках, воспоминаниях, сувенирах, статьях и т. п. Представляется весьма вероятным и «возвращение» Дома Советов в физическое пространство в виде архитектурной миниатюры, городской скульптуры, музейной экспозиции, дополненной реальности и т. п.

Таким образом, для Калининграда в настоящий момент остается крайне актуальным обретение символа, положительно раскрывающего его советское прошлое.

Современный период

Современную архитектуру *Калининграда респонденты в целом оценили положительно*. Среди объектов постсоветского периода развития Калининграда большинство выделило современную архитектуру, к которой они отнесли новостройки, многоэтажки, застройку спальных районов. Некоторые особо отмечали отреставрированные дома, отремонтированные в «ганзейском» стиле «хрущевки» на Ленинском проспекте, дома в «немецком стиле» с черепичными крышами, современные дома с «европейским оттенком». Среди отдельных объектов чаще всего упоминался комплекс «Рыбная деревня». Среди культурных объектов –

Музей Мирового океана, Собор Христа Спасителя на площади Победы. Еще одним запомнившимся символом современного Калининграда был стадион «Ростех Арена», построенный к Чемпионату мира по футболу в 2018 г.

Также респонденты выделяли объекты, связанные с туристической сферой услуг: отели и гостиницы, торговые центры, кафе, бары, рестораны. Современным некоторые посчитали и калининградский аэропорт (хотя он был построен в советское время, опрошенные говорили, что имеют в виду его «обновленный», «модернизированный» вид).

Примечательно, что некоторые опрошенные отметили разницу между символическим значением Кафедрального собора и Рыбной деревни:

«Кафедральный собор – история города. Рыбная деревня – новострой с претензией на историческую застройку, но тоже запоминающийся туристический объект» (м., 28, Санкт-Петербург).

Такое достаточно четкое разделение и восприятие Рыбной деревни как стилизации, туристического центра больше характерно для самих калининградцев. Но если в калининградском общественном дискурсе отношение к ней весьма сдержанное, то в ответах гостей города превалировала положительная оценка, даже если респонденты и считают ее как новодел:

«Рыбная деревня запомнилась, в западном стиле сделано, я читала, что это новые здания» (ж., 26, Москва).

«Рыбная деревня, понятно, что это новострой, фальшивка, но запомнилась» (м., 31, Москва).

Стоит отметить, что, как было указано выше, хотя в целом респонденты оценивают реставрации и архитектурную стилизацию под «восточно-прусский стиль» скорее положительно, тем не менее, некоторые выражают и тревогу:

«Также вызывают опасения современные подходы к реставрации (прим. о хрущевках на Ленинском проспекте). Мне не хотелось бы, чтобы из-за политических процессов Калининград потерял свой уникальных облик» (ж., 32, Москва).

Действительно, сегодня и в Калининграде, и в других городах Калининградской области набирает обороты практика создания **псевдо-исторических** пространств и объектов. Подобная тенденция к имитации немецкой архитектуры, по мнению В. В. Филатова, связана с тем, что «<...> сегодня культурно-историческое наследие рассматривается и властью, и значительной частью населения Калининградской области преимущественно с позиций экономического утилитаризма, в первую очередь в отношении его туристической привлекательности» [9, с. 25]. Ввиду этого коммерческий вектор в символизации пространства Калининграда требует противовеса: туристический сектор необходимо развивать постепенно при обязательном учете интересов местного населения, с соблюдением необходимых требований к сохранению культурно-исторических объектов, поддержанием просветительского курса и обязательными программами социального регулирования и поддержки.

Выводы

Анализ проведенных интервью подтверждает, что основными притягательными чертами как Калининграда, так и Калининградской области являются историко-культурные и природные особенности. Наибольший интерес вызывает немецкая архитектура, а также отдельные инокультурные вкрапления в городской среде. Но при этом стоит подчеркнуть, что подобный интерес к немецкому прошлому со стороны туристов и приезжих носит достаточно поверхностный и, скорее, эстетический характер. Особенности собственно немецкой истории и культуры практически не нашли отражение в образе Калининграда у опрошенных. Можно сказать, что в основном туристы ищут в Калининграде нечто отличное от их привычного места жительства – смену «картинки», выход из обыденности, – что, в принципе, является основным стимулом большинства современных путешествий. «Немецкий дух», которые некоторые респонденты приписывают Калининграду, скорее, воспринимается ими как часть некоего достаточно абстрактного «европейского духа», выраженного в специфичной архитектурной стилистике, в которой угадываются черты различных городов Европы, в качестве жизни, уровне сервиса и т. п.

Менее всего в исторической перспективе городского ландшафта Калининграда были оценены символы советской эпохи. Несмотря на то, что в целом подобное отношение характерно и для других российских городов, в случае Калининграда настораживает количество и эмоциональность негативных оценок. С советским прошлым связано становление Калининградской области, трудности переселенчества, военная история, подвиги героев Великой Отечественной войны. Результаты опроса показывают, что эти важные для местного населения смыслы практически не находят отражения в восприятии города извне. Ввиду этого, кажутся целесообразными усилия по их конструированию и продвижению на внешнюю аудиторию.

В настоящий момент Калининград активно развивается как туристическая дестинация, что влияет и на характер происходящих в городе изменений, многие из которых отвечают на внешний запрос и направлены на поддержание туристического интереса. В связи с этим вове продвигается образ Калининграда как «пост-Кенигсберга», что характеризуется нарастающими объемами символического производства под «восточно-прусский стиль» [10, с. 123]. Хотя многие респонденты благоприятно реагируют на современные новации и городские преобразования Калининграда, мировой опыт свидетельствует, что необдуманное переформатирование городского пространства исключительно под туристический запрос влечет за собой весьма негативные социальные последствия [13, с. 6]. В ситуации динамичных преобразований историко-культурного ландшафта для Калининграда представляется крайне важным сохранить «свое лицо»: свою уникальность, заключающуюся именно в сочетании символических объектов разных эпох.

Библиографический список

1. Берендеев М. В. Цифровой геобрендинг в современном PR-проектировании точек притяжения в российских регионах в условиях современной геополитики // *Знак: проблемное поле медиаобразования*. 2023. № 4(50). С. 13–22. DOI: 10.47475/2070-0695-2023-50-4-13-22; EDN: XGNYSM.
2. Беркинг Х., Лев М. Введение // *Собственная логика городов: Новые подходы в урбанистике* / Под отв. ред. Х. Беркинга, М. Лев. М.: НЛО, 2017. С. 7–17.
3. Бурдые П. Социология политики / Пер. с фр. Е. Д. Вознесенская и др., общ. ред. Н. А. Шматко. М.: Socio-Logos, 1993. 336 с.
4. Костяшов Ю. В., Саенко А. В. Дискуссия о развитии центра Калининграда в период перестройки. История города // *Academia. Архитектура и строительство*. 2024. № 4. С 1–101. DOI: 10.22337/2077-9038-2024-4-91-101; EDN: ACLHVJ.
5. Линч К. Образ города / Пер. с англ. В. Л. Глазычева; ред. А. В. Иконников. М.: Стройиздат, 1982. 328 с.
6. Рябова Л. К., Валегина К. О. Восприятие города: Выборг как кросскультурное пространство // *Труды исторического факультета Санкт-Петербургского университета*. 2015. № 24. С. 142–152. EDN: WWGZAT.
7. Садуов Р. Т. Отношение к визуальным элементам культурно-языкового ландшафта города // *Тенденции развития науки и образования*. 2021. № 70(7). С. 70–73. DOI: 10.18411/lj-02-2021-262; EDN: GSJVIP.
8. Федотова Н. Г. Символический капитал места: понятие, особенности накопления, методики исследования // *Вестник ТГУ. Культурология и искусствоведение*. 2018. № 29. С. 141–155. DOI: 10.17223/22220836/29/13; EDN: WAKRAT.
9. Филатов В. В. Проблемы оценки культурно-исторического основания цивилизационного потенциала Калининградской области // *Современные исследования социальных проблем*. 2023. Т. 15. № 1–3. С. 19–28. DOI: 10.12731/2077-1770-2023-15-1-3-19-28; EDN: LCMDSC.
10. Шевченко И. О., Белецкая Т. В. Символический капитал места как констелляция социальных смыслов (на примере Калининградской области) // *Социологические исследования*. 2024. № 10. С. 116–128. DOI: 10.31857/S0132162524100108; EDN: XXRREA.
11. Щекотуров А. В. Имидж Калининградской области в нарративах мигрантов // *Социологические исследования*. 2022. № 6. С. 43–54. DOI: 10.31857/S013216250016979-9; EDN: SCERIR.
12. Arruda A. Image, social imaginary and social representations // *The Cambridge handbook of social representations* / Ed. by G. Sammut et al. Cambridge University Press, 2015. P. 128–142. DOI: 10.1017/CBO9781107323650.012.
13. Ba C. et al. The Power of New Urban Tourism: An Introduction // *The Power of New Urban Tourism* / Ed. by C. Ba, S. Frank et al. New York: Routledge, 2021. P. 1–20. DOI: 10.4324/9781003093923.

14. Bourdieu P., Wacquant L. Symbolic capital and social classes // *Journal of classical sociology*. 2013. Vol. 13. No. 2. P. 292–302. DOI: 10.1177/1468795X12468736.

15. Osóch B., Czaplińska A. City image based on mental maps – the case study of Szczecin (Poland) // *Miscellanea Geographica. Regional Studies on Development*. 2019. Vol. 23. No. 2. P. 111–119. DOI: 10.2478/mgrsd-2019-0016.

Получено редакцией: 18.04.25

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Белецкая Татьяна Витальевна, старший преподаватель образовательно-научного кластера (ОНК) «Институт образования и гуманитарных наук»

Шевченко Ирина Олеговна, доктор социологических наук, главный научный сотрудник

DOI: 10.19181/vis.2025.16.4.1

The Image of Kaliningrad in the Social Perceptions of Residents of Other Regions of Russia

Tatiana V. Beletskaya

Immanuel Kant Baltic Federal University, Kaliningrad, Russia

beletskaya.t@gmail.com

ORCID: 0000-0002-9446-971X

Irina O. Shevchenko

Institute of Sociology of FCTAS RAS, Moscow, Russia

sheviren@yandex.ru

ORCID: 0009-0003-0915-4129

For citation: Beletskaya T. V., Shevchenko I. O. The Image of Kaliningrad in the Social Perceptions of Residents of Other Regions of Russia. *Vestnik instituta sotziologii*. 2025. Vol. 16. No. 4. P. 13–37. DOI: 10.19181/vis.2025.16.4.1; EDN: LLSAVL.

Abstract. This article analyses the image of Kaliningrad as perceived by residents of other regions of Russia who have visited it. It is argued that impressions, assessments, and opinions of the city represent its symbolic capital. Using interviews in conjunction with mind mapping, we identify the characteristics of social perceptions of Kaliningrad, the main symbolic objects of its historical and cultural landscape, and attitudes toward them. The specificity of Kaliningrad is also determined through respondents' perceptions of its similarities and differences with other cities. It is established that external assessments reveal an imbalance in the perception of architectural and cultural sites from different eras: the German, Soviet, and modern periods of the city's history. This imbalance is most clearly expressed in positive attitudes toward sites from the German past and negative attitudes toward sites of the Soviet heritage. It is argued that this contrast in assessments stems from the fact that the very pragmatics of travel actualises the demand for uniqueness, which in the case of Kaliningrad is most clearly expressed in the presence of traces of its German past in its symbolic space. Furthermore, partly due to the influence of Kaliningrad's media image, it is expected to confirm its status as a "European" city with corresponding standards of living and recreation. However, a direct visit reveals its Russian reality, with its inherent advantages and disadvantages. Therefore, one of the main challenges of symbolisation in the case of Kaliningrad is finding a balance between the demand for otherness, consistent with its status as a tourist destination, and identity with Russian culture. The external image clearly expresses the tourist, natural, and recreational attributes of Kaliningrad's symbolic space, but its military, industrial, and social significance are practically absent. Their promotion can serve as a counterbalance to the commercial vector of symbolisation and will contribute to a deeper understanding of the historical and socio-cultural specifics of the Kaliningrad region and its population.

Keywords: place image, city, social representations, symbolic capital, urban space, mental maps, Kaliningrad

References

1. Berendeev M. V. Digital geobrending in modern PR-design of points of attraction in Russian regions in the context of modern geopolitics. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya*, 2020: 4(50): 13–22 (in Russ.). DOI: 10.47475/2070-0695-2023-50-4-13-22; EDN: XGNYSM.
2. Berking H., Löw M. Introduction. In *Own Logic of Cities: New Approaches in Urbanism*. Ed. by H. Berking, M. Löw. Moscow, NLO, 2017: 7–17 (in Russ.).
3. Bourdieu P. *Sociology of Politics*. Transl. from Fr. E. D. Voznesenskaya et al. Ed. by N. A. Shmatko. Moscow, Socio-Logos, 1993: 336 (in Russ.).
4. Kostyashov Y. V., Saenko A. V. Discussion on the Development of the Center of Kaliningrad during the Period of Perestroika. *History of the City. Academia. Arhitektura i stroitelstvo*, 2024: 4: 91–101 (in Russ.). DOI: 10.22337/2077-9038-2024-4-91-101; EDN: ACLHVJ.
5. Lynch K. *The image of the city*. Transl. from Eng. by V. L. Glazychev. Ed. by A. V. Ikonnikov. Moscow, Stroyizdat, 1982: 328 (in Russ.).
6. Riabova L. K., Valegina K. O. *The perception of the city: Vyborg as a cross-cultural space. Trudy Istoricheskogo fakul'teta Sankt-Peterburgskogo universiteta*, 2015: 24: 142–152 (in Russ.). EDN: WWGZAT.
7. Saduov R. T. Attitude to the visual elements of the cultural and linguistic landscape of the city. *Tendencii razvitiya nauki i obrazovaniya*, 2021: 70(7): 70–73 (in Russ.). DOI: 10.18411/lj-02-2021-262; EDN: GSJVIP.
8. Fedotova N. G. Symbolic capital of the place: notion, peculiarities of accumulation, research methods. *Vestnik TGU. Kulturologiya i iskusstvovedenie*, 2018: 29: 141–155 (in Russ.). DOI: 10.17223/22220836/29/13; EDN: WAKRAT.
9. Filatov V. V. The problems of assessing the cultural and historical basis of the civilization potential of the Kaliningrad region. *Sovremennye issledovaniya sotsialnykh problem*, 2023: 1–3(15): 19–28 (in Russ.). DOI: 10.12731/2077-1770-2023-15-1-3-19-28; EDN: LCMDSC.
10. Shevchenko I. O., Beletskaya T. V. Symbolic capital of a place as a constellation of social meanings (the case of the Kaliningrad region). *Sotsiologicheskie issledovaniya*, 2024: 10: 116–128 (in Russ.). DOI: 10.31857/S0132162524100108; EDN: XXRREA.
11. Shchekoturov A. V. Kaliningrad oblast image in migrants' narratives. *Sotsiologicheskie issledovaniya*, 2022: 6: 43–54 (in Russ.). DOI: 10.31857/S013216250016979-9; EDN: SCERIR.
12. Arruda A. Image, social imaginary and social representations. *The Cambridge handbook of social representations*. Ed. by G. Sammut et al. Cambridge University Press, 2015: 128–142. DOI: 10.1017/CBO9781107323650.012.
13. Ba C. et al. The Power of New Urban Tourism: An Introduction. In *The Power of New Urban Tourism*. Ed. by C. Ba, S. Frank et al. New York, Routledge, 2021: 1–20. DOI: 10.4324/9781003093923.
14. Bourdieu P., Wacquant L. Symbolic capital and social classes. *Journal of classical sociology*, 2013: 2(13): 292–302. DOI: 10.1177/1468795X12468736.
15. Osóch B., Czaplińska A. City image based on mental maps – the case study of Szczecin (Poland). *Miscellanea Geographica. Regional Studies on Development*, 2019: 2(23): 111–119. DOI: 10.2478/mgrsd-2019-0016.

The article was submitted on: April 18, 2025

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Tatiana V. Beletskaya, Senior Lecturer at the educational and scientific cluster (ONK) «Institute of Education and Humanities»

Irina O. Shevchenko, Doctor of Sociological Sciences, Chief Researcher