

ТРАНСФОРМАЦИЯ ОБРАЗА СИБИРЯКА В СОЗНАНИИ ИРКУТСКОЙ ИНТЕЛЛИГЕНЦИИ: СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

© *Лисаускене Мария Вадимовна*

кандидат философских наук, доцент кафедры экономической теории и управления Иркутского государственного университета
Россия, 664003, г. Иркутск, ул. Карла Маркса, 1
E-mail: lisaus@mail.ru

В статье представлены результаты социологического исследования самоидентификации иркутской интеллигенции с образом сибиряка, приведен социологический анализ изменения отношения к понятию «сибиряк» с точки зрения территориального статуса, национальности, мифологии и мироощущения. Выявлен современный образ сибиряка, функционирующий в сознании респондентов, его специфика и основные характерные черты. Зафиксирована тенденция эксплуатации образа сибиряка в современном информационном пространстве и трансформации его в социальный бренд, который довольно активно используется в коммерческой и политической сфере. Выявлена потребность иркутской интеллигенции подчеркнуть свою идентификацию с понятием «сибиряк», которая связана с желанием отделить себя от других региональных общностей центральной России, подчеркнуть принадлежность к мифологическому образу сибиряка, базирующемуся на традиционных нравственных ценностях.

Ключевые слова: идентификация, самоидентификация, интеллигенция, сибиряк, образ сибиряка, сибирская идентичность, миф, социальный миф, тенденция, социальный бренд.

Интерес к исследованию сибирской идентичности, своеобразия и трансформации образа сибиряка, дискуссии о том, что такое образ сибиряка, как он функционирует в массовом сознании, что это - миф, социальный или территориальный статус, мироощущение или национальность, не утихают ни в научной, ни социальной среде. В течение ряда лет Иркутский госуниверситет под руководством автора проводит социологический мониторинг, в ходе которого изу-

чается динамика функционирования образа сибиряка в сознании иркутской интеллигенции, отношение различных социальных и половозрастных групп иркутян к понятию «сибиряк», их самоидентификация и жизненные ценности. Объектом исследования является взрослое население, в том числе преподаватели вузов, учителя школ, библиотекари, представители гуманитарной и технической интеллигенции. А также студенческая молодежь вузов города. В ходе исследования использовались как качественные (не стандартизированное глубинное интервью, эссе, которое писали в свободной форме респонденты) так и количественные методы (контент-анализ, метод семантического дифференциала, массовый опрос). Выборочная совокупность исследования составила 617 человек, выборка квотная, вероятностная, репрезентативная. Результаты исследования свидетельствуют об изменениях, происходящих в самоидентификации иркутской интеллигенции, и зависимости ее от возраста и социального статуса.

Таблица 1

Кем вы ощущаете себя прежде всего?	иркутяне, %	студенчество, %
Россиянином	25,3	20
Человеком своей национальности	19,2	16,9
Человеком Земли	17,5	33,5
Сибиряком	20	17,1
Иркутянином	18	12,5

Исследование зафиксировало противоречивые представления респондентов о сибирской идентичности. Так, более трети студенчества назвали себя «человеком земли», позиционируя глобальные, космополитические тенденции. «Мы – дети мира!» – заявляет каждый третий представитель молодого поколения. В отличие от них, старшее поколение интеллигенции в большей мере предпочитает идентифицировать себя с малой Родиной – Сибирью или родным городом Иркутском. Наряду с этим, ослабевают узы, связывающие сибиряков с Россией, – лишь каждый четвертый респондент в целом идентифицировал себя как россиянина, при этом среди студенчества подобную позицию занимает лишь пятая часть.

На вопрос о том, является ли понятие «сибиряк» особым социальным статусом, а сибирская идентификация мифом или реально-

стью, 17% респондентов заявили, что особый тип россиянина «сибиряк» – это миф, устаревший стереотип, сложившийся сто с лишним лет тому назад. Приведем мнения данной группы респондентов: «Это миф, потому что в наше время образа сибиряка не существует»; «У сибиряков нет каких-либо отличительных черт и особенностей, просто люди, живущие в провинциальной части России»; «В представлении жителей других регионов сибиряк суровый, сильный человек, который живет в тайге, охотится на медведей и пьет водку. На самом деле в Сибири живут современные люди, которые могут жить в других регионах»; «Сибирь можно считать обыкновенной российской провинцией, богатой лишь своими ресурсами и природой».

Но даже представители этой, отрицающей особость сибиряков, группы, отмечают, что сибиряк – абстрактное понятие, а когда произносишь его, то звучит как-то гордо. В отличие от слова «москвич», которое и звучит презрительно!». При этом, признавая, что образ сибиряка-это исторический миф, они или сожалеют об этом, или все же ищут принципиальные отличия сибиряков от других россиян. «Однако мы отличаемся от других жителей регионов тем, что сибиряки закаленные люди с сильным характером и силой духа. Это жизнерадостные, гостеприимные люди со щедрой душой. Наши природные и климатические условия закаляют нас и позволяют не бояться трудностей и найти выход из любой ситуации».

Обращая внимание на противоречивость мнений респондентов, следует отметить, что понятие современного социального мифа, как его определяет российский исследователь А. Ульяновский [1], представляет собой условно доверительное высказывание. При этом непроходимой границы между реальностью, мифом и ложью нет – они вписаны в социальный контекст и зависят от потребностей различных социальных, региональных и национальных групп в конкретных мифах. Контент-анализ различных научных, литературных, публицистических печатных источников, в том числе и политической рекламы, позволяет выявить элементы мифодизайна при функционировании понятия «сибиряк» в различных контекстах. При этом авторами контекста образ сибиряка используется как в литературном, публицистическом, так и в коммерческом и политическом плане. Вспомним, гордо звучащую строчку стихотворения Евгения Евтушенко, ставшую стереотипом: «Я сибирской породы!» Она подчеркивает сложившееся отношение автора к образу сибиря-

ка, как имеющему устойчивые героические черты. Эти отличительные черты и психофизические особенности сибиряка отмечают все наши респонденты. Абсолютное большинство иркутян позиционируют сибиряка как человека, проживающего на территории Сибири, являющегося носителем сибирского характера и менталитета.

Следует отметить, что это исключительно мужской образ, имеющий традиционные маскулинные черты русского богатыря: «Крупный, сильный человек, храбрый, надежный, способный преодолевать все трудности. Немного грубый и скрытный, но имеет широкую душу»; «Честный, надежный хозяин сибирской тайги»; «Он живет в согласии с природой, добродушен, трудолюбив, не предаст и не обманет, обладает крепким здоровьем и устойчивой психикой».

Сибиряк ассоциируется у респондентов с традиционными семейными ценностями, он надежен и в семье, и в быту, на него можно положиться даже в бизнесе. Его характер выкован сибирской природой, закален сибирским климатом и жизненными трудностями. По сути это идеальный образ традиционного русского былинного героя.

«Сибиряка формирует чистая и прекрасная природа Сибири и Байкала, их энергетика. Для него не свойственен московский прагматизм, тщедушность, жадность и рационализм. В Москве каждый за себя, у нас же можно рассчитывать на поддержку и взаимопомощь». Таким образом, сравнивая сибиряков и москвичей, наши респонденты, по сути, противопоставляют новые индивидуалистические и традиционные коллективистские ценности, делая выбор в пользу последних.

Эти тенденции подтверждают результаты исследования, проведенного социологами Томского университета, которое зафиксировало, что «У значительной части респондентов эмоциональное содержание понятия «Россия» выражено через слабость, хрупкость и медленность. В отличие от «России», понятие «Сибирь» имеет четко выраженную силовую компоненту. Так что восприятие Сибири как близкого, сильного, позитивного и укорененного региона, несомненно, влияет на структуру и содержание социальной идентичности сибиряков» [2].

Наряду с этим, каждый третий респондент в нашем исследовании с грустью отмечает, что идеальный образ былинного сибиряка является уходящим: «Образ сибиряка меняется. Ценности, что были

в почете у отцов и дедов, канули в лету, устремления направлены к неумемному обогащению, поиску лучшей жизни, семья уже не главное. Таковы реалии. Если раньше были сибиряки с большой буквы, люди-глыбы, за которыми как за каменной стеной, то теперь все меняется, и буква маленькая ныне, и глыба стала камешком»

Противоречия в сознании интеллигенции, борьба традиционных и индивидуалистических ценностей, зафиксированные нашим исследованием, подтверждаются коммерциализацией образа сибиряка в современном пространственно-временном континиуме. Образ-миф о сибиряке как сильном и надежном герое активно эксплуатируется в бизнесе, поп-музыке, политике. Вспомним, что не маловажную роль в популярности певицы М. Распутиной сыграла песня «Я родилась в Сибири». Понятие «Сибирь», «Сибиряк» становится социальным брендом. Бизнес также активно эксплуатирует образ сибиряка. Так, название бизнес-проекта Газпрома по строительству газопровода для поставок газа в Китай «Сила Сибири» символизирует масштаб и надежность фирмы.

Креативный директор «Power. Креативные стратегии» из Новосибирска В. Черепанов также поставил явление сибирячества на коммерческий фундамент, открыв сообщество сибиряков «ВКонтакте». Его фирма создает атрибуты самоидентификации: выпускает футболки с надписями «I'm Siberian», запаковывает их в бумагу в виде снежков и продает тем, кто хочет заявить о себе или своем городе [3]. Житель Сибири может получить «Удостоверение Сибиряка». Документ представляет собой пластиковую карту с фотографией, порядковым номером и штрих кодом. Крупное сообщество сибиряков, по утверждению его создателей, не имеет политической подоплеки. Владельцы этих документов – аналогов клубных карт – объединяются добровольно как частные лица. В клуб будут принимать всех сибиряков за исключением госслужащих и членов политических партий. Кандидат на вступление в организацию должен прожить в Сибири как минимум десять последних лет и являться носителем сибирского самосознания.

Наряду с бизнесом, бренд сибиряка активно используется политическими партиями. Так, в ходе избирательной компании по выборам в законодательное собрание Иркутской области иркутян призывали голосовать за партию олигарха М. Прохорова, объявляя его «политиком сибирской породы», а саму политическую партию «партией с сибирским характером». Билборды такого содержания

были развешаны по всему городу. «Единая Россия» также не стеснялась эксплуатировать сибирские образы. Кандидат в законодательное собрание Т. Семейкина представлялась избирателям под таким слоганом: «Сибирячка: сила, семья, характер, результат!».

Таким образом, исследование показало, что в современном информационном пространстве образ сибиряка активно эксплуатируется и трансформируется в социальный бренд, который базируется на особых мифологических чертах его характера. В то же время выявлена потребность сибирской интеллигенции подчеркнуть свою идентификацию с понятием «сибиряк», которая связана с желанием отделить себя от других региональных общностей центральной России, подчеркнуть принадлежность к героическому и сильному образу сибиряка, не растерявшего такие традиционные жизненные ценности, как честность, порядочность, надежность.

Литература

1. Ульяновский А. Мифодизайн: коммерческие и социальные мифы. – СПб.: Питер, 2005. – 544 с.

2. Все мы немного сибиряки... // [Электронный ресурс]. – URL: <http://expert.ru/siberia/2011/50/vse-myi-nemnogo-sibiryaki/media/preview/>

3. Типичный сибиряк // [Электронный ресурс]. – URL: <http://sib.fm/stories/2012/06/15/tipichnyj-sibirjak>

TRANSFORMATION OF A SIBERIAN PERSON'S IMAGE AS VIEWED BY INTELLIGENTSIA IN IRKUTSK

Mariya V. Lissauskene

PhD of Philosophy, A/Professor, Department of Economics and Management, Irkutsk State University

1 Karla Marksa St., Irkutsk 664003, Russia

E-mail: lissaus@mail.ru

The article presents the results of sociological survey of Irkutsk intelligentsia regarding their self-identification with an image of a person from Siberia. It provides a sociological analysis of change in the attitude towards the concept of «a Siberian» from the point of view of the territorial status, ethnicity, mythology and worldview. Description of an image of a Siberian, his specifics and characteristics according

to respondents is given. The tendency to use the image of a Siberian in a modern information space, its transformation into a social brand actively used in the commercial and political sphere is noted. Irkutsk intelligentsia wishes to identify themselves with «Siberians» in order to distinguish themselves from other communities in Central Russia and emphasize their belonging to a mythological image of a Siberian based on traditional moral values.

Keywords: identification, self-identification, intelligentsia, Siberian, image of a Siberian, Siberian identity, myth, social myth, trend, social brand.