



**ДНЕВНИК
АЛТАЙСКОЙ ШКОЛЫ
ПОЛИТИЧЕСКИХ
ИССЛЕДОВАНИЙ
№ 38. Сентябрь 2022 г.**

**Современная Россия и мир:
альтернативы развития
(Историко-культурный, имиджевый
и туристический потенциал региона)**

Сборник научных статей

Барнаул
Издательство
Алтайского государственного
университета
2022

ББК 66.3(2)я431+66.4(2), 4я431

Д 541

Редакционная коллегия:

доктор исторических наук, профессор **Ю.Г. Чернышов** (отв. редактор), кандидат исторических наук, доцент **О.А. Аршинцева**, кандидат исторических наук, доцент **А.М. Бетмакаев**, **А.Д. Дерендяева**, **С.Н. Исакова** (отв. секретарь), кандидат исторических наук, доцент **В.Н. Козулин**, кандидат исторических наук, доцент **О.Ю. Курныкин**.

Д 541 **Дневник Алтайской школы политических исследований № 38. Современная Россия и мир: альтернативы развития (Историко-культурный, имиджевый и туристический потенциал региона):** сборник научных статей / под ред. Ю.Г. Чернышова. — Барнаул: Изд-во Алт. ун-та, 2022. — 254 с.

Сборник содержит научные статьи исследователей из Барнаула, Владивостока, Красноярска, Москвы, Нижнего Новгорода, Санкт-Петербурга, Саранска, Северобайкальска, Томска и Хабаровска. Основная цель, которую ставили перед собой авторы – на основе междисциплинарного изучения выявить характерные особенности историко-культурного, имиджевого и туристического потенциалов различных регионов (на примерах и российского, и зарубежного опыта).

Издание предназначено как для специалистов (историков, культурологов, международников, политологов, регионоведов, социологов и др.), а также для всех, кто интересуется имиджем, проблемами развития историко-культурного потенциала регионов.

ББК 66.3(2)я431+66.4(2), 4я431

ISSN 2309-5431

© Алтайская школа политических исследований, 2022

© Оформление. Издательство Алтайского государственного университета, 2022



БАРНАУЛ



**СОВРЕМЕННАЯ РОССИЯ И МИР:
АЛЬТЕРНАТИВЫ РАЗВИТИЯ**

**ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНЫЙ, ИМИДЖЕВЫЙ
И ТУРИСТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ РЕГИОНА**

Ю.Г. Чернышов
Историко-культурный потенциал и имидж региона
(к итогам дискуссии)

В 2022 году учебно-научная лаборатория Института истории и международных отношений АлтГУ «Алтайская школа политических исследований» продолжила идущую с 1996 года традицию проведения ежегодных научно-практических конференций. В апреле-июне состоялась XXI интернет-конференция, а 26–27 сентября прошла XXVII «очная» конференция «Современная Россия и мир: альтернативы развития», к которой подключились и новые докладчики. Учредителями и организаторами конференции, кроме АШПИ, стали Алтайский государственный университет (кафедра всеобщей истории и международных отношений) и Российская ассоциация политической науки. В этой вводной статье подведены основные итоги дискуссий. Читатели при желании могут перейти к полным текстам заинтересовавших их статей в данном сборнике и на сайте*.

Интернет-конференции АШПИ проводятся уже 21-й год, и в них традиционно принимают участие ученые из десятков городов России и зарубежья. И хотя нынешняя международная обстановка ограничивает возможности развития сотрудничества, конференция все равно прошла успешно. Форум давно уже стал широко известным. И за это время в научной среде сложился свой круг постоянных участников, к которым каждый раз добавляются все новые докладчики.

Вынося на обсуждение тему «Историко-культурный, имиджевый и туристический потенциал региона», организаторы ставили цель уточнить содержание понятий и основные подходы к изучению темы, а также обобщить международный и отечественный опыт в этой сфере. Соответственно, доклады распределялись по трем тематическим секциям.

В целом на интернет-конференцию поступило 32 доклада от исследователей из 11 городов: Барнаул, Владивосток, Красноярск, Москва, Нижний Новгород, Санкт-Петербург, Саранск, Северобайкальск, Томск, Торонто (Канада), Хабаровск. Трудно выделить все

* Сайт АШПИ: <http://ashpi.asu.ru>. Аффилиация авторов в данной статье указана только для тех авторов, которые работают не в АлтГУ (более подробную информацию об авторах можно посмотреть в конце данного сборника и на указанном сайте).

интересные доклады, их было много, поэтому можно отметить лишь некоторые из них.

В раздел, посвященный теоретическим аспектам темы, поступили четыре доклада. Доценты кафедры ВИМО АлтГУ О.А. Аршинцева и А.М. Бетмакаев рассмотрели данные аспекты на примере Центральной Азии (Геополитическое своеобразие Центральной Азии: меняющиеся реалии) и Центральной Европы (Понятие «Центральная Европа» в интерпретациях современных российских исследователей). В докладе красноярских исследователей Л.А. Дорофеевой и Н.Г. Шишацкого туристический потенциал был рассмотрен как фактор инклюзивного развития региона. М.А. Широкова и А.И. Леханов сделали обзор позиций исследователей по теме влияния региональной идентичности на формирование российского национального самосознания в постсоветский период.

Если говорить об изучении международного опыта развития потенциала регионов, можно отметить, например, доклады С.В. Голунова (ИМЭМО РАН) о восприятии иностранными парламентариями январских событий в Казахстане, Т. Рокки (про использование образа Вандеи как «контрреволюционного региона»), а также более «легкое» по жанру эссе В.Р. Филиппова (Институт Африки РАН) о «романтическом туризме» в Тропической Африке. Наряду с докторами наук интересно проявили себя и молодые исследователи – в частности, аспирантка СПбГУ С.К. Калашникова (доклад о политике идентичности в Санкт-Петербурге), магистр международных отношений В.В. Харитонова (доклад «Международный имидж города Уханя до и во время пандемии COVID-19») и другие.

В докладах, касающихся отечественного опыта, рассмотрено довольно много примеров из разных городов и регионов России: здесь и Владивосток, и Мордовия, и Москва, и Нижний Новгород, и Санкт-Петербург, и Сибирь, и Хабаровск. Авторы трех докладов непосредственно затрагивали тему Алтая: О.Ю. Курныкин («Реализация проекта «Большой Алтай»: имиджевый и туристический потенциал»), А.А. Плаксенко («Историко-географический образ Алтая в путевых записках Дж.Д. Кокрена»), а также Е.А. Синенко и Ю.Г. Чернышов (Использование образа В.М. Шукшина в имиджформирующей политике Алтайского края). Все это может стать заметным вкладом в активно проводящуюся сейчас разработку темы перспектив «Большого Алтая».

Все поступившие на интернет-конференцию доклады выставлены в свободном доступе; на некоторые из них уже поступили комментарии. Начатая дискуссия была продолжена на «очной» конференции АШПИ.

Ежегодная всероссийская (с международным участием) XXVII научно-практическая конференция Алтайской школы политических исследований «Современная Россия и мир: альтернативы развития» во многом продолжила обсуждение темы. На открытии конференции прозвучали приветствия к участникам.

Проректор по развитию международной деятельности АлтГУ Р.И. Райкин:

Такого рода научные, экспертно-аналитические форумы очень важны, и в целом наш университет уже много лет пытается сформировать научный экспертно-аналитический центр международного взаимодействия. И, конечно, здесь важен историко-культурный потенциал Алтайского края как уникального региона, играющего заметную роль в историческом развитии с древнейших времен и до современности. Конференция АШПИ – одна из старейших регулярных конференций в университете, если не старейшая, и, безусловно, она вносит вклад в эту работу. Я благодарю всех участников, вижу, что широка география, и что тематика докладов покрывает очень широкий спектр проблем, связанных с международным взаимодействием. Желаю конференции продуктивной работы!

Директор института истории и международных отношений АлтГУ И.И. Назаров:

От лица Института истории и международных отношений я приветствую всех собравшихся в этом зале и тех участников, которые работают с нами через подключение. Роман Ильич сказал, что эта конференция одна из старейших – это действительно так. Вообще, наш институт (ранее – исторический факультет) славится такими добрыми традициями, поддерживает практику общения на своей площадке. У нас есть стабильная археологическая конференция, есть конференция АШПИ, где 27 лет ежегодно обсуждаются актуальные проблемы развития России и мира. Если посмотреть изданные

сборники – мы видим такой срез, энциклопедию изменений, происшедших в мире. А сейчас особенно важно взглянуть еще и на потенциал, на перспективы развития регионов. Я желаю всем участникам крепкого здоровья, успешной и плодотворной работы, хороших дискуссий и дальнейшего участия в работе этого экспертного сообщества под эгидой АлтГУ, ИИМО и нашей кафедры ВИМО.

Заведующий кафедрой всеобщей истории и международных отношений АлтГУ С.А. Усольцев:

Очень рад вас приветствовать на нашей конференции. Нашей общей конференции, потому что кафедра ВИМО тесно сотрудничает с АШПИ, которая организывает эту конференцию. Всегда наша кафедра была партнером АШПИ, и я надеюсь, что наше долгое и плодотворное сотрудничество будет продолжаться и дальше. Хочу пожелать прежде всего студентам – участвуйте в научных мероприятиях, причайтесь к научному диалогу, это дает вам большие возможности. В это тяжелое время нужно держаться за нашу науку, за нашу работу, за наши академические связи, нужно держаться и развивать их!

Выступление председателя оргкомитета – директора АШПИ, профессора кафедры ВИМО Ю.Г. Чернышова было посвящено целям конференции и результатам уже прошедшего в апреле-июне обсуждения на интернет-конференции. Он отметил, что, какой бы ни была сложная обстановка, нужно все равно «сеять рожь» — то есть, в случае с учеными и преподавателями, продолжать «сеять разумное, доброе, вечное». Весенняя интернет-конференция создала неплохой задел (32 доклада из 11 городов), и теперь к обсуждению присоединились новые участники. Есть возможность на основе комплексного междисциплинарного подхода уточнить содержание понятий и обобщить практический опыт в этой сфере (на примерах как российского, так и зарубежного опыта, в том числе регионов Большого Алтая).

В течение двух дней на конференции было более 70 участников, которые обсудили 26 докладов. Выступили ученые и эксперты из Москвы (К.Г. Муратшина, Е.Б. Письменская, В.Р. Филиппов), Санкт-Петербурга (С.К. Калашникова, Д.С. Поликарпов, Д.О. Тимин), из ряда других городов России (А.А. Миловидов, П.Г. Нелюбин, В.А. Чернов), а также из Торонто, Канада (Т. Рокки). Кроме докладчиков от ИИМО АлтГУ (О.А. Аршинцева, А.М. Бетмакаев, А.Д. Дерендяева, В.Н. Козулин, О.Ю. Курныкин, Н.С. Мальшева, П.В. Ульянов), были

представители и других институтов университета (И.Ю. Добрынина, Л.А. Капустян, А.И. Леханов, В.Г. Лякишева, Г.П. Шейда, М.А. Широкова), а также АГМУ (Е.А. Синенко).

Одна из особенностей этой конференции заключалась в том, что целый блок докладов на ней был посвящен анализу историко-культурного потенциала регионов Сибири и, в частности, Алтайского края. Добавились новые доклады по этой тематике. Так, активное обсуждение вызвали выступления на тему «О роли социально-экономической политики региона и его историко-культурных традиций в формировании позитивного имиджа Алтайского края» (В.Г. Лякишева, Л.А. Капустян, И.Ю. Добрынина) и «Проблемы реализации потенциала историко-культурного наследия Барнаула в рамках культурно-познавательного туризма» (Г.П. Шейда). Прозвучали интересные практические рекомендации о том, как можно улучшить имидж региона, как стоит продвигать этот имидж на российском и международном уровнях.

Интересно прошло и последнее заседание, на котором активно обсуждались доклады аспирантов кафедры ВИМО (В.Е. Дергачева, Ю.С. Ларионова, А.А. Миловидов, П.Г. Нелюбин, А.М. Савоськин, В.В. Харитонова, Е.Е. Щербанова). В частности, вызвал интерес новый доклад, представленный Е.Е. Щербановой, на тему «Политика памяти в постсоциалистической Монголии как инструмент формирования имиджа государства»: дискуссия коснулась особенностей процессов нациестроительства в различных постсоциалистических странах.

Уже после завершения конференции к публикации в данном сборнике были приняты статьи еще ряда авторов (А.В. Кротова, Е.М. Кушнарева, Е.В. Мардасовой, Ю.Н. Цыряпкиной), в них также сделаны интересные и важные наблюдения.

В целом обсуждение темы позволило подчеркнуть, что понятие «потенциал региона» включает в себя далеко не только экономику и природные ресурсы. Не менее важное значение имеют и такие, казалось бы, «нематериальные» факторы, как «самоимидж» региона, идентичность и «самоощущение» его жителей. Считают ли они свой регион удобным для проживания, успешным и достойным гордости за него, или он представляется «депрессивным», «провинциальным», «бедным» и «скучным»? Это тем более важно на фоне усиления конкуренции регионов – за инвестиционную привлекательность, за потоки туристов, за положительный имидж. Для того, что эффективно работать в этом направлении, необходимо привлекать экспертов, необходимо провести «инвентаризацию» - что именно в имеющемся наследии может быть полезно для продвижения имиджа. И само это продвижение

тоже необходимо делать профессионально, соединяя экспертный потенциал и административные усилия по проведению определенной имиджевой политики. Особенно это актуально для регионов «глубинки», где такая работа зачастую еще только начинается. Поэтому можно надеяться, что целенаправленное движение в этом направлении все-таки принесет свои плоды.

На эту конференцию, как и на предшествующую, сотрудник Алтайской краевой универсальной научной библиотеки им. В.Я. Шишкова А.Н. Левкович представила подборку литературы по теме. Полный список можно посмотреть на сайте АШПИ [1], а здесь мы хотели бы дать ссылки лишь на некоторые новые сборники, тематически связанные с Алтаем [2–7]. Кстати, этот выпуск «Дневника АШПИ» тоже является далеко не первым по данной тематике: в разные годы выходили сборники по темам, связанным с идентичностью, имиджем страны и региона: «Национальная, региональная идентичность и международные отношения» (2005 г.), «Международный имидж России в XXI веке» (2007 г.), «Роль политических лидеров в формировании имиджа страны и региона» (2009 г.), «Политика памяти и формирование международного имиджа страны» (2019 г.), «Формирование региональной идентичности и политика исторической памяти» (2021 г.) [8–11].

Кроме данного выпуска «Дневника АШПИ», статьи некоторых участников конференции (О.А. Богатова, В.А. Гайкин, С.В. Голунов, А.Д. Дерендяева, Т. Рокки) публикуются в №3, №5 и №6 журнала «Известия Алтайского государственного университета», входящего в перечень ВАК [см.: 12].

Остается поблагодарить всех участников за плодотворное обсуждение и сообщить: подготовка следующей конференции уже начата!

Литература

1. Список литературы по теме конференции АШПИ - 2022 (из фондов АКУНБ им. В.Я. Шишкова) // АШПИ (сайт). URL: <http://ashpi.asu.ru/ic/?p=19078>
2. Историко-культурное и природное наследие как стратегический фактор развития регионов России : материалы Всерос. (с междунар. участием) науч.-практ. конф. (Барнаул, 5–7 июня 2019 г.). Барнаул, 2019.
3. Наука и туризм: стратегии взаимодействия: сб. ст./ М-во образования и науки РФ, Алт. гос. ун-т, Науч.-образоват. комплекс «Ин-т взаимодействия со странами Азии». Барнаул, 2012. Вып. 13. 2021.

4. Сохранение и изучение культурного наследия Алтайского края : сб. науч. ст. / М-во науки и высш. образования РФ, Алт. гос. ун-т, Упр. гос. охраны объектов культурного наследия Алт. края. Барнаул, 1995.

5. Туристская индустрия в Алтайском крае, 2016–2020: стат. сб./ [Росстат, Упр. Федер. службы гос. статистики по Алт. краю и Респ. Алтай]. Барнаул, 2021.

6. Тюрко-монгольский мир Большого Алтая: историко-культурное наследие и современность: материалы Первого алтаистического форума, Барнаул – Горно-Алтайск, 12–14 сентября 2019 г. Барнаул, 2019.

7. Тюрко-монгольский мир Большого Алтая: историко-культурное наследие и современность: материалы II Международного алтаистического форума, 30 сентября – 3 октября 2021 г., Барнаул – Горно-Алтайск. Барнаул, 2021.

8. Дневник Алтайской школы политических исследований. №21. Современная Россия и мир: альтернативы развития (национальная, региональная идентичность и международные отношения): Материалы международной научно-практической конференции. Барнаул, 2005.

9. Дневник Алтайской школы политических исследований. №23. Современная Россия и мир: альтернативы развития (международный имидж России в XXI веке): материалы международной научно-практической конференции. Барнаул, 2007.

10. Дневник Алтайской школы политических исследований № 35. Современная Россия и мир: альтернативы развития (Политика памяти и формирование международного имиджа страны): сборник научных статей. Барнаул, 2019.

11. Дневник Алтайской школы политических исследований № 37. Современная Россия и мир: альтернативы развития (Формирование региональной идентичности и политика исторической памяти): сборник научных статей. Барнаул, 2021.

12. Известия Алтайского государственного университета. URL: <http://izvestiya.asu.ru/index.php/iz/index>

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ТЕМЫ

О.А. Аршинцева
***Геополитическое своеобразие Центральной Азии:
меняющиеся реалии***

Термин «Центральная Азия» в политических смыслах стал широко использоваться после саммита пяти государств региона в Ташкенте (январь 1993 г.). Прежде в советской традиции регион именовался «Средняя Азия и Казахстан». Пример Центральной Азии наглядно демонстрирует условность даже географических границ современных регионов, и еще более подвижными являются другие их параметры. Поэтому предлагаемая формулировка темы носит несколько провокационный характер – в силу того, что автор не разделяет популярные до сих пор в современном международном анализе геополитические концепции, считая их в значительной степени идеологически ангажированными и устаревшими. Предлагаемый текст в каком-то смысле можно рассматривать и как попытку опровержения геополитического примордиализма в конкретном случае с регионом Центральной Азии.

На протяжении всего периода после окончания «холодной войны» и распада СССР Центральная Азия не была обделена вниманием со стороны исследователей с разнообразными тематическими запросами, однако в последние годы отмечается явно повышенный интерес экспертов к региону. Доказательством может служить активность отечественных и зарубежных исследовательских центров, которые разрабатывают центральноазиатскую тематику. В профессиональном сообществе получили признание экспертные оценки Центра постсоветских исследований ИМЭМО РАН, Центра евразийских исследований СПбГУ, Российского совета по международным делам (РСМД), американского Института Центральной Азии и Кавказа.

При этом экспертные сообщества демонстрируют значительный разброс позиций, оценок и методологий, что затрудняет воссоздание цельной картины, но не отменяет задачи их систематизации. Если академические исследования разных жанров, при всей фундаментальности результатов, чаще фиксируют завершившиеся процессы, то экспертные оценки в большей степени отражают противоречивую реальность происходящего и позволяют выявить наиболее актуальные и дискуссионные сюжеты. В данном случае именно они являются предметом исследования, для достижения его цели экспертные оценки объединены в четыре достаточно самостоятельные тематические группы. Границы между ними носят условный характер, поскольку большин-

ство рассматриваемых позиций носят комплексный характер. Предлагаемый подход позволяет охарактеризовать региональную специфику Центральной Азии и определиться с ее параметрами.

Первую группу можно условно озаглавить «Итоги и перспективы», она объединяет варианты осмысления нынешней ситуации, сложившейся по завершении тридцатилетнего переходного периода, беспрецедентного во многих отношениях, включая характеристику бывшего пространства СССР именно как постсоветского в строгом значении этого определения. Можно утверждать, что все бывшие союзные республики так или иначе преодолели советское наследие в экономике, общественно-политической практике и международных связях. В Центральной Азии формируются новые разнонаправленные внутрирегиональные тенденции и внешние факторы, а степень их устойчивости и перспективы остаются предметом острых дискуссий в экспертном сообществе.

Сам процесс преодоления советского наследия оказался непростым, поскольку в бывшем СССР те республики, которые потом стали называть новыми независимыми государствами Центральной Азии, являлись периферийными территориями (особенно с учетом того, что границы с Китаем и внешней Азией в советские времена были практически закрыты). Директор Института азиатских исследований Султан Акимбеков (Казахстан) подчеркивает, что республики Средней Азии и Казахстан, а также их сообщества были изолированы от внешнего мира за периметром границ СССР, а любые внешние взаимодействия были централизованными. Одним из последствий этого был разрыв связей с исламским миром и процессами, которые в нем происходили. Поэтому в процессе становления новой международной субъектности независимые государства столкнулись с серьезными проблемами, в том числе, с обострением межнациональных противоречий. Однако главный итог состоит в том, что через 30 лет после распада СССР регион Центральной Азии уже не находится в изоляции от внешнего мира [1, с. 46].

Реализовать свою внешнеполитическую самостоятельность для новых государств оказалось непросто. Так, руководитель программы «Россия в Азиатско-Тихоокеанском регионе» Московского Центра Карнеги (прекратил работу 8 апреля 2022 г.) А. Габуев полагает, что процесс формулирования странами Центральной Азии собственных интересов не завершен. По его мнению, у Казахстана и Узбекистана точно есть потенциал для того, чтобы сохранять независимость, суверенитет и субъектность во внешней политике: «Это можно делать теми способами, которые у них есть. Для Казахстана это многовекторность

с приоритизацией союза с Россией. Узбекистан продолжает выходить из каримовских времен и учиться жить в более открытом, другом мире. Мире, где Россия более агрессивная, но более слабая, Китай все более активный. Думаю, там идут внутренние дискуссии и о том, как сформулировать свои национальные интересы» [2].

Как выглядит Центральная Азия по сравнению с другими сегментами постсоветского пространства – свой ответ на этот вопрос предлагает Т. Бордачев, программный директор клуба «Валдай». Следует учитывать близкий к официальному статус эксперта, однако его оценка как раз поэтому представляет интерес и показательна для сравнения с менее ангажированными позициями. Он признает, что за тридцать лет государства Центральной Азии прошли собственный и в каждом случае оригинальный путь самостоятельного развития. В силу того, что у них изначально не было перспективы механистического включения в альтернативную юрисдикцию, как это произошло со странами Прибалтики и может произойти с другими республиками западной части так называемого постсоветского пространства, этот исторический опыт оказался уникальным для каждого из центральноазиатских государств, хотя присутствуют и объединяющие их черты [3].

В целом, пережив сложный период становления независимости государств в его составе, регион удивительным образом сохранил свою субъектность. Он не стал «вассалом» ни Китая, ни России, ни США, ни Турции, ни аравийских монархий. Ведущие страны региона, в первую очередь Казахстан, выступают самостоятельными акторами региональной политики. Конечно, Центральная Азия будет оставаться в сердце треугольника Китай — Россия — исламский мир при непрерывном участии четвертого игрока — США, которые желают регулировать отношения с каждой из сторон треугольника.

Ко второй группе можно отнести представления, на которые наложили отпечаток теоретико-методологические возможности концепции «нового регионализма» и сравнительного анализа развития регионов в условиях нелинейного соотношения глобальных и региональных процессов. В современной регионалистике, как отечественной, так и зарубежной, сформировалась разнообразная повестка, в рамках которой исследователи довольно свободно оперируют пространственными категориями, различая или объединяя территориально-географические, гео- и просто политические, а также другие многочисленные и разнообразные параметры пространства. Подчеркнем, что само по себе деление международного пространства на регионы не является в международных отношениях чем-то новым. Так, известная британская исследовательница Л. Фосетт полагает, что регионализм

существовал всегда. Регионы в истории международных отношений могли быть представлены в виде империй, сфер влияния, в виде альянса крупной державы и ее союзников. В современном понимании регионы выделяются как части международной системы, обладающие самостоятельной активностью [4, с. 429–446]. В рамках «нового регионализма» широкое распространение получила институциональная модель, предложенная финским профессором-географом А. Пааси, который, с одной стороны, широко использует такое неклассическое понятие, как «региональная идентичность» [5], а, с другой стороны, продолжает считать базовым параметром региона его географию. По его мнению, регион — это а priori географическое явление [6, с. 475–485].

Классическая география определяет Центральную Азию как район внутреннего стока рек от Китая и Индии до Ближнего Востока. Таким образом, в географическом смысле Центральная Азия — более крупный, чем среднеазиатские республики бывшего СССР, обширный регион, включающий, помимо Средней Азии и Казахстана, Монголию и Западный Китай, с чем согласуется и версия ЮНЕСКО. В более широких географических рамках Центрально-Азиатско-Каспийский регион может охватывать также Азербайджан и пограничные с Казахстаном территории России — от Астраханской области на западе до Алтайского края на востоке.

Дискуссии на теоретико-географические темы утрачивают свой отвлеченный, абстрактный характер, как только мы проецируем универсальные постулаты на конкретную региональную ситуацию в Центральной Азии. Географические аргументы в интерпретации региональных элит обретают политическое содержание и нередко обретают новый смысл во внутрирегиональных и международных отношениях. Таким образом, подвижность и условность географических границ региона обусловлена текущими процессами региональной политической самоидентификации.

Третью группу экспертных высказываний, самую обширную и разнообразную, можно тематически объединить под заголовком «Геоэкономика вместо геополитики: специфика процессов региональной интеграции в Центральной Азии». Внутри нее проходит некий водораздел между условно оптимистическими оценками экономического потенциала, достижений и перспектив экономического роста стран региона, с одной стороны, и более критическими экспертными заключениями по поводу конкурентоспособности региональных экономик, избранных моделей модернизации и степени зависимости от внешних игроков. При всех расхождениях большинство экспертов сходятся в

том, именно геоэкономика, а не геополитика дает региону перспективу развития.

«Оптимисты» исходят из «центральности» региона, поскольку «центральный» характер его расположения с точки зрения геоэкономического потенциала, который все больше доминирует в мире, создает ему исключительные преимущества и выгоден странам региона. Пересечение коридоров Север—Юг и Запад—Восток, мост между Востоком и Западом, все это определяет направленность геоэкономических процессов в Центральной Азии, способность найти свое уникальное место в глобальной конкуренции между ключевыми игроками, роль в мировом разделении труда и товарных потоках.

Центральная Азия сегодня один из ключевых регионов мира, в котором концентрируются глобальные торговые маршруты, инфраструктурные проекты, переплетаются интересы мировых держав. Экономическое здоровье этого региона имеет ключевое значение и для глобальной безопасности [7, с. 273–296].

Критический взгляд на ситуацию исходит из того, что динамично меняющееся соотношение общемировых трендов глобализации и регионализации сказывается на состоянии геоэкономического пространства Центральной Азии весьма противоречиво. В предыдущие десятилетия, когда глобализационные процессы были на подъеме, это приносило выгоды региону. На фоне современного усиления мировой регионализации и фрагментации внутри самого региона вынужденно происходят обратные процессы: странам и отдельным игрокам приходится искать варианты кооперации, теснее взаимодействовать друг с другом, выстраивать связанность, убирать торговые и политические преграды. При этом нужно учитывать, что степень их сегодняшней связанности недостаточна и, возможно, не соответствует вызовам и потребностям времени. На будущее Центральной Азии будут влиять и острейшие проблемы, которые закладывались не один год, в том числе, исчерпание моделей ресурсных моноэкономик, энергопереход, экологические проблемы, дефицит воды и т.д. [1, с. 42–46].

При всех сохраняющихся серьезных рисках большинство экспертов фиксируют понятный стратегический вектор развития региона на ближайшие десятилетия. Он складывается из нескольких составляющих, в том числе, это усложнение экономических процессов, модернизация и индустриализация экономик стран региона, встраивание в транзитные потоки не в качестве «перегонщиков», а с собственным конкурентным продуктом. Серьезная перспектива у регионального энергетического сектора, который ожидает неперенной перезагрузки с учетом исчерпаемости традиционных энергоресурсов и глобального

перехода декарбонизации. При должном уровне инвестиций и инноваций хорошие перспективы есть и у сельского хозяйства. Успешность курса, выбранного новыми государствами региона, определяется не только имевшимися у них стартовыми ресурсами, а прежде всего тем, что было сделано ими для развития и интеграции в глобальную экономику, как и кем из руководства этих стран была проявлена политическая воля, какой курс был выбран при прохождении тех или иных исторических развилок.

Особым, «сквозным», сюжетом во всех высказываниях экспертов по поводу состояния и перспектив региональной экономической ситуации является китайский фактор. Большинство оценок исходит из того, что экономический рост стран Центральной Азии во многом зависит от Китая, но у разных стран в разной степени. Рассуждая в рамках геоэкономической логики, аналитики отмечают, что интересы Китая в Центральной Азии связаны с тремя основными особенностями региона. Во-первых, это своего рода буферная зона между опасными для соседних стран Афганистаном и Синьцзян-Уйгурским автономным районом внутри Китая. Во-вторых, страны Центральной Азии богаты природными ресурсами. Китай, как самый крупный в мире потребитель нефти и газа, не мог проигнорировать энергетическую ценность региона. В-третьих, регион географически расположен в центре Евразийского континента и потенциально вполне мог бы стать его транзитным сухопутным узлом.

По образному определению аналитика из Фонда Карнеги Т. Умарова, Китай постепенно закладывает фундамент для строительства *Rax Sinica* в Центральной Азии. Особенно успешно ему это удастся на уровне отдельных отраслей экономики. Его преимущества неоспоримы по сравнению с другими внешнеэкономическими партнерами стран Центральной Азии, включая как Россию, так и страны Запада. По мнению аналитиков из Фонда Карнеги, Москва не может конкурировать с Пекином в Центральной Азии, поскольку структура экономики никогда не позволит России стать крупным покупателем сырья. Поэтому со стороны Москвы тут скорее речь о конкуренции со странами Центральной Азии за китайский рынок. Но и страны Европейского Союза и США не в состоянии стать альтернативой Китаю ни в торговой, ни в инвестиционной сферах. Пока Евросоюз остается одним из главных инвесторов в экономике центральноазиатских стран, но и тут баланс постепенно смещается в сторону Китая.

Общим местом для большинства экспертных заключений стало признание неоднозначных последствий китайского присутствия в регионе, поскольку торговля, инвестиции, инфраструктурные проекты и

другие инструменты, используемые Китаем, создают в евразийском регионе основу для его будущего доминирования во всех сферах. Это, в свою очередь, вызывает в странах Центральной Азии заметные страхи перед «китайской экспансией» и определенные сомнения по поводу того, является ли сотрудничество с Китаем взаимовыгодным для обеих сторон. Поскольку основными проводниками интересов Китая в странах Центральной Азии становятся элиты: высокопоставленные чиновники и их приближенные, крупные бизнесмены, нередко на основе неформальных договоренностей в обход официальных государственных структур, то на фоне относительной слабости политических режимов общественные интересы оказываются незащищенными перед угрозой растущей зависимости от Китая [8].

Четвертую группу можно озаглавить «Геополитическая классика: проблемы региональной безопасности». Однако состояние безопасности далеко от геополитических констант в условиях динамических изменений в самом регионе и меняющегося соотношения внешних интересов. Эту оценку разделяют многие эксперты, даже если они не соглашались друг с другом по конкретным вопросам. Наиболее категорично высказывается С. Притчин, старший научный сотрудник Центра постсоветских исследований ИМЭМО РАН, который полагает, что единой региональной системы безопасности нет. Если было бы возможно констатировать, что пять центральноазиатских государств имеют организации, институты, активы в виде сил быстрого реагирования или возможности поддержки друг друга, тогда это была бы идеальная ситуация. Она бы позволяла региону самостоятельно реагировать на все эти вызовы: быстро решать вопросы по урегулированию внутренних конфликтов между государствами, переформатироваться для внешних рисков и вызовов, чтобы формировать единый фронт, и поддерживать друг друга в случае каких-то внутренних рисков [9].

С этой позицией перекликается оценка профессора Казахстано-Немецкого университета Р. Бурнашева. Он подчеркивает, что важная особенность при обсуждении стратегий деятельности ключевых игроков в регионе заключается в том, что про Центральную Азию в принципе сегодня нельзя говорить как про целостный единый регион. В этом случае региональные взаимосвязи уходят на второй план, а на передний выходят либо внутренние вопросы, либо то, как на регион оказывают влияние глобальные игроки. И здесь важно понимать место региона в расстановке их сил. По его мнению, Центральная Азия занимает четко и ярко выраженное периферийное положение, что обуславливает восприятие региона глобальными игроками, прежде всего, как транзитной зоны [10].

Эксперты по-разному определяют соотношение постоянных и переменных факторов в архитектуре региональной безопасности, поскольку сама система обеспечения безопасности Центральной Азии находится на стадии формирования. Показательны в этом отношении дискуссии, развернувшиеся сразу после ухода США из Афганистана. Хотя присутствие США в регионе не такое активное, как у России или Китая, однако, как полагает директор Центра евроазиатских, российских и восточноевропейских исследований Джорджтаунского университета (США) А. Стент, это приведет к большей регионализации, и в регионе важными игроками станут не только великие державы, но и другие страны [1, с. 37]. Это обусловлено тем, что обстановка в регионах, окружающих Центральную Азию, характеризуется высоким потенциалом конфликтности, который может выступать в качестве внешнего дестабилизирующего фактора. В перспективе, кроме России и Китая, важными игроками в Центральной Азии будут Пакистан, Индия (особенно учитывая тесные отношения Пакистана с Афганистаном) и в какой-то степени Иран и Турция. И поэтому центральноазиатским странам придется и дальше находить баланс между разными игроками в регионе. Показательно, что руководитель американского Института Центральной Азии и Кавказа Ф. Старр после своей поездки по странам региона в августе 2021 г. отметил особую роль центральноазиатских государств в стабилизации ситуации вокруг Афганистана [11].

При этом многие эксперты отмечают, что попытка центральноазиатских государств создать собственными силами эффективный механизм региональной безопасности, позволяющий адекватно реагировать на внешние вызовы и угрозы, пока не получила должного развития.

Подводя итог, можно отметить, что при всем тематическом разбросе экспертных оценок, они сходятся в характеристике Центральной Азии как региона с довольно подвижными параметрами: меняются контуры экономического пространства, степень его интегрированности в т.н. Большую Евразию определяется не только и не столько государствами региона, процесс институционализации системы региональной безопасности находится в стадии становления и носит крайне противоречивый характер, различные группы в региональных политических и экономических элитах по-разному понимают соотношение самостоятельности и зависимости стран региона от внешних акторов.

Литература

1. Эксперт. Специальный доклад «Центральная Азия: 30 лет независимости» 13 декабря 2021 г. URL: https://expert.ru/get_issue_pdf/4611/?ysclid=12ie7mctmd
2. Габуев А.Т. Что же делать с внешней политикой? URL: <https://ua-cam.com/video/xIp1mZvE0YI/to-e-delat-s-vne-nej-politikoj-aleksandr-gabuev.html>
3. Бордачев Т. Россия и Центральная Азия: между прагматизмом и геополитикой. URL: <https://ru.valdaiclub.com/a/highlights/rossiya-i-tsentralnaya-aziya-pragmatizm-i-geopolitika>
4. Fawcett L. Exploring Regional Domains: A Comparative History of Regionalism // Intern. Affairs (Royal Inst. of Intern. Affaires). 1944–2004. Nr. 80/3.
5. Paasi A. A ‘Border Theory’: an Unattainable Dream or a Realistic Aim for Border Scholars? L., 2011.
6. Paasi A Region and Place: Regional Identity in Question // Progress in Human Geography. 2003. Vol. 27. Nr. 4.
7. Маккамбаев П.А. Современное состояние формирующейся системы региональной безопасности Центральной Азии // Экономика Центральной Азии. 2021. Т.5. № 3. URL: <https://1economic.ru/lib/112997>
8. Умаров Т. На пути к Pax Sinica: что несет Центральной Азии экспансия Китая. URL: <https://carnegie.ru/commentary/81265>
9. Искандерова А. «Для Центральной Азии остается актуальным вопрос создания институтов с подключением всех стран региона». URL: <https://central-asia.institute/dlya-czentralnoj-azii-ostaetsya-aktualnym-vopros-sozdaniya-institutov-s-podklyucheniem-vseh-stran-regiona>
10. Центральная Азия: стратегии ключевых геополитических акторов. URL: <https://stanradar.com/news/full/42889-tsentralnaja-azija-strategii-kljuchevyh-geopoliticheskikh-aktorov.html>
11. Starr F. Some Bright Spots on a Darkened Sky: Central Asia and Afghanistan Today. URL: <https://www.afpc.org/news/events/caci-forum-event-some-bright-spots-on-a-darkened-sky-central-asia-and-afghanistan-today>

А.М. Бетмакаев

Понятие «Центральная Европа» в интерпретациях современных российских исследователей

Термин «регион» является многоаспектным понятием и предполагает междисциплинарный подход, хотя каждая из наук, использующих это понятие, изучает свой особый предмет. Например, изучаются географические, экономические, геополитические, исторические, социокультурные регионы. Различия в предмете регионального исследования допол-

няются, как правило, спорами между специалистами о пространственных и сущностных характеристиках того или иного региона. За последние три десятилетия можно было наблюдать, как быстро менялись представления исследователей о регионах, которые, на первый взгляд, не должны были вызывать дискуссии. В данной статье мы проанализируем эволюцию взглядов российских специалистов в области истории, политологии и международных отношений на регион «Центральная Европа», который после демократизации 1989 г. и окончания «холодной войны» возродился в общественном и научном дискурсах.

Предметом нашего исследования являются концепции Центральной Европы, которые разработали ведущие отечественные специалисты, аффилированные с двумя крупнейшими учреждениями Российской академии наук – Институтом славяноведения (до 1997 г. Институтом славяноведения и балканистики) и Институтом Европы.

Прекращение действия Варшавского договора и расформирование Совета экономической взаимопомощи означали окончание раскола континента на Западную и Восточную Европу и возвращение понятия «Центральная Европа», забытого в годы глобальной конфронтации.

В апреле 1995 г. в Институте славяноведения и балканистики состоялся семинар «Центральная Европа как исторический регион», по результатам которого был подготовлен сборник статей [1]. Этот сборник возвращал в российский научный дискурс обсуждение идеи центральноевропейского региона.

Редактором сборника стал ныне хорошо известный исследователь (в то время — преподаватель МГУ) А.И. Миллер, который представил подробный очерк истории концепции «Центральная Европа». (В 1996 г. этот доклад лег в основу статьи А.И. Миллера в журнале «Полис» [2]). Начиная с изложения идей «Средней Европы» Ф. Листа, панславизма в XIX в., Ф. Науманна и интеллектуалов межвоенного времени, он завершает обзор анализом советского академического наследия в разработке центральноевропейской темы. По его мнению, в СССР термин «Центральная Европа» в политическом лексиконе не существовал, а в историографии хотя и присутствовал, но не был вполне легитимным в условиях доминанции славяноведческого принципа. Понятие «Центральная Европа» выступало как часть Центральной и Юго-Восточной Европы. И традиционная с XIX в. славяноведческая ориентация, по мнению А.И. Миллера, искажает историческую реальность региона [3, с. 15].

Особое место в докладе А.И. Миллера уделено спорам, которые вызывает дефиниция «Центральная Европа». Эти разногласия касаются не только названия региона, его границ и характеристик, но и самой

целесообразности выделения Центральной Европы как особого региона. С точки зрения историка изменчивость границ региона, если они не заданы жестко географическими факторами, равно как и изменчивость его характеристик выглядят вполне естественно. В каждом хронологическом срезе специфика региона может меняться, но она исторически обусловлена. Для историка главный фактор – социокультурная близость, то есть сходство социальных и властных структур и путей их эволюции, сходство культурной традиции и менталитета. По-другому обстоит дело в рамках современного политикоидеологического дискурса, озабоченного конструированием злободневных доктрин и смыслов, и использующего историю как аргумент «к случаю». По мнению А.И. Миллера, для определенных исторических эпох понятие «Центральная Европа» может быть использовано как свободное от идеологической нагрузки, хотя родилось оно как политическая идея. Важно только с самого начала условиться, что возможное неприятие тех или иных политических импликаций современных «изданий» концепции Центральной Европы не должно вести само по себе к отказу от понятия как такового [3, с. 4–6].

Другой участник семинара Т.М. Исмалов обращал внимание на то, что термин «Средняя Европа» (нем. Mitteleuropa), в отличие от других европейских регионов, был гораздо менее определен и осязаем. Неуверенность в толковании его сущности и формы вызывалось, по его мнению, двумя обстоятельствами: во-первых, родством и схожестью исторического процесса с процессами, протекавшими как на Западе континента, так и на его Востоке; во-вторых, чрезвычайной геополитической динамичностью Средней Европы, подвижностью и изменчивостью ее границ на разных этапах исторического процесса [4, с. 49].

Геополитические сдвиги в регионе обнаружили и на рубеже XX и XXI столетий: несколько стран бывшего советского блока вступили в НАТО и готовились стать участниками Европейского Союза. В связи с этим в российских исследованиях центральноевропейская концепция нередко превращалась объектом политической конъюнктуры, о чем предостерегал историк А.И. Миллер. Он писал, что дискурсы о Центральной Европе сами должны быть предметом исторического или историко-политологического исследования, прежде всего в области истории идей. Только выяснив разнообразные интересы и «тенденциозности», историки могут использовать понятие «Центральная Европа» как инструмент исследования. В противном случае тенденциозность будет проникать в труды историков вместе с самим понятием [5, с. 28].

В начале нового столетия сдвиги отмечаются не только в геополитике, но и в академическом мире. Почти монопольному положению Института славяноведения в центральноевропейских исследованиях «бросили вызов» Центр восточноевропейских исследований Института экономики РАН, реорганизованный в 2005 г. [6], и Центр Вишеградских исследований в Институте Европы, созданный в 2006 году [7]. Из нашего анализа мы исключили первый центр, потому что, во-первых, он занимается экономикой региона, и, во-вторых, его эксперты использовали понятие «Центрально-Восточная Европа» [8].

Центр Вишеградских исследований в Институте Европы возглавила Л.Н. Шишелина, под редакцией которой в 2012–2017 гг. выпускалось ежегодное приложение к институтскому журналу «Современная Европа» под названием «Вишеградская Европа». С 2018 г. Центр издает журнал «Вишеградская Европа. Центральноевропейский журнал» [9].

Институт славяноведения сохранил традицию объединять Центральную и Восточную Европу, что прослеживается в серии сборников «Центральноевропейские исследования», основанной в 1999 г. и преобразованной в 2018 г. в ежегодник, в котором публикуются как материалы конференций, проводимых под грифом Междисциплинарного центральноевропейского семинара, так и статьи [10]. Л.Н. Шишелина отмечала, что есть логика в используемом ее коллегами из Института славяноведения термине «Центральная и Юго-Восточная Европа». Однако объединение двух понятий имеет обусловленность, вмещающая таким образом все европейское славянство, проживающее как в Центральной Европе, так и на Балканах [11, с. 14–15]. Поэтому Л.Н. Шишелина проводит границу между Центральной и Восточной Европой: «Сегодня, когда страны Вишеграда уже вполне очевидно представляют собой Центральную Европу, а понятие Восточной Европы перешло к странам — объектам программы Восточного партнерства, центром Восточной Европы предстает... Украина» [11, с. 14].

К своей концепции Центральной Европы Л.Н. Шишелина пришла постепенно, отталкиваясь от изучения региональных организаций. В ее монографии 2006 г., посвященной расширению ЕС на Восток, обращалось внимание на потенциал Вишеградской группы в составе Венгрии, Польши, Словакии и Чешской Республики стать ядром возможного центральноевропейского проекта [12, с. 65–69].

В конце первого десятилетия XXI в. исследовательница уже (пока осторожно) соотносила понятие «Центральная Европа» с Вишеградской четверкой. В коллективной монографии, в которой подводился итог двум десятилетиям реформ в Венгрии, Польше, Словакии и Че-

хии, ее ответственный редактор Л.Н. Шишелина писала, что Центральная Европа ныне ассоциируется именно с Вишеградской Европой, ставя относительный (и все еще спорный) знак равенства между понятиями «Вишеградская Европа» и «(Восточно-) Центральная Европа») [13, с. 16].

В конце десятых годов она отмечала деятельность группы как возрождение Центральной Европы. В коллективной монографии, посвященной 100-летию Центральной Европы, возникшей в результате завершения Первой мировой войны, Л.Н. Шишелина делала вывод: «В 2018 г., проанализировав этапы развития региона, мы, наконец, увидели совершенно новую Центральную — Вишеградскую Европу. Европу, уверенную в своих силах, решительно разговаривающую с Брюсселем, умело солидаризирующуюся с государствами и союзами в укреплении собственных национальных интересов, знающую, к чему она стремится, и понимающую, как этого можно добиться. Возможно, как раз теперь, после векового эксперимента, у нее, наконец, появляется шанс стать Центральной Европой» [14, с. 232].

Пафос, который при желании можно обнаружить в этих словах, не означает, что в Центре Вишеградских исследований в Институте Европы потеряна связь с реальностью. В книге, написанной ведущими авторами из России и стран Центральной Европы на базе обсуждений в рамках международной научной конференции «Центральная Европа: тридцать лет по пути реформ. Проблемы, вызовы, перспективы», Л.Н. Шишелина отмечала, что российская точка зрения страдает двумя недостатками – это минимум информации о реальном состоянии дел в странах региона и конструирование искусственной «реальности». Уровень российских исследований можно оценить с точки зрения отсутствия внятной терминологии, наблюдаемый даже в трудах ряда академических учреждений. До сих пор используется устаревшая калька с английского «Центральная и Восточная Европа». Нет региона Центральной Европы и в последней концепции внешней политики России [15, с. 16–17]. Таким образом, одна из ведущих отечественных специалистов по региону констатировала, что понятие «Центральная Европа» по-прежнему остается дискуссионным.

В заключение отметим, что для достижения согласия между исследователями по поводу понятийного аппарата явно недостаточно трех десятилетий, которые минули после возвращения в науку о международных отношениях Центральной Европы как региона. Как показывает проведенный нами анализ основных интерпретаций, сохраняется отмеченное А.И. Миллером условное деление на исторический и политологический подходы, хотя границы между ними становятся нечеткими и размытыми. Например, Л.Н. Шишелина, интерпретация которой ближе

к политической регионалистике, признает важность культурно-исторического контекста, хотя и подчеркивает, что идея Центральной Европы актуализируется всякий раз в канун и тем более на фоне важных геополитических сдвигов, связанных с попытками крупных мировых игроков изменить или закрепить status quo [11, с. 12].

Каждый из выявленных походов имеет сильные и слабые стороны. Сильной стороной исторического подхода является акцент на анализе проблемы континуитета в регионе Центральной Европы на протяжении длительного исторического времени. Этот подход делает упор на внутрирегиональное развитие, отклоняя определение Центральной Европы как пространства между Россией и Германией. По мнению А.И. Миллера, определение региона должно отталкиваться не от внешних ограничителей, а от сущностных характеристик [2, с. 121]. Этот подход ближе исследователям из Института славяноведения, которые остаются приверженцами академической традиции. Однако динамические изменения в регионе попадают в их поле зрения после значительного временного лага.

Политологический подход через призму проблематики регионоведения и международных отношений больше обращен к прикладным исследованиям. Его сторонники, в первую очередь из Центра Вишеградских исследований в Институте Европы, способны быстрее адаптироваться в своих интерпретациях к переменам, предлагая политикам быстрые ответы на вызовы меняющейся геополитической ситуации. При этом слабой стороной этого подхода является заметная «тенденциозность» в оценках, которые часто зависят от политической конъюнктуры [16].

Вместе с тем наличие двух «больших интерпретаций» центрально-европейского региона практически не создает заметных проблем в проведении исследований и в коммуникации между сторонниками различных подходов. В определенной степени они позволяют понять регион с разных сторон.

Более важная проблема заключается в том, что, по справедливому замечанию Л.Н. Шишлиной, является «стадией сомнительного, неочевидного знания» – сужение преподавания знаний о Центральной Европе, уменьшение числа переведенных произведений центрально-европейских авторов, за чем последовало снижение интереса к культуре региона в целом; ликвидация научного обмена с его возможностями работать в библиотеках, участвовать в центрально-европейской дискуссии [11, с. 10–11]. И это, в конечном счете, определяет наполнение и обоснованность той или иной интерпретации современных российских исследователей.

Литература

1. Центральная Европа как исторический регион / ред. А.И. Миллер. М., 1996.
2. Миллер А.И. Центральная Европа: история концепта // Полис. Политические исследования. 1996. № 4.
3. Миллер А.И. Об истории концепции «Центральная Европа» // Центральная Европа как исторический регион / ред. А.И. Миллер. М., 1996.
4. Исламов Т.М. Средняя Европа на начальном этапе модернизации // Центральная Европа как исторический регион / ред. А.И. Миллер. М., 1996.
5. Миллер А.И. Тема Центральной Европы: история, современные дискурсы и место в них России // Политическая наука. 2001. № 4.
6. Институт экономики РАН. Центр восточноевропейских исследований. URL: <https://inecon.org/institut/struktura-instituta/czentr-vostochnoevropskix-issledovanij.html>
7. Институт Европы РАН. Центр Вишеградских исследований. URL: <https://visegradeurope.ru>
8. Центрально-Восточная Европа во второй половине XX века: В 3 т. / гл. ред. А.Д. Некипелов. М., 2000–2002.
9. Вишеградская Европа. Центральноевропейский журнал. URL: http://visegradeurope.ru/ru_RU/journal
10. Центральноевропейские исследования. URL: <https://cesjournal.ru>
11. Шишелина Л.Н. Возрождение Центральной Европы // Вишеградская Европа. Центральноевропейский журнал. 2019. № 1–2.
12. Шишелина Л.Н. Расширение Европейского союза на Восток и интересы России. М., 2006.
13. Вишеградская Европа: откуда и куда? Два десятилетия по пути реформ в Венгрии, Польше, Словакии и Чехии / ред. Л.Н. Шишелина. М., 2010.
14. Центральная Европа: политический портрет на фоне 100-летия / ред. Л.Н. Шишелина, М.В. Ведерников. М., 2018.
15. Шишелина Л.Н. Центральная Европа: три десятилетия после «бархатных революций» // Центральная Европа: тридцать лет по пути реформ. Проблемы, вызовы, перспективы / ред. Л.Н. Шишелина. М., 2021.
16. Ведерников М.В. Центральная Европа как политический проект: территориальное измерение концепции (от прошлого к настоящему) // Феномен границ в истории и исторической памяти: материалы международной научной конференции, Ставрополь, 14–17 октября 2021 года / ред. Л.Н. Величко и др. Ставрополь, 2021.

Обсуждение в Интернете

Ольга Аршинцева

1 мая 2022 в 10:15

Спасибо автору за то, что на конкретном материале проложил четкий маршрут в «дебрях» современной регионалистики и дал повод для поиска новых возможностей сравнительного анализа современных регионов, например, Центральной Европы и Центральной Азии. Отдельная благодарность за стимул к завершению собственного текста с перекликающимися сюжетами.

Л.А. Дорофеева, Н.Г. Шишацкий ***Туристический потенциал как фактор*** ***инклюзивного развития региона****

Введение. Постановка проблемы

Туризм, как вид экономической деятельности, является отраслью инклюзивного развития региона. Функционирование регионального туристского комплекса стимулирует рост разнообразных смежных отраслей, позволяя получить значительный мультипликативный (экономический и социальный) эффект, способствующий диверсификации региональной экономики и ее интеграции в экономику более высоких уровней.

Создание дополнительных рабочих мест и формирование более качественной среды для жизни населения способствует преодолению пространственной неоднородности внутри региона, выравниванию социально-экономических диспропорций, удовлетворяет потребности местного населения в отдыхе и рекреации. Наличие значительных мультипликативных последствий туризма (как позитивных, так и негативных) требует оценки прямого и обратного влияния отрасли на развитие региона в целом.

Мировой и отечественный опыт свидетельствует, что наиболее успешной моделью социально-экономического развития территорий, обеспечивающей реализацию мультипликативных эффектов, является применение концепции кластерного подхода в сфере туризма. Реализация кластерных проектов способствует увеличению внутреннего и

*Статья подготовлена по плану НИР ИЭОПП СО РАН, проект 5.6.3.2. (0260–2021–0005) «Движущие силы и механизмы развития кооперационных и интеграционных процессов в экономике Сибири» (№121040100279–5).

въездного туристских потоков, объема платных услуг, оказанных населению в сфере туризма. Создание кластеров обеспечивает синергетический эффект и позволяет развивать смежные отрасли хозяйства.

Современное состояние развития туристских кластеров в регионе свидетельствует, что их формирование и развитие требует комплексного анализа и прогнозирования. В связи с этим целью настоящего исследования является изучение региональных особенностей в процессе формирования туристско-рекреационных кластеров в регионе, как факторов экономического развития муниципалитетов.

Существующие теоретические (и прикладные) подходы ограничиваются, как правило, рассмотрением отдельных аспектов и автономных элементов туристской деятельности в регионе. Работы в этой области применительно к развитию туризма в регионах РФ касаются, как правило, локальных оценок: а) туристского потенциала региона [1–4]; б) региональных туристских продуктов и соответствующей инфраструктуры (туристских кластеров) [5–8]; в) потребительских предпочтений в сфере туризма и мер организационного и экономического характера, связанных с развитием туристской отрасли [9–12]. Комплексных исследований, отражающих взаимосвязи этих блоков, недостаточно.

Предлагаемый методический подход

Для комплексного анализа и оценки роли и перспектив развития туризма и его влияния на социально-экономическую ситуацию в регионе в настоящей работе предлагается использование подхода, основанного на построении типологии административно-территориальных единиц региона в соответствии с важнейшими критериями оценки туристского потенциала: а) уникальность природных и культурно-исторических ресурсов; б) интегральный уровень социально-экономического развития; в) возможность получения мультипликативного эффекта от развития туризма как важнейшего элемента инклюзивного развития территории.

Для оценки уровня социально-экономического развития муниципальных образований Красноярского края применена паллиативная методика оценки уровня инклюзивного развития территории на основе двух критериев: а) численность постоянного населения (характеризует достигнутый уровень экстенсивного развития территории — масштабы и потенциал социально-экономического развития); б) динамика постоянного населения за последние 5 лет (характеризует оценку социально-экономической ситуации в районе населением — положительная динамика свидетельствует о более высоком уровне социально-экономического развития территории по сравнению со средними зна-

чениями, отрицательная динамика — о более низком уровне). В основе использования второго критерия лежит известный принцип рассмотрения миграции как индикатора уровня социально-экономического развития регионов [13].

С учетом возможностей развития туризма в рамках построенной типологии предложена и апробирована методика оценки мультипликативного эффекта, основанная на выявлении доли туризма в валовом региональном продукте (ВРП).

Таким образом, были выделены районы приоритетного и перспективного развития туризма. Данный подход был применен для анализа туристской сферы Красноярского края.

Обсуждение результатов

Проведенные расчеты показывают, что большинство муниципальных образований края попадают в группу территорий с низким и очень низким уровнем социально-экономического развития, что объясняется хронической депопуляцией и депрессивными процессами в их экономике. Особого комментария требуют результаты оценки для северных территорий края (Северо-Енисейского, Туруханского, Мотыгинского и ряда других районов) с развитой добывающей промышленностью и с формально высокими показателями экономического развития (созданная валовая добавленная стоимость и объем инвестиций), которые вошли в группу районов с низким и очень низким уровнем развития. Это объясняется существованием двух социально-экономических контуров в этих районах — постоянного и временного (вахтового) населения. Уровень и качество жизни постоянного населения, занятого в традиционных сферах экономики (а именно эта группа наиболее важна для оценки предпосылок развития туризма в районе), имеет мало общего с экономическими результатами (доходами и прибылью) добывающих предприятий и обслуживающего их временного (вахтового) населения.

Объединив две полученные группировки по уровню социально-экономического развития и по степени уникальности туристических регионов, мы выстроили типологию территорий Красноярского края по степени их перспективности для развития туризма и, как следствие, по степени влияния туризма на их социально-экономическое развитие в перспективе.

Безоговорочными лидерами рейтинга территорий Красноярского края по их привлекательности и перспективности для инклюзивного развития туризма являются города Красноярск и Норильск.

Красноярск, наряду с собственными значительными туристскими ресурсами (культурно-исторические и природно-рекреационные достопримечательности; проведение массовых событий в области куль-

туры, спорта и образования), обладает важными транспортно-транзитными преимуществами. Положение Красноярска на пересечении существующих и перспективных федеральных и международных трасс железнодорожного, автомобильного, воздушного и морского транспорта создает для города возможности «организующе-узлового центра» для транзитных туристов, для которых посещение города является дополнительным, но определяющим пунктом при планировании посещения привлекательных достопримечательностей и туров в Красноярском крае, а также в других регионах Енисейской Сибири — Хакасии, Тыве.

Аналогичную (столичную) роль в северной и арктической зоне Красноярского края играет Норильск, выполняющий транспортно-узловую роль «ворот в Красноярскую Арктику».

Важным фактором повышения вклада туристского потенциала Красноярска и Норильска в их инклюзивное развитие является развитие круизного туризма на Енисее и в Северном Ледовитом океане. Это создает значительные предпосылки для развития туризма не только регионального, но и федерального и международного уровня.

Перспективными территориями, для которых туризм может создать существенные эффекты в их социально-экономического развитии, являются муниципальные образования, входящие в группу «высокий потенциал инклюзивного развития» — города Дивногорск, Енисейск, Канск, Минусинск, Ермаковский, Манский, Минусинский, Шарыповский, Шушенский, Таймырский Долгано-Ненецкий, Туруханский и Эвенкийский муниципальные районы. Эти территории обладают значительными и уникальными туристическими ресурсами, но относительно слабой экономикой и социальной сферой. Именно районы этого типа наиболее перспективны с точки зрения стимулирования и развития туризма. Именно в этих районах туризм может играть определяющую или значительную роль в их социально-экономическом развитии.

Районы, входящие в другие группы («средний и низкий уровень инклюзивного развития») также интересны с точки зрения развития туризма, однако туризм в них будет иметь лишь местное (региональное) значение при реализации в этих районах отдельных локальных туристских проектов.

Выводы

Комплексный подход к оценке потенциала развития туризма в регионе на основе концепции инклюзивного развития позволяет повысить эффективность разработки перспективных инвестиционных проектов в туристской отрасли.

Методические подходы к типологическому анализу территорий региона и построению туристских кластеров, а также к оценке мультипликативных кластерных эффектов их развития могут быть положены в основу аналитических исследований при подготовке прогнозных и предплановых материалов развития регионального туризма.

Полученные в ходе исследований данные по пространственной оценке туристского потенциала Красноярского края являются основой для дальнейшей оценки вклада туризма в инклюзивное развитие экономики региона.

Литература

1. Кулакова Л.И., Осипов В.А. Методические подходы к оценке туристско-рекреационного потенциала российских регионов // Российское предпринимательство. Т. 18. № 24. С. 4261–4272.
2. Ушакова Е.О., Цой М.Е., Щеколдин В.Ю. Оценка туристского потенциала Новосибирской области с использованием факторного и кластерного анализов = Estimation of the Tourist Potential of Novosibirsk Region Territory Based on Factor and Cluster Analysis // Практический маркетинг = Practical marketing. 2020. № 9 (283). С. 3–10.
3. Сафарян А.А. Подходы к оценке туристского потенциала территории // Географический вестник. № 1 (32). С. 89–102.
4. Дунец А.Н., Крупочкин Е.П., Тельцова А.А. Оценка туристско-рекреационного потенциала для целей территориального планирования // Известия Алтайского государственного университета. Науки о Земле. 2011. Вып. 3. С. 108–113. URL: <http://izvestia.asu.ru/2011/3-2/geos/TheNewsOfASU-2011-3-2-geos-07.pdf>
5. Джанджугазова Е.А. Туристско-рекреационное проектирование. Учебник. М., 2014. URL: <https://avidreaders.ru/read-book/turistsko-rekreacionnoe-proektirovanie-3-e-izd.html>
6. Карпова Г.А, Песоцкая Е.В., Ткачев В.А. Теоретические подходы к использованию системного подхода и моделирования для оценки эффективности туристских кластеров // Известия СПбГЭУ. 2017. №6 (108). С. 81–84.
7. Закорин Н.Д. Инвестиционное развитие туристского потенциала региона. СПб., 2009. URL: https://tourlib.net/statti_tourism/zakorin.htm
8. Робинсон Б.В., Ушакова Е.О. Вопросы повышения эффективности управления региональными ресурсами развития туризма // Вестник СГУГиТ (Сибирского государственного университета геосистем и технологий). 2013. № 4 (24). С. 63–71.
9. Гуляев В.Г., Рассохина Т.В., Голодяева В.И. Научные подходы к развитию туризма в Российской Федерации в условиях кризиса,

санкций и геополитической нестабильности (часть 2) // Вестник РМАТ. 2016. № 2. С. 119–125.

10. Дурович А.П. Маркетинговые исследования в туризме. М., 2003. URL: https://tourlib.net/books_tourism/durovich_MT.htm

11. Чудновский А.Д., Жукова М.А., Сенин В.А. Управление индустрией туризма. М., 2013. URL: <http://library.nuft.edu.ua/ebook/file/hyd78.pdf>

12. Кирьянова Л.Г. Маркетинг и брендинг туристских дестинаций. Учебное пособие. Томск, 2011. URL: <http://www.oridu.odessa.ua/7/7/metoduchni-rek/t/01.pdf>

13. Васильева Е.В., Никулина Н.Л., Шилкова Е.В. Миграция как индикатор социально-экономического развития регионов России // Институты развития демографической системы общества: V Уральский демографический форум: сборник материалов. Екатеринбург, 2014. С. 30–33. URL: https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/30089/1/irdso_2014_07.pdf

М.А. Широкова, А.И. Леханов
Региональная идентичность и национальная политика
как факторы формирования
российского национального самосознания
в постсоветский период: позиции исследователей

В общественных науках растет интерес к теоретическому осмыслению феномена национального самосознания. Увеличивается количество как фундаментальных, так и прикладных исследований, посвященных данной тематике. Это обусловлено диалектическим взаимодействием в современном мире противоположных тенденций: с одной стороны, процессов интеграции, сближения между странами, унификации национальных форм бытия, с другой стороны — стремления народов к сохранению самобытности, защите своей культуры, своих национальных традиций и ценностей.

Национальное самосознание подвергается давлению со стороны глобализации. Ключевую роль в формировании национального самосознания играют современные информационные технологии, позволяющие распространять, собирать и обрабатывать информацию в весьма сжатые сроки. Проблемы национального самосознания, особенно в текущих реалиях 2022 года, после борьбы с эпидемией коронавируса и в связи с проведением специальной операции на Украине, являются неотъемлемыми составляющими современных национальных отношений, что привлекает интерес как отечественных, так и зарубежных исследователей.

В национальном самосознании отражаются все социальные изменения, свойственные современному обществу. Сегодня российское национальное самосознание не сформировано до конца, так как в нем находят отражение зачастую противоположные идеологические ориентации (космополитические и националистические, социалистические и либеральные), прослеживается синтез республиканских и монархических установок, а также сталкиваются элементы религиозного и атеистического мировоззрений. Поэтому сфера национальной политики находится в состоянии поиска наиболее откликающихся в социуме ценностей и идей, которые могли бы стать основой формирования общего национального самосознания.

После развала СССР характерным элементом национального самосознания России стало формирование региональной идентичности [1]. На фоне усиления региональных социально-политических процессов проявилось существенное противоречие в сознании российского общества. Прежде всего, продолжала оформляться единая, общегражданская идентичность. Но в то же время возрастала регионализация общественного сознания. В связи с этим одни исследователи полагали, что регионализация носит временный характер и обусловлена переходным состоянием общества. Усиление значимости региональных и этнических ценностей, на их взгляд, явилось вынужденной мерой, в ответ на разрушение единой общенациональной целостности времен СССР. Другие же авторы характеризовали процесс регионализации как закономерный этап развития общества. По их мнению, во всем мире на первый план выдвигаются именно региональные ценности. Так, в Европе на место национальных государств приходят объединенные, но многообразные и полицентричные общества, так называемая «Европа регионов» [2].

Если рассматривать регионализацию сознания в России, то это не новое явление в истории страны. Межрегиональные различия политико-культурного характера сглаживались и подавлялись в Российской империи и СССР, стирались в результате новейших миграционных процессов, но они не были уничтожены, и на периферии всегда существовали центры региональных культур. В работе 1999 г. «Региональная идентичность в современной России» исследователь Р.Ф. Туровский пишет, что в России первого постсоветского десятилетия «проявились следующие тенденции: деградация и дискредитация унитарной модели государственного устройства; падение политической дееспособности центра и, соответственно, развитие региональной инициативы; постепенная делигитимация Москвы как российской столицы и центра русской культуры» [2, с. 89].

Отсюда, с одной стороны, стало возрождаться самосознание, присущее некоторым социально-территориальным общностям дореволюционной России, например, казачеству. С другой стороны, появились новые формы регионализации самосознания, отсутствовавшие исторически, в частности, идентичность российских республик.

Особенностями России можно считать совмещение процессов регионализации и складывания федеративных отношений, а также происходящее в этих условиях столкновение элит федерального центра и национальных республик [3]. Продолжим цитировать Р.Ф. Туровского: «Результатом стало превращение административных единиц в полугосударственные образования — субъекты федерации. Сам феномен регионального самосознания в России подразумевает суверенитет в национальных республиках, сформировавшихся в 1990–1991 гг., которые стали носителями новой формы национальной государственности. В результате в республиках стала формироваться своя идентичность, отличная от российской. В сознании титульных этносов формировалось отношение себя в первую очередь именно к республике, а уже потом к стране в целом. Помимо расхождения между «центром» и «провинцией» появилось новое деление: «центр» и «национальные республики», важно отметить, что в каждой республике формировалась своя собственная идентичность» [2, с. 90].

В основе формирования такой идентичности лежит территориальный принцип. Подразумевается, что существуют этноконфессиональные, лингвистические, политико-исторические и социально-экономические различия между российскими территориями. Появление в России множества национальных субъектов привело к проблеме столкновения этнического и общенационального самосознания. В Российской империи такая проблема отсутствовала, ввиду подданнических отношений между центром и периферией и часто несформированности собственной этнической идентичности. В советское время государство пошло на политические уступки «национальным окраинам», вводя институт национально-территориальной автономии и, тем самым, стимулируя развитие этнического самосознания. Таким образом, в СССР образовалось пространство для формирования региональной идентичности. Так, в РСФСР появились автономные республики, области и округа, в которых складывалась многоуровневая идентичность — принадлежность к СССР, принадлежность к России и принадлежность к национально-территориальному образованию [2].

В Российской Федерации существуют разнообразные возможные основания для региональной идентичности — так называемая «привязка», поскольку имеется многообразие общностей, к которым люди

могут себя относить. Наиболее значимыми уже упомянутый Туровский называет следующие варианты «привязки».

Во-первых, привязка к субэтническим (лингвистическим) группам. По мнению исследователя, «культурно-провинциальная идентификация актуальна для отчетливо выделяющихся групп, сохранивших свою самость (казаки, семейские, отчасти — поморы), но пока не актуальна для северных и южных великороссов, а тем более для жителей среднерусской полосы (в силу размытости и больших размеров ареалов, утраты традиций). В целом, ее значимость остается небольшой» [2, с. 95].

Во-вторых, физико-географическая идентификация. В таком случае люди идентифицируют себя, прежде всего, как жителей определенной природной территории, для которой существует собственное географическое название: Север, Поволжье, Кавказ, Урал, Сибирь, Дальний Восток [4]. В первую очередь, такая самоидентификация проявляется на периферийных территориях. Особенно яркий пример — Сибирь [2].

В-третьих, используется привязка к административным единицам. В России наибольшую роль играет именно такое самоопределение, поскольку в текущих реалиях культурно-лингвистические, а также физико-географические границы достаточно размыты [2]. Идентификация на основе административных границ становится самой четкой, как и связанные с ней обозначения населения данных территорий: москвичи, жители Алтайского края, новосибирцы.

Дальнейшее формирование общероссийской и региональной идентичности во многом обусловлено проводимой в государстве национальной политикой. Но, как пишет, в частности, А.З. Сулейманов, «существующая концепция государственной национальной политики Российской Федерации неоднозначна по своему содержанию» [5, с. 1171]. По многим вопросам это сужает ее возможности в плане решения разнообразных этнических проблем, а в некоторых ситуациях даже усугубляет эти проблемы. Поскольку в качестве главных раздражителей выступают конфликты на межэтнической почве, национальная политика фокусируется, прежде всего, на их разрешении. Однако представляется, что национальная политика не может ограничиваться лишь мерами временного воздействия. Особенно это касается национальных субъектов Российской Федерации. При наличии компактного проживания этносообществ, «национальная политика должна, несомненно, носить последовательный, комплексный и долгосрочный характер, с учетом интересов и гражданского волеизъявления народов России» [5, с. 1172].

Несовершенство федерального и регионального законодательств также вызывает беспокойство, поскольку это нередко затрудняет действия (либо приводит к бездействию) государственных органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации по решению назревших проблем коренных народов, по защите их прав и интересов [5]. Стоит также отметить, что существует определенное расхождение законодательной базы на разных уровнях власти, так как федеральный уровень не всегда успевает за региональным. Поэтому актуален вопрос о необходимости сближения законов разных уровней [6]. Можно сослаться с тезисом А.Г. Сулейманова о том, что в условиях формирования федеративных отношений, становления правового государства и развития элементов гражданского общества федерация в России выступает не просто как форма государственного устройства, но и как способ реализации права народов на самоопределение [5].

В 1990-е гг. национальные республики России приобрели достаточно заметные особенности. Так, социально-экономическое развитие региона теперь формировалось с учетом существующих региональных специфик, далее, на региональном уровне появился собственный реально действующий процесс законотворчества. Кроме того, регионы получили частичную финансовую независимость, а также появились элементы местного самоуправления и выборности глав регионов. Но первые десятилетия XXI века стали периодом отката в сфере обозначенных прав регионов и национальных республик [5]. Формально все приобретения сохранились, однако в реальности они не функционировали должным образом. Ярким примером несостоятельности регионов стал период пандемии, когда региональные власти не могли самостоятельно принимать решения и находились в зависимой позиции по отношению к центру. По объективным причинам, эта зависимость еще усилилась во время проведения специальной операции на Украине.

В национальной политике большое значение имеет собственно политический аспект. Под политическим аспектом понимают деятельность органов власти: федеральных, региональных и местных. Она проявляется через формирование бюджета, принятие законодательных актов и политических решений по конкретным проблемам (например, о возвращении религиозным организациям культовых зданий, об открытии национальных классов или национальных школ).

Для национального самосознания регионов чрезвычайно важен языковой фактор. Язык является базой единства и стабильности общества. В демократических государствах, к которым относится Россия, при разработке языковой политики учитываются принципы равноправия народов и самоопределения личности. В таких условиях регионы

получают немало возможностей для использования своих родных языков, например, законодательно закрепляется право получить образование на языке своего этноса. Для обозначения языковой политики используется термин «языковое строительство», предполагающее выбор языка, определение его норм, использование в названиях улиц, населенных пунктов и т.п. Языковая политика является частью социальной, культурной, образовательной и национальной политики [5]. Формами языковой политики выступают как отдельные мероприятия, так и законодательные акты. Например, в Башкортостане, Татарстане и ряде других субъектов РФ закреплены двойные государственные языки: русский и язык титульной нации республики.

Помимо этнопсихологических факторов, на развитие национального самосознания всегда влияли и реальные материальные потребности общества. Имеется в виду, прежде всего, общая территория проживания, на которой формировалось единое экономическое пространство и складывались условия жизни, характерные именно для данной территории. Объединение на экономических началах усиливает психологическую общность и становится ведущим интегративным фактором складывания раздробленных этнических общностей в единые нации. Как известно, ускоряют процесс развития национального самосознания и такие факторы как внешняя агрессия, порабощение, колонизация, угроза ассимиляции, культурного или полного физического уничтожения национальных общностей [5].

Социально-экономический кризис, охватывающий, в том числе, и сферу национальных отношений в стране, как правило, является главной причиной социальных конфликтов. В основе национальной напряженности лежит нарушение принципа социальной справедливости, представление о которой, с одной стороны, имеет глубокие исторические корни, с другой стороны — находит проявления в современной жизни [5; 7].

Необходимо помнить, что гражданский мир и межнациональное согласие представляют собой не данность, а, напротив, постоянно меняющиеся и динамически развивающиеся явления. Это — кропотливая совместная работа государства и общества, которая требует как соблюдения взаимных обязательств, так и синтеза общих национальных ценностей [5]. При этом стоит учитывать, что национальную интеграцию невозможно провести насильственными методами и под экономическим давлением.

В литературе в качестве наиболее распространенного маркера кризиса национального самосознания упоминается деградация духовно-

нравственных ценностей. Утрата прежнего ценностного единства проявляется в безнормности (аномии) и дисфункциональности общества.

Главной особенностью кризиса общенационального самосознания в России является неоднородность и раздробленность последнего. Существующие противоречия и взаимоисключающие ценности формируют линии разломов в национальном самосознании. В результате в сознании индивидов укореняются взаимоисключающие утверждения и установки, переплетение противоположных взглядов, мнений и оценок происходящих событий.

Анализ идеологической составляющей содержания российского национального самосознания позволяет сделать вывод о том, что ранее преобладавшие социалистические ценности по-прежнему сохраняют свою значимость [8]. При этом очевидно, что они оттеснены на задворки общественного дискурса под влиянием либеральных идей. Но и эти идеи до сих пор не заняли доминирующего места в обществе.

Сегодня в российском национальном самосознании имеется выраженная сфера региональной идентичности. Это прослеживается в реставрации и пересмотре регионально-исторических символов, региональной культуры, вновь появляющихся самоназваниях («алтайцы», «сибиряки» и т.д.), что приводит к складыванию территориально-гражданских сообществ.

В целом, как утверждает С.В. Путилов, содержание национального самосознания народов постсоветской России «следует рассматривать не только как набор разнообразных, во многом конфликтующих между собой позиций, но и как широкий диапазон многочисленных потенциальных возможностей, задающих важные предпосылки и предопределяющих основы будущих его трансформаций» [8, с. 31]. Отмечая особенности идентификационных процессов в национальном самосознании российских народов, автор полагает, что вектор развития феномена национальной идентичности зачастую был обусловлен не стремлением к обретению индивидами общего для всей страны идентификационного статуса, а стремлением к его размежеванию. Потому размыта и общегражданская идентификация.

Присоединимся к выводу исследователя о том, что «в ситуации духовного кризиса, ценностного и идейного размежевания важна, весьма актуальна и необходима сознательная, целенаправленная деятельность каждого по формированию не только конкретного (русского, татарского, башкирского и т.п.) национального самосознания, но и общероссийского самосознания в целом, что... могло бы позволить представителям разных народов успешнее адаптироваться к меняющимся условиям и выработать адекватное, оптимальное самосознание,

способствующее процессу их национальной и общенациональной самоидентификации» [8, с. 32].

Таким образом, на современном этапе в России проявляется потребность в оптимальной национальной политике, необходимость в создании условий для свободного развития всех народов России, и, в то же время, в формировании единой национальной идеи, в активизации деятельности системы образования по выработке общероссийских ценностных установок.

Литература

1. Кулаков С.В. Проблемы формирования региональной политической идентичности в современной России // *Pro nunc*. 2015. № 1 (14).
2. Туровский Р.Ф. Региональная идентичность в современной России // *Российское общество: становление демократических ценностей?* М., 1999.
3. Маркин В.В., Нелюбин А.А. Социальное моделирование пространственных трансформаций. Мониторинг региональных органов власти // *Россия реформирующаяся*. 2009. № 8.
4. Тельпов Р.Е. Маркеры типов региональной идентичности в текстах центральных СМИ. *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. 2019. Т. 12. № 7.
5. Сулейманов А.З. Национальная политика и развитие национального самосознания // *XV Международная конференция памяти профессора Л.Н. Когана «Культура, личность, общество в современном мире: методология, опыт эмпирического исследования»*, 20–23 марта 2012 г., Екатеринбург. Екатеринбург, 2012.
6. Хабибуллина А.Р. Сферы межэтнического взаимодействия в Республике Башкортостан на современном этапе // *Magistra Vitae: электронный журнал по историческим наукам и археологии*. 2010. № 15.
7. Файзуллин Ф.С. Социальная справедливость и пути ее реализации в национальной политике. Уфа, 2011.
8. Путилов С.В. Современное состояние национального самосознания российских народов // *Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена*. 2008. № 50.

2. МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ

В.Е. Дергачева **«Монументальная» политика США в столичном регионе** **(на примере Vietnam Veterans Memorial)**

Вьетнамская война оставила трагический след в американской истории и общественном сознании. Важную роль в завершении для США данного конфликта сыграли антивоенные движения. Именно постоянная критика со стороны американской общественности бессмысленности американских потерь на чужой территории, различные митинги и протестные шествия побудили правительство свернуть участие США в данном конфликте. По причине резонансного характера Вьетнамской войны и того травматического опыта, который данный конфликт оставил американскому обществу, он был встроен в американский исторический нарратив посредством политики памяти и её монументальных аспектов особым образом.

В данной статье рассматривается Мемориал ветеранов Вьетнама (Vietnam Veterans Memorial), на примере которого делается попытка как проследить тенденцию «монументальной» политики США в отношении Вьетнамской войны, так и выявить специфические особенности «монументальной» политики США в столичном регионе.

«Монументальная» политика памяти, её дефиниции, инструменты и место в общем концепте символической политики рассматриваются в работах таких отечественных исследователей, как В.А. Ачкасов [1], В.Н. Ефремова [2], М.А. Липман [3], О.Ю. Малинова [4] и таких зарубежных исследователей, как А. Ассман [5], Дж. Джонсон [6], Т. Клак [7], И. Мур [8] и др. Недостаточно изучена как сама тема «монументальной» политики, так и значение монументальных объектов для мемориализации событий Вьетнамской войны как отдельного сюжета.

Целью проводимой политики памяти США на современном этапе относительно Вьетнамской войны не является переосмысление или переоценка её причин, итогов и последствий, так как эта ревизия может напомнить о трагических вьетнамских событиях и затронуть исторический нарратив США относительно всего идеологического противостояния периода «холодной войны». США необходимо создать определённые коммеморативные и мемориальные рамки рассматриваемого конфликта для его благополучного встраивания в актуальную повестку проводимой политики памяти.

Рассматривая американскую «монументальную» политику, стоит учитывать тот факт, что она имеет свою специфику, по крайней мере, на двух уровнях реализации: региональном и федеральном. В рамках данной статьи на примере Мемориала ветеранов Вьетнама будет рассматриваться федеральный уровень реализации «монументальной» политики США в столичном регионе.

Монументальные объекты, установленные в Вашингтоне, увековечивают память известных людей, внёсших большой вклад в американскую историю: учёные, военачальники, политики, президенты. И такая тенденция наблюдается в большинстве стран, когда в столице располагаются памятники выдающимся историческим личностям. Также в столицах устанавливаются памятники павшим, имеющие характерные особенности организации мемориального пространства.

В Вашингтоне при увековечивании памяти павших зачастую вводятся не отдельные монументы, а целые мемориальные комплексы. Если говорить об организации мемориального пространства комплексов, следует отметить, что они часто представляют собой целые парки. Эти комплексы также отличаются монументальностью и масштабностью. Так как они расположены в столице, то и спроектированы они таким образом, чтобы вписываться в столичный архитектурный ансамбль. Кроме рассматриваемого мемориала в пример можно привести Мемориал ветеранов Корейской войны [9], Национальный мемориал ветеранов Второй мировой войны [10] и т.д. Кроме центрального элемента, кенотафа и вечного огня, которые являются неотъемлемыми элементами такого вида мемориалов, на территории комплексов иногда располагаются фонтаны и небольшие бассейны.

Рассмотренные характеристики присущи федеральному уровню «монументальной» политики не только США, но и других стран. Подобную организацию столичного мемориального пространства можно наблюдать во многих европейских странах. Основные отличия заключаются в определённых символах, которые в каждой стране имеют свои особенности, связанные с историей и коммеморативной значимостью конфликта, а также с культурными и национальными особенностями страны. Например, характерными символами российских мемориалов в память о ветеранах Афганской войны являются чёрный тюльпан и часовня.

Один из самых известных и почитаемых на государственном уровне мемориальных комплексов, посвящённых Вьетнамской войне, был возведён в 1982 г. и находится в Вашингтоне, в Садах Конституции. Основу Мемориала ветеранов Вьетнама составляет чёрная гранитная стена, которая конструктивно представляет собой две стены,

соединённые в V-образной форме. На мемориальной стене выгравированы имена всех американских военнослужащих, погибших или пропавших без вести во время конфликта [11].

Инициатива строительства мемориала и его дизайн вызвали множество разногласий. Некоторые считали, что деньги на строительство мемориала было бы лучше потратить на оказание услуг ветеранам, в которых они нуждались. Однако открытый конкурс на лучший проект мемориального комплекса всё же был объявлен. Обойдя 1420 проектов, победу одержала студентка Йельского университета Майя Лин [12]. После ознакомления с проектом нового мемориала многие раскритиковали черные стены и идею расположения будущей мемориальной стены ниже уровня земли. Также проект Майи Лин не содержал традиционных символов, чествующих служение, отвагу и жертву. После споров и дебатов компромисс всё-таки был найден.

Архитектор Майя Лин так описывает концепцию мемориала: «Когда вы идете по парку, мемориал выглядит как трещина в земле. Сама стена кажется бесконечной, а имена, выгравированные на стене, передают ощущение подавляющего числа и объединяют погибших солдат в единое целое» [12].

На примере данного мемориала можно увидеть те символы и сюжеты, которые являются центральными при мемориализации событий Вьетнамской войны в памятниках и монументах в столичном регионе. Посредством дизайна мемориала и других символических средств архитектор хотела передать отношение американского общества к событиям Вьетнамской войны. Через черный цвет и расположение стены (как «трещины» в земле) архитектор постаралась передать скорбь американского общества по погибшим во Вьетнаме.

Следует сказать, что некоторые общественные деятели и политики, отстаивающие точку зрения о победоносном характере американских кампаний и главенствующем победоносном историческом нарративе, ещё на стадии планирования концепции мемориала подвергли критике и архитектора, и будущий монументальный объект. Критиковался и черный цвет мемориальной стены, и идея её расположения ниже уровня земли. В газете *New York Times* вышла статья юриста Пентагона и ветерана Вьетнамской войны Тома Кархарта, в которой он раскритиковал отсутствие в мемориале героических символов и акцентирование внимания на «стыде и горе» [13]. Том Кархарт так описывает своё отношение к проекту мемориала Майи Лин: «Я считаю, что проект мемориала, выбранный на открытом конкурсе, явно оскорбляет жертвы, принесенные за свою страну всеми ветеранами Вьетнама. Этим мы запомнимся: черная пропасть стыда и печали, врезанная в

национальный облик» [13]. К дискуссии также присоединились борцы за равные права, которые раскритиковали оппонентов монумента. После споров и дебатов компромисс всё-таки был найден с перспективой добавления в дальнейшем других мемориальных объектов рядом с гранитной стеной.

В 1984 г., через два года после открытия мемориала, к нему была добавлена статуя «Три солдата», чтобы дополнить его и предложить альтернативный мемориал для критиков, которым не нравился «нетрадиционный» дизайн мемориальной стены [14]. Монумент «Три солдата» призван продемонстрировать разнородный состав вооруженных сил США периода Вьетнамской войны. Желая изобразить различные этнические группы, сражавшиеся на войне, скульптор Фредерик Харт намеренно создал статуи солдат с учетом разных рас: европеоид, афроамериканец и латиноамериканец.

Посетители мемориала могут видеть единство статуи и стены. Солдаты, кажется, смотрят на стену, словно ищут имена своих павших товарищей. Монумент Ф. Харта был размещен на некотором расстоянии от мемориальной стены, чтобы минимизировать влияние на ее дизайн. Фигура афроамериканца в мемориале «Три солдата» стала первым мемориальным объектом с изображением афроамериканца на Национальной аллее в Вашингтоне, что также активизировало дискуссии среди американского общества. Позже к мемориальному комплексу были ещё добавлены: Мемориал Вьетнамских женщин в 1993 г. [15] и Мемориальная доска памяти в 2004 г. [16].

США понесли большие человеческие потери во Вьетнамской войне и, по сути, проиграли в данном конфликте. Для США достаточно легко актуализировать память и проводить коммеморативные мероприятия в отношении событий американской истории, которые являются предметом гордости. Намного сложнее встроить в исторический нарратив память о таком конфликте, как Вьетнамская война. Пытаясь не активизировать новые дискуссии, чтобы не «открывать» печальные страницы истории, американское общество всё же инициировало некий диспут в отношении характера мемориализации событий Вьетнамской войны, что характеризует данный конфликт как актуальный и не переосмысленный на протяжении десятилетий травматический опыт поражения. Вьетнамская война является примером встраивания в исторический нарратив посредством политики памяти события, которое носит трагический характер. Один из самых значимых монументальных объектов, посвящённых Вьетнамской войне, своим дизайном призван продемонстрировать масштабность американских

потерь в данном конфликте, гордость за подвиг солдат и почитание их заслуг и памяти.

Говоря об общих и частных моментах в контексте реализации «монументальной» политики США на столичном и региональном уровнях (примером регионального памятника может служить Мемориал Р. Андерсону в Гринвилле) [17], следует акцентировать внимание на следующих тезисах. Чаще всего мемориалы в столице и крупных городах США находятся там по причине статуса увековеченных личностей, а мемориалы в провинциальных городах штатов находятся там по причине причастности увековеченной фигуры к данному месту. Памятники и мемориалы, находящиеся в Вашингтоне, спроектированы очень оригинально и выглядят масштабно, что не резонирует с архитектурным ансамблем столицы. Также в столице и крупных городах большинство памятников посвящено ключевым фигурам американской истории. Региональные же мемориалы выполнены в сдержанном стиле. Их возводят, чтобы увековечить память, например, о героической земле и с целью патриотического воспитания. Следует сказать, что символическое пространство Вьетнамской войны в США на региональном и федеральном уровнях имеет одни и те же центральные символы. Однако рассматриваемый монументальный объект немного не соответствует символической «повестке» памятников подобного типа, так как не имеет традиционных символов воинской доблести, характерных для американского мемориального пространства.

Литература

1. Ачкасов В.А. «Политика памяти» как инструмент конструирования постсоциалистических наций // Журнал социологии и социальной антропологии. 2013. Т. 16. № 4 (69). С. 106–123.
2. Ефремова В.Н. О некоторых теоретических особенностях исследования символической политики // Символическая политика. М., 2015. Вып. 3: Политические функции мифов. С. 50–65.
3. Липман М.А. Пантеон национальных героев как элемент символической политики // Символические аспекты политики памяти в современной России и Восточной Европе: сборник статей / под ред. Лапина В.В. и Миллера А.И. СПб., 2021. URL: <https://www.colta.ru/articles/specials/24756-mariya-lipman-panteon-natsionalnyh-geroev-simvolicheskaya-politika>
4. Малинова О.Ю. Политика памяти как область символической политики // МЕТОД: Московский ежегодник трудов из обществоведческих дисциплин. М., 2019. С. 285–312.

5. Ассман А. Длинная тень прошлого: Мемориальная культура и историческая политика. М., 2014.
6. Johnson J.E. Monumental Politics: Regime Type and Public Memory in Post-Communist States // *Post-Soviet Affairs*. 2013. № 27(3). P. 269–288.
7. Clack T. Thinking through Memoryscapes: Symbolic Environmental Potency on Mount Kilimanjaro. Tanzania // *Academia*. URL: https://www.academia.edu/1395639/Thinking_Through_Memoryscapes_Symbolic_Environmental_Potency_on_Mount_Kilimanjaro_Tanzania
8. Moor I. Vilnius Memoryscape: Razing and Raising of Monuments, Collective Memory and National Identity // *Linguistic Landscape an International Journal*. 2019. № 5(3). P. 248–280.
9. The Korean War Veterans Memorial // Korean War Veterans Memorial Foundation. URL: <https://koreanwarvetsememorial.org/design/>
10. Service, Sacrifice, Unity, and Victory // World War II Memorial (U.S. National Park Service). URL: <https://www.nps.gov/wwii/index.htm>
11. How Are the Names Arranged // Vietnam Veterans Memorial Fund. URL: <https://www.vvmf.org/about-vvmf/FAQs>
12. History of the Vietnam Veterans Memorial // Vietnam Veterans Memorial Fund. URL: <https://www.vvmf.org/About-The-Wall/history-of-the-vietnam-veterans-memorial/>
13. Carhart T. Insulting Vietnam Vets // *New York Times*. 1981. URL: <https://www.nytimes.com/1981/10/24/opinion/insulting-vietnam-vets.html?searchResultPosition=1>
14. Vietnam Veterans Memorial, Three Soldiers // *Histories of the National Mall*. URL: <http://mallhistory.org/items/show/64>
15. Schmitt E. A Belated Salute to the Women Who Served // *New York Times*. 1993. URL: <https://www.nytimes.com/1993/11/12/us/a-belated-salute-to-the-women-who-served.html>
16. The Vietnam War in Memory Memorial Plaque Project // Memory Plaque Project Gateway Page. URL: <http://www.vietnamproject.ttu.edu/inmemory/vietwarmem/plaque2.htm>
17. Дергачева В.Е. Мемориал Р. Андерсону в Гринвилле (к вопросу о соотношении национальной и региональной «монументальной» политики в США // *Дневник Алтайской школы политических исследований № 37. Современная Россия и мир: альтернативы развития (Формирование региональной идентичности и политика исторической памяти): сборник научных статей / под ред. Ю.Г. Чернышова. Барнаул, 2021. С. 75–82. URL: <http://ashpi.asu.ru/ic/?p=18755>*

Ю.С. Ларионова
Социально-политические аспекты языковой политики
в Республике Казахстан

Проблема национальной идентичности является одной из самых актуальных тем политико-правового развития государства, которая остро проявляет себя в странах бывшего Советского Союза из-за высокой степени полиэтничности. Особое место занимает языковой вопрос, входящий в число индивидуальных социально-культурных аспектов общественного развития, который напрямую связан с политической конъюнктурой страны. Проводимая языковая политика напрямую взаимосвязана с социокультурной идентичностью казахстанского общества и его международным имиджем. Казахстан, будучи молодым государством, находится в процессе формирования положительного узнаваемого имиджа с упором на традиционные ценности. В этой связи языковая политика государства занимает центральное место, поскольку демонстрирует общий вектор дальнейшего политического процесса и позиционирование Казахстана в центрально-азиатском регионе и рамках СНГ.

В данной статье применяются методы дискурсивного и динамического анализ, а также основания трансформированного синтеза относительно языковой политики Казахстана и положения русского языка. Эмпирическую базу исследования составляют работы российского исследователя А. Щербака, в которых сопоставляются понятия политического и культурного национализма, и С.В. Кузнецовой, которая раскрывает суть культурного национализма. Среди зарубежных исследователей можно выделить работу Мехмета Волкана Кашыкчи о смешении советской культуры с признаками казахского национализма в советский период развития, а также книгу Терри Мартина о нации и национализме в Советском Союзе в 1920–1930 гг. В качестве источников были привлечены закон «О языке» Республики Казахстан, статистические данные и материалы СМИ.

В четвертом пункте закона «О языке» Республики Казахстан от 11 июля 1997 г. сказано, что «государственным языком Республики Казахстан является казахский язык». В этом же пункте уточняется, что входит в понятие «государственного языка»: «Государственный язык — язык государственного управления, законодательства, судопроизводства и делопроизводства, действующий во всех сферах общественных отношений на всей территории государства». Статья 5 данного закона гласит, что «в государственных организациях и органах местного самоуправления наравне с казахским официально употребляется

русский язык... в равной степени, одинаково, независимо от каких-либо обстоятельств».

В статье 6 сказано, что «...каждый гражданин Республики Казахстан имеет право на пользование родным языком, на свободный выбор языка общения, воспитания, обучения и творчества». Таким образом, на законодательном уровне гарантируется недопустимость «ущемления прав граждан по языковому признаку... каждый гражданин Республики Казахстан имеет право сохранять свой язык и самобытную культуру, общаться на том языке, на котором желает» [1]. Данные положения, с одной стороны, провозглашают доминирующее положение казахского языка в стране, но при этом, во избежание стычек и микроконфликтов на национальной почве, для воспрепятствования проявлениям нетерпимости и расшатывания социально-политической ситуации в государстве, практикуется использование русского языка в официально-деловых документах и его фактическое закрепление на втором месте после государственного. Однако, несмотря на усилия законодательной власти добиться благоприятных условий для функционирования русского и других языков малых народов в области общественных отношений, продолжает проявляться дискриминация по языковому признаку.

В 2000-х годах, после недавнего обретения независимости, президент Казахстана Н.А. Назарбаев проводил сбалансированную внутреннюю и внешнюю политику, направленную на становление и укрепление новообразованного государства. В качестве поддержки в данном направлении власти рассматривали Ассамблею народа Казахстана, в которую входили представители более 140 народностей, проживающих на территории республики. Основное внимание уделялось теме многонациональности и межэтнического единства [2], где русский язык играл роль связующего звена в социальном диалоге представителей разных этносов. Благодаря тому, что руководством республики активно продвигалась идея толерантности, терпимости и уважения к другим культурам, Казахстан на протяжении двух десятилетий развивался без крупных социальных потрясений.

Параллельно с этим в стратегическом потенциале государства приоритетным становится развитие национальной культуры внутри страны и за её пределами. Начинается этап формирования положительного имиджа казахского языка на международном уровне. Однако с течением времени начали усиливаться националистические идеи, и в качестве обоснования этого предлагалось выделить особенности исторического развития Казахстана с позиции этногенеза и формирования национального самосознания. Согласно исследованию выдающегося

российского исследователя А. Щербака, национализм подразделяется на политический и культурный [3, с. 1]. С.В. Кузнецова в своей статье под национализмом понимает «идеологическое движение с целью достижения и поддержания автономии, единства и идентичности коллектива, члены которого являются реальной или потенциальной нацией» [4, с. 1]. Мехмет Волкан Кашыкчи утверждает, что в период советской власти имел место национальный дискурс, однако националистические амбиции подавлялись, когда набирали достаточную силу, тем самым не подавлялось национальное строительство [5, р. 119]. По теории Терри Мартина, большевики пошли на этот шаг ради организации однородной социальной идентичности, чтобы разрушить сложный и изживший себя традиционный социальный уклад [6, р. 43].

Пик роста национального самосознания пришелся на конец 1980-х годов, когда по всем советским республикам прошла волна националистических выступлений. Наиболее ярко общенациональные настроения показали декабрьские протесты молодежи в Алматы в декабре 1986 года, когда после ухода Динмухамеда Кунаева главой республики стал Геннадий Колбин. Студенты требовали отставки Г. Колбина и назначения казаха или хотя бы казахстанца из числа русских или представителей других национальностей родом из Казахстана [7]. Массовый митинг на площади Брежнева перерос в бойню, а сам конфликт наглядно показал, насколько сильным был раздор между казахами и русскими [8]. События в Алматы стали толчком для прокатившихся по всему Советскому Союзу волнений, вспыхнувших при отделении Прибалтики от СССР [9], Ферганской резне турок-месхетинцев [10]. 16 декабря 1991 г. Казахстан заявил о своей независимости, 26 декабря 1991 г. СССР окончательно перестал существовать. Таким образом, Казахстан реализовал основное требование социума по поводу национальной политики в последнее десятилетие существования Советского Союза. Обретение независимости было произведено активной реализацией политического национализма, в рамках общепризнанного принципа права наций на самоопределение. Главной причиной, по которой Казахстан охватила волна политического и культурного национализма, стало длительное отсутствие суверенного государственного образования на единой территории. На протяжении двух столетий Казахстан развивался в пределах Российской империи, а затем Советского Союза. Эскалация социальной напряженности аккумулировалась в политической воле народа, которая в последующем выразилась в виде открытого протеста в ходе декабрьских событий в 1986 г.

После обретения независимости Казахстан взял курс на укрепление своего положения в качестве нового государственного образова-

ния на внешне- и внутривластической орбите. Страна, являясь в конце 1990-х и начале 2000-х гг. далеко не передовым государством в азиатском регионе и мире, сделала упор на многостороннюю дипломатию и выстраивание равных добрососедских отношений как с бывшими советскими республиками, так и странами ближнего и дальнего зарубежья. Во внутренней политике приоритетом являлось сохранение стабильности, поэтому на высшем уровне любые проявления национализма в 2000-х гг. активным образом сдерживались и пресекались. Ассамблея народов Казахстана, представляющая собой совещательный орган при президенте РК, играла одну из ключевых ролей для поддержания толерантности в обществе мира и согласия. Показателен отчет независимого эксперта ООН по вопросам меньшинств в июле 2009 года, который высоко оценил уровень межэтнической терпимости в стране [11].

Ситуация динамично начала претерпевать изменения со второй половины 2010-х годов. Казахстан укрепил свои позиции в качестве нового государственного образования, занял нишу на международной арене, а также сумел грамотно воспользоваться зарубежными инвестициями для развития своей экономики. Опасения не состояться в качестве государства ушли в прошлое, Казахстан приступил к задаче упрочения своих международных позиций. С этой целью он успешно выступил в роли площадки для переговоров по сирийскому вопросу (астанинский саммит) [12]. Для улучшения своего международного имиджа было принято решение сделать ставку на самобытность и индивидуальность казахской культуры и государственного языка. Но, как ни парадоксально, возрождение казахской культуры идет в тесной связи с националистическими настроениями, которые получили широкий размах среди чиновничества младшего и среднего звена. Национализм затрагивает ключевые сферы в жизни казахстанского общества, начиная от рынка труда и заканчивая образованием и культурным наследием. Это проявляется в сокращении количества часов русского языка и литературы в школах. Современные школьные учебники по новой истории Казахстана носят политизированный характер, что способствует разжиганию межнациональной розни, и данная тенденция в последнее время проявляется всё активнее. Автор аналитической статьи С. Ильченко отмечает культурное и идейное отдаление Казахстана от России и циркуляцию в обществе ультраправых идей [13]. Демонтаж памятника В.И. Ленина в 2010 г. связан непосредственно с утратой актуальности [14]. В целом преобладает тенденция десоветизации, цель которой стереть из исторической памяти колониальное прошлое [15]. Переименование улиц, демонтаж памятников времен советской эпохи

также дополняют общую картину, но подход к этому носит избирательный характер. Современные политические и общественные деятели пересматривают подходы к оценке истории с точки зрения международного имиджа. Активное продвижение казахского языка, постепенная субституция русского языка на фоне охватившего страну течения антисоветизма и негласное ущемление прав русскоязычного населения являются проявлением культурного национализма, захлестнув многие сферы жизни казахстанского полиэтнического общества. Данная тенденция не охватывает в равной степени всю республику, относится к достаточно небольшой части населения, преимущественно проживающего в южных и юго-западных областях, где большинство населения – представители казахского населения. Чем ближе к северу, тем больше русского и русскоязычного населения, поэтому в данном регионе вопрос о статусе русского языка не стоит.

Культурный национализм в Казахстане выражается в вытеснении активного употребления русского языка и в поражении прав граждан Казахстана, не владеющих казахским языком, сокращении количества часов русского языка и литературы для детей в школах с русским языком обучения, а также в тенденции к умалчиванию и переписыванию исторических событий.

Предлагаем обратиться к статистическим данным. Согласно отчету Министерства культуры и спорта за 2016 год, свободно владеет русским языком в Казахстане 89,4% граждан [16]. Демографическая ситуация в РК претерпевает изменения. Сокращается доля носителей русского языка: согласно данным переписи населения РК в 2021 г., доля русскоязычного населения составляет 18,42% (3478287 человек) [17]. Растет численность казахского населения, однако большинство казахского населения, особенно в крупных городах, являются билингвами, владеющими казахским и русским языками. Это связано со следующими факторами: оставшимся культурным наследием общего исторического прошлого с Россией, на русском языке проходит общение, обучение, а также доступ к огромному информационному пласту как русской, так и мировой культуры, русский язык сохраняет статус межнационального и международного общения. В рамках сотрудничества между странами СНГ и на Евразийском пространстве русский язык играет интеграционную и консолидирующую роль. Таким образом, отношения подавляющего большинства населения Казахстана к русскому языку и национальное самоопределение не имеет взаимосвязи с политическими целями.

Необходимо отметить, что преград для функционирования центров по изучению языка и культуры среди представителей национальных

меньшинств в районах их компактного проживания нет. Таким образом, формально статьи закона «О языке» соблюдаются. Впрочем, казахстанские власти не заинтересованы в поддержке национальных меньшинств и не занимаются разработкой специальных программ для их поддержания, а освещение самой проблемы находится под табу [18].

Возвращаясь к вопросу о языковой политике в Казахстане, следует отметить наметившуюся тенденцию на дерусификацию. Дерусификация представляет собой инструмент, дестабилизирующий общественную и политическую ситуацию в стране. Она связана с десоветизацией и стремлением к легитимации и укреплению национальной идентичности в условиях кризиса после распада СССР. Прокатившаяся летом 2021 г. очередная волна движения националистов, выразившаяся в ограничении использования русского языка в повседневной жизни, всколыхнула общественность не только в самой республике, но и привлекла внимание за рубежом, в том числе российских властей [19]. Националисту Куату Ахметову МВД РФ запретил въезд в страну на 50 лет, в Казахстане на него возбуждено уголовное дело по статье о разжигании национальной розни. Языковые патрули осудили президент Касым-Жомарт Токаев и заместитель руководителя администрации президента Казахстана Даурен Абаев [20].

Таким образом, в отношении функционирования и использования русского языка мы наблюдаем две тенденции. Вопрос сохранения русским языком статуса официального языка необходим ради поддержания внутривнутриполитической стабильности внутри Казахстана. Однако данная точка зрения не находит отклика у национальных прозападных элит. Фракция «Ак Жол» отстаивает антироссийскую позицию на официальном уровне и призывает признать голод в 1930-х гг. «геноцидом казахского народа». В правящую партию «Нур Отан» допущен Айдос Сарым, тесно сотрудничающий с политическими структурами США, а издания «Жас Алаш» и «Адырна» требуют лишить русский язык статуса официального языка [21]. Старший научный сотрудник ИМЭМО РАН им. Е.И. Примакова Владимир Аватков считает, что «попытка вытеснить русский язык с постсоветского пространства — целенаправленная политика Запада, реализующего ее не своими руками, а через тех партнеров в регионе, которые обладают большим влиянием на них. В данном случае это Турция. С этим связаны всплески русофобии и попытки снизить значение русского языка. Кроме того, национализм, подпитываемый тюркской идеологией, поднимает свою голову на постсоветском пространстве, не понимая, что в турецких планах по освоению тюркских государств постсоветского пространства место их национальной идентичности не предусмотрено, в отли-

чие от исторического союза с Россией, когда Россия позволяла сохранять исторические корни тюркским народам, входившим вначале в империю, а потом в состав СССР» [22].

Проблема культурного национализма и общей дерусификации в Казахстане во многом связана со сложившейся внутривнутриполитической организацией, где основную роль играют пришедшие к власти кланы и члены их семей. В данном случае национализм является альтернативным путем восхождения по карьерной лестнице для казахов, не являющихся членами руководящих кланов, и данная программа активно финансируется зарубежными НКО и Фондом Сорос-Казахстан. Продвижение в политику националистически настроенных деятелей, среди которых можно выделить Айдоса Сарым, Айгуль Арынбек, раскалывает казахстанское общество на две фракции, одна из которых поддерживает продвижение казахского языка, а другая отдает предпочтение общению на русском языке. Потенциальный раскол угрожает политической стабильности на Евразийском пространстве [23], который опасен тем, что Казахстан рискует превратиться в горячую точку [24]. Языковой вопрос, выступающий в тесной взаимосвязи с национальным самоопределением, является достаточно острым, затрагивает политическую и социальную стабильность как внутри страны, так и на территории Центральной Азии, и от успешности его разрешения зависит дальнейший этап развития Казахстана.

Литература

1. О языках в Республике Казахстан: Закон Республики Казахстан № 151-І от 11 июля 1997 года // Информационная система «Параграф». URL: https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=1008034&pos=5;-116#pos=5;-116
2. Ассамблея народов Казахстана. URL: <https://assembly.kz/ru/ank/obshchaya-informatsiya/deyatelnost>
3. Щербак А. Распаду СССР способствовал культурный национализм // Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономик», 20.04.2022. URL: <https://iq.hse.ru/news/177668129.html>
4. Кузнецова С.В. Культурный национализм: этносимволизм о роли интеллигенции в формировании нации // Вестник Минского университета 2016. № 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kulturnyy-natsionalizm-etnosimvolizm-o-rol-i-intelligentsii-v-formirovanii-natsii>
5. Kaşıkçı M.V., Bustanov A.K., Soviet Orientalism and the Creation of Central Asian Nations // *Ab Imperio*. 2015. № 4. P. 443–453.

6. Martin T. The Affirmative Action Empire: Nations and Nationalism in the Soviet Union, 1923–1939 // JSTOR. URL: <https://www.jstor.org/stable/10.7591/j.ctt1rv61tj>
7. 30 лет назад казахская молодежь вышла на демонстрацию протеста // Газета.ru. 20.04.2022. URL: https://www.gazeta.ru/science/2016/12/17_a_10433207.shtml?updated
8. Участники Желтоксана рассказывают, как саперные лопатки оказались сильнее казахской поэзии и портретов Ленина // Интернет-СМИ Медиазона. URL: <https://mediazona.ca/article/2020/12/16/jeltoqsan>
9. Выход Прибалтики из СССР: внешняя и внутренняя стороны проблемы // Информационное агентство «РИА Новости». 01.07.2015. URL: <https://ria.ru/20150701/1107711565.html>
10. Ферганская резня // Информационное агентство «РИА Новости». 03.06.2019. URL: <https://ria.ru/20190603/1555121171.html>
11. В Казахстане наблюдается высокая степень межэтнической и межконфессиональной гармонии // [Офиц. сайт ООН]. URL: <https://news.un.org/ru/story/2009/07/1148041>
12. Астанинский процесс // Посольство Республики Казахстан в Российской Федерации. URL: https://kazembassy.ru/rus/sotrudnichestvo/mnogostoronnee_sotrudnichestvo/astaninskii_process
13. Декоммунизация по-казахски // Интернет-портал «Иносми.ру». 27.06.2018. URL: <https://inosmi.ru/politic/20180627/242601840.html>
14. В Казахстане демонтируют крупнейший памятник Ленину // Интернет-издание «Лента.ру». 07.12.2010. URL: <https://lenta.ru/news/2010/12/07/monument1>
15. «Снос советских памятников помогает деколонизации и духовному возрождению Казахстана» — автор монумента Алаш-орде // Медиа-портал Caravan.kz. 17.06.2019. URL: <https://www.caravan.kz/news/snos-sovetskikh-pamyatnikov-pomogaet-dekolonizacii-i-dukhovnomu-vozzrozhdeniyu-kazahstana-avtor-monumenta-alash-orde-548933>
16. Русский язык в Казахстане: пять актуальных вопросов и ответов // Total Media Qazaqstan. 01.09.2017. URL: https://total.kz/ru/news/mneniya/russkii_yazik_v_kazahstane_pyat_aktualnih_voprosov_i_otvetov_date_2017_09_01_11_13_58
17. Статистика простыми словами // Агентство по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан. URL: <https://stat.gov.kz/important/simple>
18. Меньшинства жалуются на дискриминацию в казахстанской прессе // Интернет-издание «Азаттык». URL: https://rus.azattyq.org/a/minorities_rights_kazakhstan/2295369.html

19. В Казахстане объявили войну русскому языку. Почему его считают угрозой для страны? // Интернет-издание «Лента.ру». 03.10.2021. URL: https://lenta.ru/articles/2021/10/03/kaz_naz

20. Токаев заявил о недопустимости препятствий к использованию русского языка в Казахстане // Деловая газета «Ведомости». 01.09.2021. URL: <https://www.vedomosti.ru/politics/news/2021/09/01/884597-tokaev-zayavil-o-nedopustimosti-prepyatstvii-k-ispolzovaniyu-russkogo-yazika-v-kazahstane>

21. Казахстан в извилистых путях многовекторности // Ежедельник «Звезда». 15.05.2021. URL: <https://zvezdaweekly.ru/news/20216151435-g7hdM.html>

22. Кому выгоден раздор между Москвой и Нур-Султаном // Интернет-издание «Лента.ру». 18.11.2021. URL: <https://lenta.ru/articles/2021/11/18/xenphb>

23. Немая степь: что ждёт Казахстан без русского языка // Информационный портал газеты «Известия». 08.10.2021. URL: <https://iz.ru/1232434/kseniiia-loginova/nemaia-step-chto-zhdet-kazakhstan-bez-russkogo-iazyka>

24. Ненависть к языку ведет к мракобесию // Интернет-издание «Лента.ру». 26.03.2021. URL: <https://lenta.ru/articles/2021/03/26/kaz>

Н.С. Малышева

Социально-культурные последствия деиндустриализации Рурской области

Рурская область, расположенная в федеральной земле Северный Рейн-Вестфалия (ФРГ), пережила во второй половине XX в. ряд структурных изменений. На протяжении длительного времени в экономике Рура большую роль играли добыча угля, металлургия, машиностроение, химическая промышленность, предприятия военной промышленности. Рур обладал всеми характеристиками так называемых старопромышленных регионов: преобладание добывающей и тяжелой промышленности, плохая экология, высокая плотность населения, преобладание на рынке труда мужской занятости, немногочисленный средний класс, отсутствие университетов и, как следствие, малая доля лиц с высшим образованием, практическое отсутствие рекреационных зон. Однако с конца 1950-х гг. регион вступил в полосу длительного экономического спада, повлекшего закрытие предприятий и рост безработицы. В данной статье ставится задача выявить изменения в социальной и культурной среде Рура в условиях структурных реформ.

В середине XX века Рурский регион обеспечивал 90% угля и 80% стали и железа, производимых в ФРГ. В промышленном производстве

было занято 1 млн 387 тыс. человек из 2 млн 335 тыс. работников, то есть почти 60% населения Рура [1, р. 22].

К концу 1950-х гг. назрели первые признаки кризиса горнодобывающей отрасли: страна начала импортировать дешевую нефть и каменный уголь начал проигрывать конкуренцию другим видам энергоносителей. В последующие годы, в условиях колебания цен на нефть, правительством ФРГ был взят курс на активное развитие атомной промышленности, а также закупку природного газа из СССР и более дешевого угля из США. В результате сократилось производство не только в угольной промышленности, но и в смежных отраслях.

Федеральным правительством, правительством земли Северный Рейн-Вестфалия и муниципальными властями предпринимались меры по поддержке утратившей конкурентоспособность промышленности Рура и ее модернизации. Правительством земли была разработана Программа развития Рура на 1968–1973 гг., согласно которой планировалось переобучение попавших под сокращение шахтеров и металлургов, создание новых рабочих мест в сфере услуг, открытие новых школ и университетов, улучшение экологии, модернизация транспортной инфраструктуры и т.д.[2] Власти также предусматривали поддержку переживающей спад угольной промышленности: в 1968 г. была основана компания «Рурколе АГ» (Ruhrkohle AG), получившая государственную поддержку и поглотившая акции двадцати пяти нерентабельных угледобывающих предприятий. В 1975 г. была введена субсидия для добычи каменного угля за счет надбавки к цене на электроэнергию — «угольный пфеннинг». С одной стороны, государственное субсидирование неконкурентоспособных отраслей отсрочило их свертывание на годы; но, с другой стороны, именно государственная поддержка предотвратила серьезные социальные потрясения и массовые забастовки шахтеров и металлургов.

Важным направлением стал курс на создание инновационной экономики в регионе. В 1980-е - 1990-е гг. в Рурской области были открыты бизнес-инкубаторы и технопарки, на территории которых расположились компании и лаборатории по исследованиям в области IT-технологий, медицинских технологий, микроэлектроники, переработки, новых материалов, логистики [1, р. 61]. Большое значение уделялось установлению связи между наукой и производством — открывшиеся в Бохуме, Дортмунде, Эссене и Дуйсбурге университеты были ориентированы на востребованные в машиностроении и микроэлектронике прикладные исследования.

В результате подобной структурной политики Рур превратился в регион с диверсифицированной экономикой, где наряду с традицион-

ными отраслями промышленности появились новые — автомобильная, химическая, электротехническая и электронная, возникла разветвленная сфера услуг. Изменения в экономике повлекли за собой и социальные сдвиги. Одновременно с сокращением числа занятых в промышленном производстве, росла численность занятых в сфере умственного труда и сфере услуг. Согласно данным за 2019 г., 21% работников Рурской области трудятся в области образования, здравоохранения и социальных услуг; 19,9% — в сфере бизнеса, права и администрирования, и только 18% — в традиционных для области отраслях добычи сырья, переработки и производства [3]. Возросла женская занятость, преимущественно в сфере услуг.

Кардинальные перемены в экономической жизни Рура не могли не сказаться на общественных настроениях. Затяжной кризис заметно повлиял на гражданское самосознание; население протестовало против закрытия шахт и заводов, против сноса рабочих поселков, вместо которых возводились многоэтажные дома. Наиболее активным в протестных настроениях было студенчество Рура — многие из студентов были детьми шахтеров или рабочих, первыми в своих семьях, кто поступил в университет. Молодежь выступала против войны во Вьетнаме, за гражданские права, за права женщин, и «восставала против бесчувственной забывчивости своих родителей, чье стремление к процветанию и стиранию из памяти ужасов нацизма символически выражалось в возникавших в исторических районах универмагах и небоскребах» [4, р. 295]. Новое поколение искало свою идентичность — в соседских общинах и региональной истории. Преподаватели университетов также поддерживали этот интерес, предлагая исследовательские проекты, ориентированные на нужды местных сообществ. Так, в 1969 г. проектная группа студентов и преподавателей Технического университета Дортмунда предложила вариант модернизации домов рабочего поселка Зидлунг, планируемого к сносу (на месте поселка застройщик планировал возвести многоэтажный жилой дом). Идею проектной группы о сохранении домов поддержали местные жители, подключились местное отделение Социал-демократической партии и пресса, и в 1971 г. решение о сносе поселка было отменено [5, р. 187]. В 1973–1975 гг. в Рурской области возникло несколько десятков инициативных групп из жителей — бывших шахтеров и металлургов, отстаивавших сохранение рабочих поселков. Помощь инициативным группам оказывал историк искусства Р. Гюнтер — приверженец идеи интеграции старых промышленных объектов в современный ландшафт, и другие активисты, благодаря чему значительная часть рабочих жилых комплексов в Руре была сохранена. Поддержка сохранения индустри-

ального наследия высказывалась и на правительственном уровне — в 1975 г. впервые были выделены средства на инвентаризацию и сохранение неиспользуемых промышленных объектов, и в этом же году в г. Хаген был открыт Музей технологического наследия.

Ряд сооружений, тем не менее, по-прежнему продолжали сносить без особого общественного резонанса. Иной случай представляла шахта Цольферайн в г. Эссен, построенная в 1920-е гг., о закрытии шахты и предстоящем сносе которой компания «Рурколе» объявила в 1986 г. После долгих переговоров государство выкупило у собственника участок с шахтой, включив ее в список промышленных памятников Эссена, а в 2001 г. Цольферайн была внесена в список объектов Всемирного наследия ЮНЕСКО [6]. К настоящему времени шахта превратилась в культурный центр региона, где располагается Музей Рурского региона, выставка современного искусства, музей керамики, ледовый каток, рестораны и т.д.

В целом, именно в 1980-е гг., на которые пришелся пик закрытия угольных шахт, особое значение стало уделяться индустриальной истории региона и развитию промышленного туризма. В 1989 г. была запущена программа «Международная строительная выставка Эмшер», в рамках которой в течение десяти лет в регионе была проведена реорганизация бывших индустриальных территорий и рекультивация загрязненных промышленным производством мест. Главной задачей стало экологическое и социокультурное восстановление региона. Заброшенные здания и неиспользуемое более оборудование были переведены в ранг промышленного культурного наследия: например, ставший обзорной площадкой города газометр в Оберхаузене [7], переделанная для проведения фестивалей и концертов электростанция в г. Бохуме [8], ландшафтный парк с бывшим металлургическим заводом в г. Дуйсбурге [9]. За годы программы была создана сеть из двадцати двух научных, технологических и культурных центров на месте старых объектов, что позволило создать новые рабочие места. Об успешности программы также свидетельствует признание агломерации Рура в 2010 г. культурной столицей Европы, а города Эссена — «зеленой» столицей 2017 года [10].

Несмотря на явное стремление к экологизации Рура и формирование его как «зеленого», туристического и культурного региона Европы, о полном сворачивании тяжелой промышленности речи не идет. Трансформация региона продолжается, и на повестке дня находится вопрос о технологической перестройке производственных процессов в тяжелой индустрии с учетом современных экологических стандартов. По-прежнему нерешенной проблемой остается безработица, уровень

которой выше, чем в целом по стране. Несмотря на это, деиндустриализацию Рурской области можно считать примером успешного задействования историко-культурного потенциала региона для его модернизации.

Литература

1. Eckart K. Social, Economic and Cultural Aspects in the Dynamic Changing Process of Old Industrial Regions. New Brunswick, 2003.
2. Das Entwicklungsprogramm Ruhr 1968–1973. URL: <http://www.digitales-archiv-friedrich-halstenberg.de/Dig.Archiv/Diversa/EntwicklungsprogrammRuhr1968-1973KartenOPT.pdf>
3. Regionalverband Ruhr. URL: <https://www.rvr.ruhr/daten-digitales/regionalstatistik/erwerbstaetige/>
4. Koshar R. Germany's Transient Pasts: Preservation and National Memory in Twentieth Century. Chapel Hill, 1998.
5. Raines A. Wandel durch (Industrie) Kultur: conservation and renewal in Ruhrgebiet // Planning Perspectives. 2011. Bd. 26, No2. S. 183–207.
6. Центр всемирного наследия. URL: <https://whc.unesco.org/ru/list>
7. Gasometer Oberhausen. URL: <https://www.gasometer.de>
8. Jahrhunderthalle Bochum. URL: <https://www.jahrhunderthalle-bochum.de>
9. Landschaftspark Duisburg-Nord. URL: <https://www.landschaftspark.de>
10. Essen becomes the European Green Capital for 2017. URL: <https://ec.europa.eu/environment/europeangreencapital/essen-ecc-2017>

А.А. Миловидов

Об интеграции ЕАЭС в сфере пищевой промышленности и создании евразийского бренда

Сфера пищевой промышленности является одной из важнейших отраслей экономики государства. Задача этой сферы производства — обеспечить устойчивое снабжение населения необходимыми продуктами питания. В условиях перехода от плановой экономики к рыночным отношениям на постсоветском пространстве в 1990–2000-х гг. трансформация пищевой промышленности происходила в крайне тяжелых экономических условиях. Либерализация внешнеэкономической деятельности, массированный импорт продовольствия и падение платежеспособного спроса значительной массы населения — все это ухудшило положение отрасли, оказавшейся неконкурентоспособной по отношению к импортному продовольствию.

Техническая база пищевой промышленности отстала от современных, по меркам 1990-х годов, требований. Основные производственные фонды отрасли были изношены физически наполовину, а морально — практически полностью. Все это усугублялось технологической отсталостью и финансовой неустойчивостью предприятий отрасли [1].

Начиная с 1994 года шел поиск оптимальных путей реализации предложенной президентом Казахстана Н.А. Назарбаевым идеи евразийского союза государств. 10 октября 2000 г. в Астане главами государств (Белоруссия, Россия, Казахстан, Киргизия, Таджикистан) был подписан Договор об учреждении Евразийского экономического сообщества (вступил в силу 30 мая 2001 г.). В Договоре была заложена стратегия развития торгово-экономического сотрудничества.

В 2011 г. были приняты несколько технических регламентов, включая технические Регламенты Таможенного союза «О безопасности пищевой промышленности» и «О безопасности упаковки». Также в отдельную группу можно выделить технические регламенты о безопасности продукции по отраслям, которые принимались в период 2011–2018 гг.: О безопасности зерна, масложировой продукции, молочной продукции, овощей и фруктов, мяса и рыбы, табачной и алкогольной продукции.

Даже при согласованном комплексе обязательных стандартов, на сегодняшний день не вся продукция, производимая на территории государств-членов ЕАЭС, соответствует международным стандартам качества, сказывается технологическая отсталость на производстве. Также для полноценного обеспечения безопасности пищевой продукции этот аспект должен быть вынесен на наднациональный уровень и иметь инструменты воздействия как на производителей, так и на национальные государства. Однако Союз не имеет полномочий по обеспечению соблюдения или хотя бы оценки выполнения принятых нормативов. Система безопасности пищевых продуктов ЕАЭС представляет собой пять разных национальных систем, государство само должно проводить контроль. И это является проблемой, ведь у Союза нет даже механизма мониторинга и обеспечения безопасности.

Проблемы интеграции в сфере пищевой промышленности в ЕАЭС

ЕАЭС существует с 2015 г., за это время стали очевидны проблемы, которые тормозят развитие пищевой промышленности и интеграцию в указанной сфере. Некоторые из проблем сопровождают государства-члены еще с начала 1990-х гг., доставшись в наследство от СССР. Отсталость технической базы на производстве все еще является актуальной проблемой для пищевой промышленности всех госу-

дарств-членов ЕАЭС. Эта отсталость приводит ко второй проблеме – конкуренции со стороны более эффективных пищевых отраслей третьих стран, которые производят более качественную и более дешевую продукцию.

Кроме того, интеграция в сфере пищевой промышленности осложняется таможенными инцидентами на совместных границах государств-членов. Несколько примеров этого явления приведены ниже.

Пример 1: Совместная граница Казахстана и Кыргызстана — реэкспорт

Так, в марте 2020 г. на границе Казахстана и Кыргызстана в течение недели останавливали фуры и не пропускали, как заявляла казахстанская сторона, вид товаров, стоимость и количество которых не соответствовали заявленным в товаросопроводительных документах. Подобная ситуация случилась и в 2017 г., и в апреле 2019 г., тогда Казахстан усилил проверку грузовых автомобилей, заявив, что борется с контрабандой в соответствии с «требованиями Евразийского экономического союза» [2]. Основной причиной этих задержек на границе между странами по версии Казахстана является занижение Кыргызстаном показателей импорта из Китая и реэкспорта этих дешевых товаров в Казахстан [3].

Пример 2: Граница России и Республики Беларусь – политический фактор

Президент Республики Беларусь Александр Лукашенко часто поднимает вопрос о неравных условиях для реализации белорусских товаров в России и российских – в Беларуси. В 2014 г., после введения взаимных санкций Россией и ЕС, Белоруссия, по словам российской стороны, воспользовалась ситуацией и реэкспортировала мясомолочную продукцию и множество других видов продуктов из России в ЕС, а также реэкспортировала санкционные товары из ЕС в Россию [4].

Пример 3: Граница Казахстана и России – несоответствие качеству

В период с 19 по 28 июля 2016 г. сотрудниками Управления Россельхознадзора по Оренбургской области на российско-казахстанской границе было выявлено и возвращено 13 автомобилей, в которых находились: 68,5 тонн арбузов, 4,5 тонны абрикосов, дынь 48 тонн, персики в количестве 12,5 тонн, 4,5 тонн репчатого лука, чеснока 19,8 тонн, 10 тонн сушеных абрикосов и 3 тонны винограда. Продукция предназначалась для продажи на территории Российской Федерации. Причиной возврата подкарантинной продукции стало отсутствие фито-санитарных сертификатов или их недостоверность [5].

Цели и задачи по развитию пищевой и перерабатывающей промышленности

У каждой из стран-членов разработан свой документ, посвященный планам развития отрасли. В данных документах определены главные проблемы, которые необходимо решить: низкая конкурентоспособность товаров, технологическая отсталость производства, низкое качество сырья, неудобство некоторых логистических маршрутов и другие.

Евразийская экономическая Комиссия в своем «Обзоре производства продуктов питания, напитков и табачных изделий в государствах-членах Евразийского экономического союза и предложениях по его развитию в целях использования интеграционного потенциала Союза» [6] определила задачи и ряд мер, которые должны помочь в решении накопившихся проблем:

1. Совместное развитие производства продукции пищевой отрасли, имеющей высокую долю импорта в потреблении других отраслей.

2. Совместное развитие производства промежуточной продукции для пищевой промышленности, доля импорта которой преобладает над долей отечественной продукции.

3. Повышение эффективности производства с/х продукции, являющейся сырьем для пищевой промышленности и имеющей высокую импортозависимость.

4. Углубление переработки с/х сырья, имеющего положительный чистый экспорт в торговле.

5. Развитие в государствах-членах производства промежуточной продукции, потребляемой пищевой отраслью, для замещения ею аналогичной продукции третьих стран.

Реализация данных задач потребует вложения средств в слабо развитые отрасли, слаженной работы при построении производственных цепочек. Сегодня в непростых экономических условиях трудно сказать, готовы ли правительства стран действительно пойти на такие шаги.

Перспективы интеграции в сфере пищевой промышленности в ЕАЭС

Создание Евразийского бренда

Проект создания и продвижения евразийских брендов важен, поскольку он не только станет дополнительной крепой интеграции и снимет барьеры внутри ЕАЭС, но и даст определенные преференции местным производствам и промышленным кооперациям, сделав их более конкурентоспособными на внешних рынках [7]. Маркировку

ЕАЭС можно назвать брендом, поскольку маркировку получают товары, попадающие под действие одного или нескольких технических регламентов ЕАЭС, что свидетельствует о соответствии качества продукта. Также под бренд ЕАЭС можно отнести товары, соответствующие качеству, производственные циклы которых находятся на территории нескольких стран-членов ЕАЭС. Совместное производство углубит интеграцию между государствами в сфере пищевой промышленности.

В этом разделе стоит упомянуть о «Европейском бренде». «Европейский бренд», как отдельная позиция в рейтинге «Anholt Nation Brands Index», еще в середине 2000-х гг. занимал довольно высокие позиции. Причиной высокого рейтинга бренда Европы является скорее агрегированная ценность брендов стран, входящих в нее, чем высокая оценка Евросоюза как такового [8]. Поэтому при создании бренда «ЕАЭС» государствам-членам нужно будет уделить внимание как качеству производимых товаров в разных отраслях производства, так и построению благоприятного имиджа стран-членов в глазах иностранных покупателей. Это поможет укрепить позицию бренда на мировом рынке.

*Снижение доли участия иностранных компаний
на рынке товаров ЕАЭС*

На территории Союза многие производства были выкуплены всемирно известными корпорациями. В четверку крупнейших производителей России входят Danone, Nestle, PepsiCo и Прогресс (70%). Нужно отметить, что производство специализированных пищевых продуктов освоили многие предприятия ЕАЭС. Однако ассортимент маленький, а качество низкое, технологии производства отстают от международных признанных лидеров. Внутренний спрос практически полностью удовлетворяется за счет импорта из третьих стран. Области, в производстве которых преобладает участие зарубежных компаний: спортивное питание, детское питание, питание для пожилых людей. Все оборудование для производства данных товаров есть, но для создания бренда, который смог бы конкурировать с крупнейшими всемирно известными брендами, нужна слаженная кооперация на уровне государств и координация в рамках государственных программ. Так как это комплексный технологический процесс, необходимо также постоянное развитие технологий. Тесное сотрудничество в производстве специализированных пищевых продуктов в государствах-членах ЕАЭС должно проводиться в форме межгосударственной научно-производственной кооперации, основанной на долгосрочных договорных отношениях субъектов хозяйствования. Для продвижения и поддержки такого

бренда не мешало бы создать единый технологический цикл производства и продвижения товаров [9].

Минимизация импорта со стороны третьих стран

Доля импорта сырья из третьих стран при производстве товаров на территории ЕАЭС ощутима. Связано это с низким качеством сырья. Некоторые компании заказывают сырье из-за границы, хотя все условия для производства конкурентного сырья в союзе есть. Необходимо сосредоточиться на развитии и повышении качества ресурсной базы. Также немаловажным является развитие сферы производства промежуточной продукции, потребляемой пищевой промышленностью, которое позволит повысить стоимость и качество финальной продукции. Все это упоминалось ЕЭК как важные задачи для проведения интеграции. Просто реализация этих задач очень ресурсоемкая и продолжительная по времени, поэтому процесс выполнения продвигается очень медленно.

Выводы

На сегодняшний день продукция, производимая в государствах-членах ЕАЭС, обладает низкой конкурентоспособностью, что обусловлено ее историей, а именно — долгим существованием в условиях плановой экономики. Правительства государств осознают проблемы этой сферы и стараются их решить, однако этот процесс достаточно долгий и может занять еще многие годы. Стоит отметить, после многократного падения объемов производства в 1990-е гг., в некоторых сферах — до сотни раз, за двадцать последующих лет государствам удалось вернуться к показателям советского периода в некоторых отраслях, а где-то даже превысить объемы производства советского периода своей историей.

Цели, которые ставит перед собой ЕАЭС в области пищевой промышленности, сталкиваются с проблемами их реализации. Государства-члены обрели независимость относительно недавно и не хотят отказываться от части своего суверенитета в пользу наднациональных органов в ЕАЭС. Это нежелание терять независимость отразилось в объеме полномочий Евразийской экономической комиссии, которая, по сути, является консультирующим органом и имеет очень ограниченное количество механизмов воздействия на государства-члены ЕАЭС. Также процесс интеграции и создания единого рынка тормозит низкая эффективность Таможенного кодекса ЕАЭС вследствие участия большинства государств-членов Союза в ВТО и их обязательств перед этой международной организацией. Несмотря на все принятые регламенты по обеспечению безопасности пищевой продукции, бывают случаи, когда продукты питания задерживают на границе из-за несоответствия качеству.

Данную проблему можно было бы решить путем создания наднационального органа контроля качества продуктов питания.

Национальные правительства по объективным причинам стремятся к краткосрочным задачам, которые стоят перед ними. Это создает проблемы для Комиссии по построению общего экономического пространства. Вопросы промышленной кооперации и единой политики являются одними из ключевых факторов успеха построения экономической интеграции. Однако государства продолжают концентрироваться на самообеспечении, не пытаясь создавать общие производственные цепочки. Основная причина такого положения дел заключается в расхождении между общими целями и внешней политикой государств-членов, которые привели к торговым войнам и недоверию между правительствами.

Общий рынок подразумевает конкуренцию; конкуренция, в свою очередь, ведет к тому, что неэффективные предприятия могут обанкротиться. Это чувствительная тема для предприятий государств-членов Союза, которые боятся не выдержать конкуренции с российскими предприятиями.

Наиболее перспективными направлениями в сфере пищевой промышленности можно назвать развитие отраслей, в которых преобладает импорт товаров из третьих стран, для постепенного снижения импортозависимости, что как раз является одной из ключевых задач работы Союза. К тому же большинство производств в таких областях есть, просто количество производимой продукции не соответствует потребительским потребностям Союза, что вынуждает страны импортировать данные товары. Создание единого бренда на территории ЕАЭС позволит интегрировать цепочки производства между странами, создаст единые требования к производству товаров, что приведет к повышению конкурентоспособности. Также создание и развитие «бренда ЕАЭС» поможет повысить конкурентоспособность товара на международном рынке.

Создание общего рынка — процесс достаточно комплексный и долгий, требующий решительных и кардинальных мер, на которые государства пока не готовы пойти. ЕЭК старается учесть множество факторов и сделать процесс более быстрым и менее болезненным. Пока сложно сделать выводы, как быстро будет проходить этот процесс. Но государства-члены ЕАЭС пока концентрируются на более важных проблемах, нежели создание общего рынка продовольственных товаров. Возможно, после 2025 года, когда многие другие вопросы уйдут с основной повестки, страны сосредоточатся на ускорении интеграции в данной сфере.

Литература

1. Яров С. Россия в 1917–2000 гг. Книга для всех, интересующихся отечественной историей // Онлайн-библиотека «Rbook.me». URL: <https://rbook.me/book/15929235/read/page/206/>
2. Мамашулы А. «Без конца и края». Что происходит на границе с Кыргызстаном // Мультимедиа информационный сайт «Радио Азат-тык». URL: <https://rus.azattyq.org/a/kazakhstan-kyrgyzstan-border-report/29864757.html>
3. Приходько А. Евразийская интеграция за неделю: главные события // Информационно-аналитическое издание о Евразийском регионе — «Евразия.Эксперт». URL: <https://eurasia.expert/evraziyskaya-integratsiya-za-nedelyu-glavnye-sobytiya-15-jun-2020/>
4. Темерина П., Виноградова Е. Как Белоруссия зарабатывает на российском продуктовом эмбарго // Ведомости. 24.11.2014. URL: <https://www.vedomosti.ru/library/articles/2014/11/24/kogda-sankcii-pomogayut>
5. Россельхознадзор выявил автотранспортные средства с продукцией фитосанитарного риска // Региональное информационное агентство «Орениформ». URL: http://oreninform.ru/list/detail.php?SECTION_ID=7&ID=103374
6. Обзор производства продуктов питания, напитков и табачных изделий в государствах-членах Евразийского экономического союза и предложения по его развитию в целях использования интеграционного потенциала Союза // Сайт ЕЭК. URL: http://www.eurasiancommission.org/ru/act/integr_i_makroeц/dep_makroeц_pol/SiteAssets/2.%20Обзор%20производства%20продуктов%20питания-дораб-финал3010.pdf
7. Волнистая К. Министр ЕЭК: Комиссия пытается решать ситуацию с белорусской продукцией на российском рынке // Информационно-аналитическое издание о Евразийском регионе — «Евразия.Эксперт». URL: <https://eurasia.expert/komissiya-pytaetsya-reshat-situatsiyu-s-belorusskoj-produktsiey-na-rossiyskom-rynke/>
8. Бренд Европейского союза – хороший пример для подражания. URL: <https://www.sostav.ru/news/2006/08/07/r6/>
9. Губанова Н.В. Модель межгосударственной кооперации по производству молочной продукции государств-членов ЕАЭС // Вестник российского государственного аграрного заочного университета. 2017. № 26 (31). С. 50–56.

П.Г. Нелюбин
Историко-культурный потенциал
деревень тайных христиан в Японии

Несмотря на то что христианство является религией меньшинства в Японии, с момента подачи заявки в список ЮНЕСКО христианское наследие стало объектом регионального, национального и международного интереса. В истории христианства в Японии и Азии заметны негативные моменты, такие как изгнание миссионеров и гонения на японских христиан. Однако движение за включение данного объекта в список ЮНЕСКО было направлено на то, чтобы привлечь внимание к универсальной положительной ценности христианского наследия в Нагасаки и Японии в целом.

История христианства в Японии началась в 1549 г. с прибытия миссионера-иезуита Франциска Ксаверия (1506–1552 гг.). Миссия имела большой успех: к 1600 г. христианами стали около 300000 человек. Однако в 1597 г. начались гонения на христианских миссионеров. По приказу императорского регента Тоётоми Хидэёси (1537–1598 гг.) были распяты 26 мучеников. Менее чем через двадцать лет сёгунат Токугава запретил христианство и депортировал всех миссионеров. Часть японских христиан, переживших репрессии XVI в., не отказалась от своей веры. В некоторых деревнях и на островах близ Нагасаки люди тайно продолжали читать молитвы, которым их учили миссионеры и с риском для жизни прятали в своих домах христианские предметы. Поскольку они продолжали исповедовать христианство, несмотря на запрет, их называли какурэ-кириситан. Термин переводится как «тайные христиане», «незаконные христиане» или «подпольные христиане» [1, р. 12] и применяется к верующим христианам, их вере и организации в период запрета христианства.

После открытия страны в середине XIX в. миссионеры вернулись. В 1864 г. некоторые христиане появились в только что построенном соборе Оура после двух с половиной столетий сокрытия. Однако, несмотря на то что страна открылась для внешнего мира и приняла свободу вероисповедания, возникли новые трудности. До официального оформления свободы вероисповедания в 1873 г. тысячи христиан скрывались в Нагасаки и других местах, что привело к дальнейшим убийствам и изгнанию более 3000 христиан в различные части Японии.

Когда запрет христианства был окончательно снят, длительному подавлению христианства пришел конец. Примечательно, что около половины скрывавшихся христиан (более 35 000 человек) отказались воссоединиться с католической церковью. Они отказались присоединиться к католикам, потому что им пришлось бы изменить ритуалы

или отказаться от многих своих ритуалов и религиозных объектов. Вместо этого они решили продолжить использовать свои ритуалы и молитвы, которым их учили с детства. Некоторые исследователи утверждают, что современные какурэ-кириситан являются историческими продолжателями традиций средневековых какурэ-кириситан [2, р. 22], поскольку они продолжают следовать ритуалам, переданным им от их предков. Другие утверждают, что они отделились от христианства, создав синкретическую религию [3, р. 14].

По сравнению со многими другими местами по всему миру, известными гонениями на христиан, случай Японии уникален тем, что, несмотря на жестокие преследования, которые включали в себя закрытие страны и изгнание всех иностранцев, японские христиане сохраняли свою веру в подполье без помощи миссионеров более двухсот лет. Желание сохранить веру предков оказалось настолько сильным, что оно живет и после снятия запрета. Особенно сильно это заметно в Нагасаки, в частности на о. Икицуки, где общины какурэ-кириситан до сегодняшнего дня передавали из поколения в поколение ритуалы и молитвы, сочетающие латинские, португальские и японские слова. Западные и японские исследователи выступали за сохранение данного культурного наследия еще в 1930-х гг. Наконец, в 2007 г. было принято решение о представлении «Скрытых христианских объектов в регионе Нагасаки» в список Всемирного наследия ЮНЕСКО.

Некоторые исследователи указывали на несправедливость представления в список объекта, «вычеркивающего веру» из истории Японии [4, р. 13]. Основываясь на анализе действий правительства префектуры, Католической церкви в Нагасаки и некоторых туристических ассоциаций, Х. Яманака [5, р. 55] утверждает, что интересы церкви и префектуры доминировали при составлении списка с самого начала. В процессе его составления католическая церковь стремилась показать свою долгую историю в Японии, сосредоточившись на многочисленных церквях, построенных в период гонений [5, р. 55].

Предыдущие исследования по теме были сосредоточены на коммерциализации церквей и христианских объектов для привлечения туристов [6, р. 125], проблемах идентичности японских христиан [3, р. 126], вопросах отделения церквей и религиозных объектов от их местного религиозного контекста до регионального исторического наследия и коммерциализации сельского пространства в Нагасаки [7, р. 131].

Наше исследование стремится не к тому, чтобы способствовать развитию туризма в Нагасаки, а к выяснению официальных глобальных и локальных критериев, по которым определялась ценность дере-

вень тайных христиан. Также мы постараемся выявить слабые места в существующих в настоящее время официальных критериях о защите культурных ценностей.

Христианские деревни оценивались и отбирались по критериям аутентичности и целостности в категории культурного ландшафта. Концепция культурного ландшафта, акцентирующая внимание на взаимодействии между людьми и их окружающей средой, была признана Конвенцией ЮНЕСКО о всемирном наследии от 1992 г. ЮНЕСКО стала первым международно-правовым инструментом по защите культурных ландшафтов во времена стремительного разрушения естественной среды обитания. Культурные ландшафты представляют собой «совместные произведения природы и человека», как это определено в 1 ст. данной Конвенции [8]. Культурные ландшафты «являются символом растущего признания фундаментальных связей между местными сообществами и их наследием, человечеством и его природной средой» [9, р. 335]. Таким образом, охрана культурных ландшафтов может способствовать внедрению современных методов устойчивого землепользования и может поддерживать или улучшать природную ценность ландшафта. Сохранение традиционных форм землепользования также поддерживает биологическое разнообразие во многих регионах мира. Поэтому охрана традиционных культурных ландшафтов способствует сохранению биологического разнообразия [10].

Опираясь на исследования о культурных ландшафтах, М. Рёсслер выделяет новшества в реализации Конвенции ЮНЕСКО относительно ландшафтного подхода [9, р. 43]. Наиболее очевидными результатами применения ландшафтного подхода является переход от исключительных природных объектов и национальных парков к обозначенным объектам природного наследия в связке с проживающими там людьми и сообществами [9, р. 44]. Этот сдвиг побудил государства-участники во всем мире определить свои сельские ландшафты в качестве потенциальных кандидатов на включение в список культурного наследия ЮНЕСКО. Включение культурных ландшафтов существенно повлияло на способы реализации Конвенции об охране всемирного наследия, в том числе на государства-участники и процессы их отбора [9, р. 44]. Обширные изменения были внесены в управление имуществом, т.к. стали необходимы правовые положения и участие местного населения в процессе представления заявок [11, р. 14]. ЮНЕСКО делит культурные ландшафты на три категории: ландшафты, спроектированные и намеренно созданные человеком; органически развившиеся ландшафты; ассоциативные культурные ландшафты: включение таких ландшафтов обусловлено сильными религиозными, художественными или

культурными ассоциациями с элементами природы, а не материальными культурными свидетельствами.

Что касается японского законодательства, в последние годы система защиты культурных ценностей была значительно расширена за счет принятия более разнообразных мер, учитывающих образ жизни и повседневную среду внутри объекта [12]. В последнее время больше внимания уделяется развитию культурного туризма на местном уровне. Продвижением, распространением, защитой и использованием культурных ценностей в Японии с 1968 г. занимается Агентство по делам культуры. В 2008 г. был принят Закон «О сохранении и улучшении исторического ландшафта». Этот закон предусматривает различные меры по поддержке сохранения исторической атмосферы путем расширения финансовой поддержки и введения налоговых льгот [12]. В данном законе исторический ландшафт определяется как ландшафт со смешанными компонентами исторической застройки и повседневной деятельности людей, отражающий местную историю и традиции [12]. Этим законом был установлен комплексный подход к защите наследия, который объединяет защиту материального и нематериального наследия (например, реконструкция старых зданий, использование исторических зданий путем продвижения традиционных фестивалей). Этот подход показывает, что «система охраны культурных ценностей превратилась из системы «сверху вниз» в более гибкую систему «снизу вверх» с учетом местных особенностей» [12]. Это развитие указывает на более тесную интеграцию культурных ценностей в местную повседневную жизнь и более активное включение культурных ценностей местного значения в общие проекты системы защиты объектов, представляющих культурную ценность.

Хотя система охраны культурных ландшафтов ориентирована только на материальные объекты, она создается и поддерживается, в том числе, за счет нематериальной деятельности местных жителей. Поэтому очень важно показать, как люди сохраняют такие культурные ценности. Ландшафты, которые уже охраняются в Японии как «материальные культурные ценности» или «памятники», подчеркивают предметность средств к существованию и повседневной жизни местных жителей. Таким образом, определения культурного ландшафта в японском законодательстве и в определении Конвенции ЮНЕСКО существенно различаются. Конвенция определяет «реликтовые ландшафты, в которых когда-то завершился эволюционный процесс» как ископаемые культурные ландшафты [13], тогда как японское законодательство определяет культурные ландшафты как то, что в настоящее время поддерживается и взращивается людьми. Закон предназначен

для защиты (живого) культурного ландшафта (ст. 2, п. 1-5 Закона о защите культурных ценностей). Следовательно, чтобы защитить культурный ландшафт, необходимо защитить и сделать устойчивой всю систему. Другими словами, природная среда и жизнь людей, которые в ней живут, необходимы для поддержания культурного ландшафта.

Анализ документов ЮНЕСКО показал, что при выборе объектов, предназначенных для включения в список ЮНЕСКО, составители изначально ориентировались на материальное культурное наследие, такое как архитектурная ценность католических храмов XIX в. префектуры Нагасаки. Однако, по данным Отдела регистрации всемирного наследия префектуры Нагасаки, по совету комитета внешних экспертов и ученых [3, р. 31], в августе 2016 г. Япония отозвала заявку и представила новую под названием «Скрытые христианские объекты в регионе Нагасаки». Таким образом, акцент сместился с момента принятия и эволюции христианства в Японии, наблюдаемой в возрождении церкви после запрета, на более раннюю культурную традицию скрытых христиан времен запрета.

Хотя предлагалось переориентировать внимание с принятия и возрождения христианства в Японии на уникальную культурную традицию скрытых христиан в период «сокрытия», в новом списке подчеркивалось прекращение данной культурной традиции. Новое название демонстрировало начало и конец культурной традиции тайных христиан.

Согласно официальной брошюре, культурная традиция тайных христиан закончилась воссоединением с католической церковью и построенной на этом месте церковью. Только какурэ-кириситан о. Хирадо не воссоединились с католической церковью. Однако было определено, что их культурная традиция прекратила свое существование в прошлом [14, р. 87].

Официальная брошюра на английском языке отличается от брошюры, опубликованной на японском языке. В английской версии «конец» означает «конец периода сокрытия», а в японской брошюре и в официальной документации ЮНЕСКО «конец» означает «конец культурной традиции тайных христиан» [15].

Основная цель этого исследования состояла в том, чтобы изучить критерии отбора в международных и национальных документах, которые позволили исключить живые сообщества какурэ-кириситан из японских участков-кандидатов, отобранных для списка ЮНЕСКО. С этой целью были проанализированы аргументы в пользу включения объектов на основе концепций культурного ландшафта, аутентичности и целостности ЮНЕСКО и Агентства по делам культуры. Концепции, применяемые ЮНЕСКО и Агентством по делам культуры, повлияли

на смену вектора в процессе составления списка, поскольку он сместился от материального к нематериальному. От священных зданий (церквей) к священным местам, окружающей среде и культурным ландшафтам. И, наконец, перешел от настоящего (современные кириситан) к прошлому (тайные христиане в период гонений).

Мы можем сделать вывод, что проверки подлинности культурного ландшафта было недостаточно, чтобы признать существование живых носителей наследия, не говоря уже о том, чтобы способствовать сохранению таких традиций. Восприятие наследия как материальной и статичной конструкции привело к недооценке нематериальных ресурсов, которые могли мотивировать поддержание образа жизни какурэ-кириситан.

Концепция культурного ландшафта достаточно ёмка и может включать в себя все материальные и нематериальные элементы. Однако подходы Японии и ЮНЕСКО к сохранению культурного наследия различаются. В процессе выдвижения деревень Хирадо в качестве важных культурных ландшафтов местные власти сосредоточили внимание на сохранении живых ландшафтов и культуры местных жителей. С другой стороны, стремясь к включению в список ЮНЕСКО, акцент сместился на ископаемые ландшафты и традиционное землепользование.

Литература

1. Mullins M.R. Handbook of Christianity in Japan. Leiden, 2003.
2. Miyazaki K. Kakure Kirishitan no Shinkosekai. Tokyo, 1986.
3. Miyazaki K. Kakure Kirishitan. Nagasaki, 2001.
4. Hirano S. Erased Faith: "The Last Kakure Kirishitan" — The People of Nagasaki and Ikitsuki Island. Tokyo, 2018.
5. Yamanaka H. Contemporary Religion and Spiritual Market. Tokyo, 2020.
6. Kimura K. Pilgrimage to Roman Catholic Churches and Tourism in Nagasaki. Nagasaki, 2007.
7. Matsui K. Geography of Religion in Japan: Religious Space, Landscape, and Behavior. New York, 2014.
8. UNESCO. Convention Concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage. Paris, 1972.
9. Rössler M.C. World Heritage Cultural Landscapes: A UNESCO Flagship Programme 1992–2006 // Landscape Research. 2006. № 31.
10. UNESCO. Operational Guidelines for the Implementation of the World Heritage Convention. Paris, 2019.

11. McCandlish A., McPherson G. Promoting Tangible and Intangible Hidden Cultural Heritage: Local Communities Influencing Civic Decision-Making and International Cultural Policy // International Journal of Cultural Policy. 2020. № 3.

12. Agency for Cultural Affairs. Law on the Maintenance and Improvement of Historical Landscape in a Community. URL: https://www.bunka.go.jp/english/policy/cultural_properties/law_landscape/

13. UNESCO. Operational Guidelines for the Implementation of the World Heritage Convention. URL: <http://whc.UNESCO.org/en/guidelines>

14. Kawashima D.T. Landscape in Hirado Revealing the Secrets of Hidden Christian Lifeworld. National and Global Policies in Cultural Heritage Protection // Anthropological Notebooks. 2017. № 23.

15. Nagasaki Prefectural World Heritage Division. Christian Sites in the Nagasaki Region // General Brochure 2018. URL: <http://kirishitan.jp/en>

А.М. Савоськин
Формирование западными СМИ образа народа-жертвы
на примере боснийских мусульман

События 2022 года в очередной раз продемонстрировали важность так называемой «четвертой власти» в лице журналистики, проявляющейся в формировании общественного мнения. Подобный процесс привычен для демократических государств, представляя собой серьезно видоизменившуюся, но не поменявшуюся по своей сути пропаганду периода мировых войн. Текущие события показывают, что в случае проведения грамотной информационной кампании, направленной на формирование позитивного отношения к действиям своих правительств и грамотного оперирования мотивами справедливости и защиты угнетенных, демократические режимы способны эффективно использовать военные (будь то какие-либо военные интервенции или передача вооружения) и экономические (различные экономические санкции) инструменты давления.

Одной из важнейших составляющих процесса подобной информационной деятельности является формирование общественных представлений о моральном превосходстве одной из сторон конфликта (той, на чьей стороне выступает правительство той или иной страны), и, наоборот, выставление в худшем свете противостоящей стороны. Подобная практика, успешно апробированная еще во времена Второй мировой войны, а затем активно использовавшаяся по обе стороны от Берлинской стены в ходе Холодной войны, в наше время претерпела значительные изменения, опираясь на наиболее технологичные прак-

тики, зачастую сопровождаемые предварительными исследованиями в области психологии, политологии и социологии. Важнейшую роль в этом процессе сыграла невиданная прежде доступность информации в условиях глобализации современного мирового сообщества. И хотя в последнее время ситуация (в особенности, в области глобализма) начала меняться, нельзя сказать, что главные мировые медиа перестали быть рупором доминирующего мнения, особенно в западных странах. Нынешняя глобальная повестка, сформированная, в первую очередь, при участии США и их европейских партнеров, предельно очевидна и ярко выражена: для сохранения доступа к контакту с так называемым «цивилизованным миром» остальным (при этом, все равно воспринимаемым внешними) представителям человечества необходимо разделять те же взгляды, будь то взгляды политические (демократия как единственная форма государственного устройства), социальные (пропаганда идей социальной справедливости через различные общественные сферы) или экономические (безальтернативность рыночной экономики и идея о неэффективности других систем).

При этом можно отметить, что декларируемые мотивы далеко не всегда соответствуют реальным результатам, а исполнитель, как правило выступающий в качестве поборника гуманизма, мира и социальной справедливости, сам не всегда соответствует собственным принципам. Поиск примера не потребует от ищущего глубокого знания истории или политологии: достаточно вспомнить примеры Ирака, Сирии, Афганистана и Югославии. Именно о последней пойдет речь в данной работе.

Наиболее ярким примером описываемого процесса являются бомбардировки Сербии в 1999 году, в попытке противостоять сербской стороне в разгорающемся косовском конфликте, в котором западные страны в лице НАТО выступили на стороне косовских албанцев. Однако с точки зрения хронологии, подобный опыт стал вторичным. Настоящая проба пера была осуществлена американскими и европейскими журналистами, политиками и военными еще в Боснии и Герцеговине в середине 1990-х гг. Именно активное вмешательство в этот конфликт сначала европейских государств, а затем США предопределило исход сербско-боснийского конфликта в пользу последних. А произойти это вмешательство не могло без предварительной расстановки акцентов в представлениях общественности, впоследствии практически однозначно поддержавшей военную интервенцию.

Для создания необходимых предпосылок для вступления западных стран в этот, изначально казавшийся локальным, конфликт, необходимо было определиться с тем, на чьей стороне это самое вступление

должно произойти. Изначально стремившиеся сохранять нейтралитет ЕС, ООН и НАТО, в конце концов, были вынуждены поддержать именно боснийских мусульман, мотивируя это подавленным состоянием последних. Тем не менее, наиболее очевидным союзником на начальном этапе конфликта для Европы была Хорватия, являющаяся исторически важной частью европейского мира и еще со времен Османского нашествия воспринимавшаяся «Бастионом христианства» («*Antemurale Christianitatis*»), а также являвшаяся важной частью Габсбургской империи. Однако слабое демографическое представительство хорватов в Боснии и Герцеговине, а также отсутствие необходимости крупномасштабной поддержки довольно успешной в том конфликте хорватской стороны, побудили западные страны отказаться от этой идеи. Более того, прежде воюющие с босняками хорваты, к моменту вмешательства в конфликт западных стран успели сменить собственного противника в этом конфликте, уже образовав хорватские этнические анклавы на южных и западных территориях Боснии и Герцеговины.

К моменту начала активной интервенции в Боснии и Герцеговине военная ситуация была достаточно однозначной: сербская армия уже заняла практически все ключевые пункты и контролировала подавляющую часть территорий страны. Подобная ситуация не способствовала мирным переговорам, а также ставила крест на дальнейших перспективах Боснии и Герцеговины как государства. Это стало причиной более активного вмешательства в конфликт США и создания Контактной группы (международная структура, созданная в марте 1992 г. под эгидой ООН). Однако формальным поводом для вступления западных союзников в войну становились отдельные прецеденты, достаточно спорные по своей сути, однако однозначно трактуемые европейскими и американскими журналистами и политиками. Первым подобным инцидентом стал взрыв на улице Васы Мискина в Сараево, при котором погибло по разным оценкам от 16 до 26 человек. Сербь были обвинены в этом инциденте изначально, что, однако, позднее было подвергнуто сомнению в том числе со стороны западных СМИ. Достаточно спорными были обстоятельства, окружавшие эту трагедию: отсутствие вменяемого расследования, на котором настаивала сербская сторона, практически моментальное появление на месте взрыва (или прибытие заранее) представителей СМИ, предварительное перекрытие улицы для движения, а также дальнейший срыв переговоров в Лиссабоне и расширение мандата UNPROFOR (United Nations Protection Force — миротворческая миссия Организации Объединенных Наций на территории стран бывшей Югославии, действовавшая в 1992–

1995 гг.) на Боснию и Герцеговину [1; 2, с. 811]. Все это стало причиной недоверия к действиям мусульман со стороны отдельных представителей западных СМИ [3]. Провокации со стороны боснийских мусульман упоминаются в работе Е.Ю. Гуськовой «История югославского кризиса (1990–2000)». Ссылаясь на мемуары Лорда Оуэна, автор сообщает об инциденте, в котором боснийские военные провоцировали удары сербов по гражданским объектам, в присутствии представителей СМИ [4, с. 362]. Подобных случаев происходило достаточно много, однако, в конце концов, риторика СМИ была сведена к представлению боснийцев как жертв сербских военных преступлений. Для примера можно обратиться к материалам отдельных СМИ того периода. В британском издании «The Guardian» в статье от 8 апреля 1992 г. под заголовком «Bosnia's Freedom Born in Violence» уже прослеживается особое отношение к боснийским мусульманам: вооруженные сербы именуются в ней не иначе как боевики или мятежники («gunmen», «militants»), в свою очередь, босняки названы ополченцами («militiamen») [5]. Отношение к войне как к восстанию сербских экстремистов против независимой Боснии и Герцеговины можно отметить в ряде публикаций СМИ: «То, что случилось можно называть сербским восстанием против независимой Боснии. Но насколько оно было спланированным заранее, и кем организовано если вообще организовано, пока неясно. Бои проходят между слабо вооруженными полицейскими и гражданскими, лояльными Боснии, с одной стороны, и хорошо вооруженными сербами, отчаянно пытающимися испортить или нанести ущерб независимой Боснии, рождение которой они не смогли предотвратить» [6]. Для создания образа жертвы в материалах часто прибегали к историям, связанным с военными преступлениями в отношении детей и женщин [6–7].

Подобные публикации постепенно начинали переплетаться с призывами немедленно применить санкции различного порядка по отношению к Югославии, а также ввести войска в попытке помочь «многонациональным жертвам сербского злого умысла и международного разгильдяйства» [8].

Важнейшим рубежом, вновь актуализировавшим вопрос о сербских преступлениях в отношении босняков, стали взрывы на Маркале (городской рынок в Сараево), произошедшие при помощи минометного обстрела. Изначально многие представители миротворцев предполагали, что удар был нанесен с позиций босняков, в частности, об этом сообщал генерал Майкл Роуз, действующий в Сараево под эгидой UNPROFOR [9], однако через несколько дней вина вновь была возложена исключительно на сербов, что стало поводом к жесткому давлению

нию на сербское военное руководство и частичному отводу сербской артиллерии от границ Сараево.

Кульминацией подобного процесса стали события в Сребренице, окончательно закрепившие за боснийскими мусульманами статус жертв, причем действия сербов именовались геноцидом. События в Сребренице заслуживают отдельного исследования. Данной теме было посвящено одно из наших исследований, опубликованное в сборнике АШПИ [10]. Не затрагивая вопрос о том, насколько соответствующими действительности были обвинения, предъявленные сербским военным, можно сказать, что Сребреница полностью легитимизировала решительные меры со стороны ООН и НАТО в глазах западной общественности, во многом предрешив судьбу Боснии и Герцеговины в рамках дальнейших переговоров в Дейтоне. Это был последний и наиболее значительный удар по имиджу сербской стороны в этом конфликте, повлекший за собой пересмотр прежних переговорных принципов, в особенности в отношении возможного пересмотра этнических границ в Боснии, зачастую негласно поощрявших практику этнических чисток всеми воюющими сторонами. Последние месяцы войны были ознаменованы превентивными ударами по позициям сербов со стороны НАТО (операция «Обдуманная сила»).

В дальнейшем, после случившегося в результате вмешательства НАТО перелома в войне и подписания Дейтонских соглашений, уже сформированный образ жертв вкупе с серьезной внутренней дестабилизацией, а также социально-экономическими проблемами позволил Боснии и Герцеговине рассчитывать на значительную экономическую и политическую поддержку со стороны ЕС и ряда стран Ближнего Востока.

Подводя итог, необходимо отметить, что появление подобного отношения к боснийцам-мусульманам, как представляется, санкционированного по инициативе сверху, позволило боснякам в итоге преодолеть тяжелое положение на фронте, вследствие вовлечения в конфликт сильных союзников в лице отказавшихся от безусловного нейтралитета стран Европы и прежде не желавших активного вступления в конфликт США. Однако важно понимать, что этот процесс не был автономным, а лишь продолжал общую политико-дипломатическую линию стран ЕС и США по отношению к конфликтам в Югославии. Опыт Боснии стал основополагающим для проведения схожих операций (в первую очередь, силами НАТО) в будущем. В дальнейшем сформированный в рамках Боснийской войны отрицательный имидж сербов не позволил им рассчитывать на снисходительность западного мира в процессе разворачивания конфликта в Косово, а также поспособствовал активному вмешательству европейских и американских сил

во внутренние дела СРЮ в ходе президентских выборов в 2000 году («Бульдозерная революция»).

Западные страны, придерживающиеся принципа легитимизации собственных внешнеполитических действий в глазах граждан, нашли опыт Боснийской войны крайне эффективным. Теперь поиск жертвы с одной стороны и агрессора с другой, вкупе с дальнейшим декларированием этих моральных оценок в СМИ, является важным элементом стратегического планирования при вступлении в военный конфликт. В общих чертах практика по оправданию войны существовала и на значительно более раннем этапе истории (взять, к примеру, *casus belli*), однако XX век, вместе с усилением роли гражданского общества, породил необходимость оправдания войны не только в глазах других государств, но и в глазах собственных граждан. Дополнительно появлению данной необходимости способствовали войны вдалеке от собственных границ, зачастую труднодоступные для понимания с точки зрения целеполагания для рядовых жителей. И последним, возможно наиболее важным фактором, стал рост общего уровня доступности информации, вовлечения в информационную среду практически всех членов современного западного общества. Апелляция к эмоциям, в данном случае, стала действенным, своевременным и практически безальтернативным инструментом в процессе оправдания войны.

Литература

1. O'Shea B. Perception and Reality in the Modern Yugoslav Conflict: Myth, Falsehood and Deceit 1991–1995. N.Y.; L., 2012.
2. Никифоров К. Югославия в XX веке: очерки политической истории. М., 2011.
3. Булатович Л. Генерал Младич — военный преступник? М., 1998.
4. Гуськова Е.Ю. История югославского кризиса (1990–2000). М., 2001.
5. Taylor I. Bosnia's Freedom Born in Violence // The Guardian. 08.04.1992. URL: <https://www.theguardian.com/world/2022/apr/06/bosnia-freedom-born-in-violence-archive-1992>
6. Thorpe N. Gunmen Cripple Infant Bosnia // The Observer. 12.04.1992.
URL: https://uploads.guim.co.uk/2022/04/05/Obs_12_April_1992.jpg
7. Fisk R. Bosnia War Crimes: 'The Rapes Went on Day and Night': Robert Fisk, in Mostar, Gathers Detailed Evidence of the Systematic Sexual Assaults on Muslim Women by Serbian 'White Eagle' Gunmen // Independent. 08.02.1993. URL: <https://www.independent.co.uk/news/world/europe/bosnia-war-crimes-the-rapes-went-on-day-and-night-robert-fisk-in->

mostar-gathers-detailed-evidence-of-the-systematic-sexual-assaults-on-muslim-women-by-serbian-white-eagle-gunmen-1471656.html

8. Editorial: Bosnia Needs Help — Now // The Guardian. 13.04.1992. URL: <https://www.theguardian.com/world/2022/apr/06/bosnia-freedom-born-in-violence-archive-1992>

9. Fish J. Sarajevo Massacre Remembered // BBC News. 05.02.2004. URL: <http://news.bbc.co.uk/2/hi/europe/3459965.stm>

10. Савоськин А.М. Резня в Сребренице 1995 года в освещении босняцкой и сербской сторон // Дневник Алтайской школы политических исследований № 37. Современная Россия и мир: альтернативы развития (Формирование региональной идентичности и политика исторической памяти): сб. науч. ст. Барнаул, 2021. С. 145–150.

Е.А. Стариков
Роль Католической церкви
в сохранении идентичности переселенцев
на примере немецкого населения
Северного Казахстана (конец XIX – начало XX в.)

Проблематика данной статьи, связанная с ролью Католической церкви в сохранении идентичности переселенцев на территории современного Казахстана, обусловлена прибытием на данную территорию в конце XIX — начале XX в. значительного католического населения, в том числе и католиков-немцев. Этот первый массовый приток немцев-католиков в данный регион был обусловлен масштабным переселенческим движением в Российской империи [1, с. 134–144; 2, с. 19–30; 3, с. 87–99]. Таким образом, еще в дореволюционный период католики (в том числе и католики-немцы), были представлены в конфессиональной структуре населения Казахстана. В 1897 г. численность католиков в азиатской части России составляла 13585 человек (Акмолинская обл. — 1740 человек, Сырдарьинская — 2956, Уральская обл. — 277, Семипалатинская — 244, Семиреченская — 226, Тургайская — 121) [4, с. 153]. Католичество в Казахстане представляли поляки, немцы, литовцы.

Жизненный уклад и связанное с ним религиозное сознание, сформировавшиеся в течение почти полуторавекового периода проживания в материнских католических немецких колониях в России, сохранялись и в рассматриваемый период. Отмечается явное преобладание религиозного сознания немцев-католиков над этническим. Каждый из них говорил о себе, прежде всего, как о католике, и уже потом как о немце, отдавая предпочтение конфессиональной общности перед эт-

нической. Об этом свидетельствуют и моноконфессиональный характер образованных ими поселений. Основной приток католиков и, прежде всего, немцев в регион наблюдался в первые годы XX века. Целый ряд поселений немцев-католиков возник в Акмолинском, Кокчетавском, Петропавловском уездах Акмолинской области, Кустанайском уезде Тургайской области. Особенно в этом отношении выделялась Келлеровская волость Кокчетавского уезда, где «преимущественно поселились католики» [5, с. 3; 6, с. 3; 7, с. 21; 8, с. 19–20; 9, с. 10–13]. Католические немецкие поселки имелись также и в Усть-Каменогорском уезде Семипалатинской области (поселок Екатериновка [10, с. 17, 21]) и в Змеиногорском уезде Томской губернии (поселок Мариенбург (Переменовка) [11, л. 215, 218–220]), часть Змеиногорского уезда, вместе с поселком Мариенбург, позднее была передана Казахстану. И.В. Ерофеева отмечает, что в противоположность лютеранам, немцы-католики повсеместно являлись жителями крестьянских селений и почти полностью отсутствовали в конфессионально-демографической структуре казахстанских городов [12, с. 59–60].

Немцы-католики после прибытия к местам нового проживания стремились, в первую очередь, и здесь сохранить веру и организовать свою религиозную жизнь. При первой же возможности изыскивалось помещение, где в отсутствие священника можно было бы собираться для молитвы под руководством кого-либо из старейших и авторитетных в вопросах веры. При этом использовались привезенные с собой из материнских колоний и также передававшиеся из поколения в поколение Библии, молитвенники, сборники религиозных песен и др. [10]. Трудности и лишения первых переселенческих лет были одним из факторов роста религиозного сознания. Одной из основ для выживания немцев-католиков в новых регионах их поселения являлась вера в Бога.

Первоначально немецкие католические селения в Кустанайском уезде Тургайской области относились к Оренбургскому римско-католическому приходу, а их единоверцы в Акмолинской области — к Омскому приходу, состоявших в ведении Могилевского архиепископства [13, с. 54]. В Омске был создан также деканат с филиалами в Кустанае и Петропавловске [12, с. 59].

Традиционный, сформировавшийся в прежних местах поселения этноконфессиональный уклад жизни позволял немцам сохранять в большей мере именно моноконфессиональный принцип поселения в новых регионах. Конечно, далеко не во всех поселениях имелись собственные церкви, молитвенные дома и, тем более, священнослужители. Обеспечение душепаstryства было одной из самых насущных

проблем вновь образованных поселков. Вначале католические священники приезжали из соседних более крупных приходов Оренбурга, Омска, Барнаула. Несмотря на трудности первых переселенческих лет, поселки старались обзавестись небольшими молитвенными домами (часовнями) и школой. Постепенно возникали структуры Католической церкви на данной территории.

Так, в «Директориум» Могилевской Архиепархии за 1915 год указано, что Кустанайский приход насчитывает 6 тыс. католиков, а в Тыминском, Озерном, Семеновском, Нелюбинском, Викентьевске, Степном, Придорожном, Тургеньевском были расположены относящиеся к нему молитвенные дома [14, с. 105]. Среди верующих преобладали немцы, выходцы из Тираспольской епархии, и около 300–400 поляков [15, л. 16]. В качестве помощника в кустанайском приходе в 1915 г. и позднее, в 1923 г., указан о. Адам Гарейс. Настоятель же, о. Иосиф Вольф, проживал в эти годы в п. Нелюбинском [14; 16, с. 38].

В 1913 г. капелланом часовни в поселке Мариенбург (Переменовке) являлся о. Александр Булякевич [17, л. 1–4]. В 1913–1917 гг. капелланом в Мариенбурге был о. Викентий Чаплинский [18, л. 11]. Число верующих в Мариенбурге достигало в то время 4000 человек [14, с. 106].

Проживание в конфессионально однородном поселке создавало возможность для сохранения религиозной общины и привычного жизненного уклада, несмотря на то что удовлетворение духовных нужд в новых поселках, конечно же, уступало состоянию в прежних материнских колониях. Так, Ю.И. Подопригора в работе «Немцы Павлодарского Прииртышья» указывал, что с момента переселения и вплоть до конца 1920-х гг. в переселенческих поселках лютеран, католиков и меннонитов религиозная община выполняла консолидирующие функции этнического сообщества, выступала в качестве условия самосохранения и коллективного осуществления традиций в иноконфессиональном, иноэтническом и иноязыковом окружении [19, с. 41]. Исследователи совершенно обоснованно рассматривают религиозную общину как организующий центр хозяйственных, судебных, повседневно бытовых, морально-этических отношений и религиозной жизни населения [20, с. 263], как «центр религиозной и социокультурной жизни немецких переселенческих поселков» [19, с. 47]. Ю.И. Подопригора отмечает: «Традиционная замкнутость немецких поселений, этническая и языковая изоляция от окружающего местного населения, эндогамный барьер способствовали сохранению многих составляющих духовной культуры немцев. Прежде всего, религии и вероисповедной практики (обрядности, обычаев)» [19, с. 47]. В этой связи особое зна-

чение приобретает сформулированный исследователями вывод о характерных особенностях этноконфессиональных общностей. Т.Б. Смирнова отмечает: «Эндогамная обособленность, сельский локальный образ поселения в иноязычной и иноконфессиональной среде, воздействие религиозных догм послужили предпосылками формирования этноконфессиональных общностей. При этом, с одной стороны, ряд специфических особенностей культуры и быта в результате сложного взаимодействия с культом, впитывается им, становится его составным элементом, «конфессионализируется». С другой стороны, отдельные компоненты культового комплекса, особенно его ритуалы, ритуальные обычаи и традиции, проникая в национальные формы общественной жизни, приобретают характер этнических явлений» [21, с. 489]. П.Ф. Дик пишет: «Единство семейно-родственной группы и религиозной общины обеспечило создание народной религии и этноконфессиональных общностей» [22, с. 74], и в этом смысле действительно можно согласиться с мнением Ю.И. Подопригоры о том, что лютеранство, как и баптизм, католицизм воспринимаются не как индивидуальные религиозные воззрения (системы), а как «национальный образ жизни» [19, с. 69].

Отсутствие у большей части немцев-католиков (в отличие от материнских колоний), постоянной душепастырской опеки священника и культовых зданий являлось определенной сложностью, связанной с осуществлением практической религиозной жизни в Казахстане. Немецкое население материнских католических колоний, конечно же, имело в этом отношении целый ряд преимуществ, и в большинстве своем вплоть до 1930-х гг. получало духовную поддержку в гораздо большем объеме. Возникающие трудности не могли подорвать устоев твердой, передававшейся из поколения в поколение веры, являвшейся основой жизненного уклада немцев-католиков и в новых местах поселения в Казахстане.

Влияние Католической церкви, как одной из традиционных религий, в деле сохранения идентичности, традиционного уклада жизни трудно переоценить. В свою очередь, велик вклад трудолюбивого немецкого народа в духовное обогащение обществ, в составе которых он жил и продолжает жить.

Литература

1. Вибе П.П. Основные районы немецкой крестьянской колонизации в Западной Сибири // Миграционные процессы среди российских немцев: исторический аспект. Материалы международной научной конференции. М., 1998.

2. Вибе П.П. Переселение немцев-колонистов в Степной край в конце XIX — начале XX в. (на примере Акмолинской и Семипалатинской областей) // История немцев Центральной Азии. Материалы международной научной конференции. Алматы, 1998.
3. Stumpp K. Verzeichnis der deutschen Siedlungen in Nord-(Sibirien) und Mittelasien // Heimatbuch der Deutschen aus Russland. 1964.
4. Дабжанова Ж.Б. Социокультурное развитие конфессиональных образований (на примере немецкой, еврейской и корейской диаспор) // Роль религиозных конфессий в жизни немцев Центральной Азии. Сб. материалов международной научной конференции. Алматы, 2002.
5. История католического прихода св. Иосифа в Караганде // Кредо. 1995. № 2, сентябрь.
6. История католического прихода Успения Богородицы в г. Кустанае // Кредо. 1995. № 3, октябрь.
7. Страницы истории Церкви. Приход в Петропавловске // Кредо. 2001. № 71, июнь.
8. Страницы истории Церкви. Приход с. Келлеровка // Кредо. 2001. № 72–73, июль-август.
9. «С Марией в паломничестве веры». История Католической Церкви на территории Астанинской Архиепархии // Кредо. 2007. Апрель.
10. Бургарт Л. Из истории немецких поселений в Восточном Казахстане (начало XX века — 1941 г.). Усть-Каменогорск, 1999.
11. Центр документации новейшей истории Восточно-Казахстанской области. Ф. 153. Оп. 1. Д. 439.
12. Ерофеева И.В. Конфессиональные процессы среди немецкого населения Казахстана во второй половине XVIII — начале XX вв. // История немцев Центральной Азии. Материалы международной научной конференции. Алматы, 9–10 октября 1997. Алматы, 1998.
13. Кригер В. Рейн, Волга, Иртыш. Из истории немцев Центральной Азии. Алматы, 2006.
14. Директориум Могилевской Архиепархии за 1915 г. СПб. 1915.
15. Российский государственный исторический архив. Ф. 826. Оп. 1. Д. 2356.
16. Директориум Могилевской Архиепархии за 1923 г. СПб. 1923.
17. Российский государственный исторический архив. Ф. 826. Оп. 1. Д. 2110.
18. Российский государственный исторический архив. Ф. 826. Оп. 1. Д. 2110.
19. Подопригора Ю.И. Немцы Павлодарского Прииртышья. Алматы, 2010.

20. Чернова И. Религиозный фактор в социальных отношениях у немцев Алтайского края // Немцы Сибири: история и культура: материалы III международная научно-практическая конференция. Омск, 2002.

21. Смирнова Т.Б. Этническое самосознание и этнические процессы у немцев Западной Сибири // Российские немцы: проблемы истории, языка и современного положения. Материалы международной научной конференции, Анапа, 20–25 сентября 1995 г. М., 1996.

22. Дик П.Ф. Этноконфессиональный компонент духовной культуры немецкой национальной группы // Этнические немцы России: Исторический феномен «народа в пути». Материалы XII международной научной конференции. Москва, 18–20 сентября 2008 г. М., 2009.

А.В. Таненкова
Конфликт идентичностей в Украине
на примере Львовской и Донецкой областей
(2003–2013 гг.)

Актуальность данного исследования заключается в том, что Украина занимает одну из ключевых позиций по геополитическому потенциалу стран Северной Евразии. Несмотря на выбранный государственной властью прозападный политический курс, в Украине четко прослеживаются идентификационные размежевания регионов, вызванные слабостью оснований государственного единства.

Цель исследования состоит в выявлении факторов и проявлений конфликтогенности в национальной, региональной, а также этнической идентичности в западной и восточной частях Украины на примере Донецкой и Львовской областей.

Хронологические рамки исследования ограничиваются периодом с 2003 г. по 2013 г. Это определено тем, что, государственная власть Украины взяла курс на ускоренное вступление страны в Единое экономическое пространство, формируя политику европейской идентичности. Тема вступления Украины в ЕЭП вызывала наибольшие дискуссии и наиболее острые противоречия в украинском обществе. Именно в данный период наблюдались наиболее выраженные, но регионально разнородные процессы трансформации украинской идентичности. Нагляднее всего разнородность идентичностей можно увидеть на примере Львовской и Донецкой областей.

Эмпирической базой исследования послужили результаты анкетных опросов, которые были получены Киевским международным институтом социологии (КМИС) и Украинским Центром экономических и политических исследований им. А. Разумкова [1].

Баланс национальной и региональных идентичностей анализировали украинские эксперты Д. Кирюхин, С. Щербак, М. Погребинский, А. Попов и А. Толпыго [2], Е.В. Князева [3].

Крымская школа исследований представлена работами В.Е. Григорьянца, А.В. Мальгина, А.В. Ишина и др. [4]. Сложилась школа анализа региональной идентичности в Донбассе (работы С.Н. Барышникова, С.Ю. Бунтовского, И.В. Гречко и др.) [5]. Важное значение сохраняют работы российских исследователей Л.В. Савина [6], О.А. Бориско [7] и др.

На материалах Украины применяется модель социокультурных размежеваний Липсета — Роккана, помогающая объяснить причины степени конфликтности размежеваний, а также их географическое размещение [8].

В Украине ярко выражено мультикультурное пространство, которое определялось затяжным формированием территории и длительным отсутствием украинской государственности. Украина относится к числу государств с так называемыми «искусственными» границами, что привело к разнородности ее экономической и социальной структур.

Рассмотрим отраслевое размежевание на примере Львовской и Донецкой областей. Львов — крупнейший исторический город Западной Украины. Основан в 1256 г. королем Даниилом Галицким, был столицей Галицко-Волынского княжества. Сегодня Львов — это центр сосредоточения политического, экономического и культурной потенциала страны в западной ее части, негласно считается столицей Западной Украины. В настоящее время Львов по-прежнему является весомым индустриальным центром государства. Но за годы независимости Украины существенно изменилась структура промышленного производства в региональной экономике. Во второй половине XX в. ведущее место в промышленной структуре занимали машиностроение и металлообработка, еще в 1991 г. их доля составляла почти 60% от всего объема промышленного производства. В период «незалежности» в структуре производства лидирующую позицию занимает пищевая промышленность, удельный вес которой в промышленном производстве в 2001 г. составил 39,4%, удельная доля продукции машиностроения и металлообработки составила лишь 17,6%. Начало XXI в. характеризуется высокими темпами развития туристической направленности региона (за 2008–2009 гг. число туристов выросло на 40%). К 2011 г. доход от туризма составил 462 млн долл. США (16% от ВВП города). Через двадцать лет после распада СССР Львов становится одним из передовых центров IT-технологий в Украине и Восточной Европе. Несмотря на то что во Львове проживает менее 2% людей от общей численности

населения Украины, в городе работает 25% всех программистов страны. Согласно таким документам о стратегическом развитии города, как «Комплексная стратегия развития Львова 2012–2025 гг.» или «Стратегия повышения конкурентоспособности Львова до 2015 г.», инновационная экономика является приоритетом в развитии [9].

Донецк — город на востоке Украины, основанный в 1869 г. Ведущая роль в отраслевой экономике Донецкой области принадлежит угледобывающей промышленности и металлургии. Наиболее высокий удельный вес в структуре промышленности занимают металлургия (чёрная и цветная), угольная, химическая промышленность, а также тяжелое машиностроение.

В отраслевой структуре промышленности в 1985 году ведущую позицию заняла чёрная металлургия — 34,3%, машиностроение и металлообработка составили 15,9% и угледобывающая — 13,6%. В 2000 году: чёрная металлургия — 52,3%, машиностроение и металлообработка — 8,6%, угольная — 15,1% [9].

Вышеприведенные данные свидетельствуют о явном отраслевом размежевании Львовской и Донецкой областей.

Общеизвестно, что Украина характеризуется конфессиональной разнородностью. В западной части доминируют приходы Украинской православной церкви Киевского патриархата, а к востоку — УПЦ Московского патриархата. Например, население Львовской области имеет сложную конфессиональную структуру. Так, примерно 35% всех религиозных общин города принадлежат Украинской греко-католической церкви (УГКЦ), 11,5% — Украинской автокефальной православной церкви (УАПЦ), около 9% — Украинской православной церкви Киевского патриархата (УПЦ КП), 6% — Римско-католической церкви (РКЦ). В области есть религиозные организации Украинской православной церкви Московского патриархата, армянской апостольской церкви, ортодоксальных и реформистских иудеев, хасидов и множество протестантских церквей. Во Львове действует католический университет УГКЦ и духовная семинария УПЦ КП. В Донецкой области конфессиональная структура населения выглядит иначе, УПЦ Московского патриархата составляет 71%, 9% — УГКЦ, также конфессии представлены протестантскими молитвенными домами и католическими костелами, мечетями и синагогами [9].

Конфессиональная разнородность в Украине — явление не случайное, причина веских различий кроется в особом историческом прошлом государства. Долгие годы украинские земли находились в составе различных государственных образований и неоднократно подвергались разделу со стороны более крупных государств, таких как

Речь Посполитая (Польша), Российская империя и Австро-Венгрия. Таким образом, в регионах современной Украины накопился различный исторический опыт. Поэтому жители разных регионов имеют подчас разные представления об историческом прошлом и своей идентичности. Следовательно, поиск общего знаменателя единой украинской идентичности становится сложной задачей. Ряд украинских исследователей полагают, что ключевым этапом формирования особой этнокультурной общности стал период существования Галицко-Волынского княжества, находившегося на территории северо-западной и западной части современной Украины. В конце XIV века земли Галичины окончательно были присоединены к Королевству Польскому. Польша проводила активную ассимиляционную политику, включавшую в себя католизацию, колонизацию, управление по польским законам, регламентация польского языка как государственного, издания официальных документов на латинском языке, притеснения по религиозному признаку. Столь наступательно-агрессивная политика вызвала недовольство жителей новоприсоединенных территорий, вылившееся в освободительную войну в середине XVII века. Начало войне положило восстание Запорожской Сечи в январе 1648 г. во главе с Богданом Хмельницким. Именно притеснение по религиозному признаку стало одной из главных причин противостояния Запорожского Воеводства с Речью Посполитой, так как идентичность казаков основывалась на православном вероисповедании. Казачество представляло собой особое этнокультурное образование, обладающее своей уникальной идентичностью. Неслучайно именно образ казака стал восприниматься как собирательный образ украинца. Более того, украинское казачество сегодня является одним из важнейших объектов изучения в украинской историографии.

В 1653 г. Левобережная Украина вошла в состав России, а в 1793 г. в период правления Екатерины II и Правобережная Украина входит в состав Российской империи. Земли Галичины тем временем неоднократно подвергались разделу и находились преимущественно под влиянием Австро-Венгрии и Польши.

Очень важно рассматривать идентичность через призму исторического прошлого. Опыт прошлых столетий показывает, насколько разный путь в своем становлении и развитии прошли современные Донецкая и Львовская области.

О подобном несходстве высказываются и сами жители Донецка. 5 сентября 2009 г. донецкое интернет-издание «Остров» опубликовало результаты исследования «Украина: образы регионов и межрегиональные отношения». В разделе «Западная Украина и Галичина глазами

жителей Донбасса» дончане дают интервью по данному вопросу. Приведем некоторые из них. «Западная Украина — это обязательно должно быть украиноязычное население. Откуда бы к нам ни приехал человек, если он свободно говорит на украинском языке, он с запада приехал. Такое понимание народное. Запад — украиноязычный, Восток — русскоязычный» (В.Н.Е., учитель, 19.04.2008 г.). «Для меня лично, это как заграница — Западная Украина. Они далеко от нас, и они не такие, как мы», — заключил еще один респондент (З.Н.В., инвалид 1-й группы, 25.04.2008 г.) [10].

В рамках еще одного социологического исследования маркетинговой и социологической компанией «Research Branding Group» осенью 2013 г. респондентам было предложено дать ответ на вопрос: «Украинцы и россияне — это один народ или два разных народа?» (Таб. 1).

Таблица 1. Результаты социологического опроса компанией «Research Branding Group» 2013 г., % [11].

	Львовская область	Донецкая область
Украинцы и россияне – один народ	16,2	73,1
Украинцы и россияне – два разных народа	77,3	17,6
Трудно ответить	6,6	9,3

Из таблицы видно, что жители Донецкой области наиболее высоко оценили родство с россиянами (73,1%), во Львовской области подобную «близость» отрицают 77,3% респондентов. Столь высококонтрастные результаты опроса подтверждают социокультурные размежевания в западных и восточных регионах.

Языковой фактор является еще одним ключевым звеном в размежевании идентичности украинских регионов. Украинское общество расколото примерно пополам по приверженности государственному языку в повседневном общении. В соответствии с результатами анкетирования, проведенного Киевским международным институтом социологии в 2004 г., 45% жителей государства предпочитают в семейных кругах говорить по-украински, на обоих языках предпочли 10%, и 45% исключительно на русском языке. Во Львовской области украинский язык признают родным 95% респондентов. В Донецкой области, как во всей восточной части Украины, абсолютное большинство отдали предпочтение русскому языку (96%) [11].

Рассмотрим еще один важный аспект относительно мнения респондентов о государственном статусе русского и украинского языков.

В 2002 г. большинство жителей западных областей считали, что украинский язык — единственный государственный, русскому языку отводился бытовой уровень, уровень национальных меньшинств. 78,5% респондентов Львовской области поддержало государственный статус украинского языка, в Донецкой области солидарность выразило лишь 17,7% населения [12, с. 134]. С государственным статусом обоих языков соглашались 55,3% жителей Донецкой области и 7,9% — во Львовской.

Исследуем развитие общественного мнения относительно участия Украины в европейской либо евразийской интеграции. Анкетирование в декабре 2012 г. Центром «Социальный мониторинг» показало, что 46% были за вступление Украины в Таможенный союз (ТС). 35% опрошенных полагали, что Украина должна заключить договор о зоне свободной торговли и политической ассоциации с Европейским Союзом (ЕС) с последующим вступлением, не определились в этом вопросе 19% респондентов [13]. По данному вопросу прослеживается территориальное размежевание. Результаты анкетного опроса в декабре 2012 г. благодаря анкетированию Центром «Социального мониторинга» выявили, что Западный регион является единственным в своем роде, с преобладающим количеством сторонников ассоциации с Евро-союзом. Так, во Львовской области данный показатель составил 66%, в Донецкой области за евроинтеграцию проголосовало всего 23% [13].

Подведем итоги. Украина в рассмотренный период представляла собой глубоко расколотое общество. Отсутствовала устойчивая национальная идентичность большинства граждан. Устойчиво проявлялись долгосрочные социокультурные, этнополитические размежевания, сохранялось размежевание западных и восточных областей по индикаторам выбора между европейской и евразийской интеграцией. Вышеизложенные данные красноречиво свидетельствуют о биполярности регионов, о непохожести идентичностей западной (Львовской области) и восточной (Донецкой области) Украины. В отличие от Львовской, Донецкая область политически и экономически была ориентирована преимущественно на Россию, а не на страны ЕС или США.

Литература

1. Мнения и взгляды жителей Юго-Востока Украины: апрель 2013 // ZN.UA. URL: http://zn.ua/UKRAINE/mneniya-i-vzglyady-zhiteley-yugo-vostoka-ukrainy-aprel-2014-143598_html
2. Кризис мультикультурализма и проблемы национальной политики / под ред. М.Б. Погребинского и А.К. Толпыго. М., 2013.

3. Князева Е.В. Самоидентификации населения южноукраинского региона: «неукротимость примордиального» // Социальные идентичности в динамике институционального и самоорганизационного. Одесса, 2013. С. 267–284.
4. Григорьянц В.Е., Жильцов С.С., Ишин А.В., Мальгин А.В. Федерализация Украины: к единству через разнообразие. М., 2011.
5. Проблемы региональной идентичности Донбасса: сб. аналит. статей / авт.-сост. А. Иванов, А. Мартынов. Донецк, 2011.
6. Савин Л.В. Национально-политическая идентификация в Украине и формы репрезентации власти // Современные политические процессы на Украине. Ростов н/Д, 2009. С. 105–115.
7. Бориско О.А. Региональная фрагментация политической культуры населения Украины // автореф. дис.... канд. полит. наук. Краснодар, 2006.
8. Липсет С.М., Роккан С. Структуры размежеваний, партийные системы и предпочтения избирателей: Предварительные замечания // Политическая наука. 2004. № 4. С. 204–234.
9. Лапкин В.В., Пантин В.И. Кризис украинской государственности: политико-правовой, ценностный и геоэкономический аспекты // Политические исследования. 2014. № 5. С. 68–89.
10. Миллер А.И. Политика строительства нации-государства на Украине // Политическая наука. 2010. № 1. С. 76–99.
11. Результати національного опитування IRI в Україні: березень 2013 // Соціологічна група «Рейтинг». URL: <http://ratinggroup.com.ua/products/politic/data/entry/14086/>
12. Мальгин А.В. Украина: соборность и регионализм. Симферополь, 2005.
13. 46% населения считают, что Украина должна стать полноправным участником Таможенного союза // UNIAN. URL: <http://www.unian.net/news/542388-46-naseleniya-ukrainyi-za-tamojennyiy-soyuz-opros.html>

П.В. Ульянов
Памятники Первой мировой войны в Лондоне
и их культурно-историческое значение
для формирования имиджа региона

Современный Лондон богат памятниками, посвящёнными различным историческим событиям и в своей совокупности представляющими собой историко-культурное наследие страны. Разнообразные сюжеты, начиная от древнегреческой истории (Статуя Ахиллеса в Гайдпарке 1822 года) и заканчивая событиями современности (Статуя

Миллисент Фосетт на Парламент-сквер 2018 года), свидетельствуют о высоком культурно-историческом потенциале и своеобразной традиции жителей столицы Великобритании сохранять и приумножать память об истории страны и мировой истории. Данный подход оказывает сильное влияние на стратегию создания и продвижения позитивного и привлекательного имиджа территории.

Памятники Лондона не только используются жителями столицы в качестве инструмента воспитания подрастающего поколения, но и играют значимую роль в формировании «символического пространства», в результате чего увеличивается степень привлекательности имиджа города как культурной столицы Соединенного Королевства. Еще французский историк Пьер Нора в своей концепции «мест памяти» (*lieux de memoire*), под которыми подразумевались те предметы и объекты, которые сохраняют и репрезентуют образ прошлого в настоящем, выделил людей, предметы, здания в качестве «символов памяти» [1, с. 17–50]. Опираясь на данный тезис, следует указать неразрывную связь «места памяти» и «символического пространства». Сохраняя в своей совокупности различные представления отдельно взятых индивидов, группы лиц или даже целых сообществ о конкретном историческом событии, «место памяти» скрепляет общеисторические связи жителей страны с событиями прошлого. Если в процессе коммеморации исторической памяти идет систематизированное пересечение связей, объединяющих субъекты, обладающие общими признаками, то формируется социальное пространство, которое рассматривается и как «символическое пространство» [2, с. 144–145]. Следовательно, город-столица априори является социальным пространством, в котором жители обмениваются навыками освоения территории и умениями ориентироваться в ней, а символическим пространством город становится за счет целенаправленной деятельности людей, наполняющих его смыслами, формируя коллективную и индивидуальную реальность одновременно [3, с. 113]. В данном случае можно рассмотреть Лондон в качестве символического пространства в вопросах коммеморации событий Первой мировой войны и формирования привлекательного имиджа региона.

Первая мировая война как глобальное историческое событие оставила глубокий трагический след в истории Великобритании, а отголоски незаживающих ран продолжают звучать в общественном сознании на современном этапе развития страны. Традиционное представление о ней как о «Великой войне» сохраняется и передается из поколения в поколение на национальном и региональном уровнях. При этом исторические памятники, оказавшие влияние на формирование

образа вооруженного конфликта, в современных исследованиях делятся на две большие группы: коммеморативные практики мемориализации и коммеморации исторических событий за счет создания «памятных мест» при поддержке правительства Великобритании и локальные формы военной коммеморации, созданные по инициативе частных лиц [4, с. 96]. Британский опыт коммеморации и мемориализации показывает попытки реализации «монументальной» политики на двух уровнях. Первый уровень – это коммеморация трагических событий и памяти всех британцев о «Великой войне» на национальном уровне. Второй уровень отражен в процессе создания кладбищ и частных мемориалов (часовен, стел, обелисков, стен памяти), что отражает индивидуальную память о войне.

Данная тенденция подчеркивает двухуровневый подход к вопросу о создании «символического пространства» за счет общего фонда памяти и отдельных представлений людей. Не следует отрицать системного подхода британцев к вопросу сохранения памяти о событиях Первой мировой («Великой») войны и выставления в один ряд с другими важными событиями мировой истории, в результате чего отраженная в памятниках Лондона общечеловеческая история повлияла на привлекательность имиджа столицы.

Настоящее исследование сконцентрировано на вопросе определения культурно-исторической значимости памятников Первой мировой войны в столичном регионе Великобритании. Автор статьи, делая экскурс в историю коммеморации и мемориализации событий «Великой войны», обращается к британскому опыту создания памятников («мест памяти»), чтобы определить степень их культурно-исторической значимости и роль в формировании привлекательного имиджа столичного региона. Перед тем как перейти к рассмотрению вопроса, необходимо отметить сложившуюся традицию коммеморации и мемориализации исторических событий, восприятия Первой мировой войны в образе «Великой войны» и репрезентации его, несмотря на дискуссионность и неоднозначность. Во многом это связано со спецификой и особенностью общественно-политического развития Великобритании, в которой господствует плюрализм мнений, отсутствует господствующая точка зрения по вопросу о проблеме происхождения вооруженного конфликта и идет переосмысление и даже переоценка его причин, повода, хода событий, итогов и последствий.

Мемориализация и коммеморация исторической памяти о событиях Первой мировой войны, поиск значимости вооруженного конфликта для страны и оправдание колоссального количества жертв на национальном и локальном уровнях началось в Великобритании с создания

Имперской комиссии по военным захоронениям в 1918 году. Основная задача сводилась к увековечиванию памяти о погибших на полях сражений солдатах и офицерах и потерях среди гражданского населения. После войны первым памятником, сохраняющим в современности свое господствующее положение среди других исторических памятников столичного региона, стал лондонский Кенотаф на улице Уайтхолл. Воздвигнутый после долгих дискуссий в парламенте и по распоряжению правительства Великобритании исторический памятник был выстроен, согласно проекту Э. Лаченса компанией Holland, Hannen & Cubitts, в форме прямоугольного мраморного монумента, вершина которого напоминает гроб. Не обошлось и без надписи «Доблестным погибшим», украшенной венком и развивающимися британскими флагами [5, p. 570].

Другим не менее значимым памятником («памятным местом») остается «Могила неизвестного солдата» в Вестминстерском аббатстве. История появления монумента связана с работой комиссии по военным захоронениям при поддержке премьер-министра Д. Ллойд Джорджа и министра иностранных дел Дж. Керзона, хотя идея приписывается капеллану англиканской церкви Д. Рейлтоу, занимавшемуся сбором и захоронением неопознанных останков, найденных в местах сражений британской армии на Западном фронте [6]. Мемориал представляет собой могилу с прахом неопознанного британского солдата, похороненного с «королевскими почестями» 11 ноября 1920 года. Неоднозначность заключалась в том, что прах погибшего был удостоен чести лежать в королевской усыпальнице, поскольку в Вестминстерском аббатстве хоронили английских королей. Своеобразный символизм заключался не только в том, что монумент посвящен совокупному образу «безымянных жертв» «Великой войны», но и в попытке сформировать привлекательный памятный образ старинного здания как «центра памяти» подданных Британской империи, удостоенных великой чести лежать рядом с королевскими особами.

В межвоенный период процессы увековечивания памяти о событиях «Великой войны» в Великобритании продолжались. В Лондоне были созданы мемориал 24-й пехотной дивизии в Баттерси-парке и мемориал королевского артиллерийского полка в Гайд-парке [7, с. 99–100]. Первый монумент был воздвигнут при одобрении правительства страны, хотя инициатива исходила от дизайнера и солдата-ветерана Э. Кеннингтона. Представлено сооружение в виде столбчатого основания, а на нем стоят пехотинцы в полном снаряжении и вооружении, их ноги обвивает змея. При этом три человека – это реальные солдаты

британской армии М.К. Томас, Дж. Вудс и Р. Грейвс из реально действовавших армейских подразделений [8, р. 854, 856, 859].

Еще одним памятником стал мемориал скульптора Ч.С. Джаггера и архитектора Л. Пирсона с изображением на крестообразном постаменте гаубицы и четырех британских солдат, один из которых изображен погибшим. Исторический памятник поставлен в память о погибших солдатах Королевского артиллерийского полка и поэтому отличается от других столичных мемориалов Первой мировой войны и символизмом, и реализмом. Тем не менее он подвергся критике со стороны Королевского артиллерийского фонда памяти о войне (RAWCF) 1918 года за натуралистичную и неуместную фигуру мертвого солдата-артиллериста, хотя сооружение приобрело популярность в стране, в том числе у бывших военнослужащих [9, р. 98]. Памятник даже был признан шедевром и остается таковым на современном этапе [10, р. 46].

Оба монумента на национальном уровне сохранили коллективную память о событиях «Великой войны», но, несмотря на критику, памятные сооружения благодаря поддержке со стороны жителей Великобритании обогатили облик Лондона как столичного региона лучшими работами дизайнеров, скульпторов и архитекторов. Культурно-историческая значимость памятников в проводимой политике памяти оказала влияние на формирование имиджа города, его стали ассоциировать с этими монументами «Великой войны». Историческая память о глобальном вооруженном конфликте формировалась в массовом сознании за счет столичных «памятных мест», в результате чего Лондон стал «символическим пространством». Значимость мемориалов для участников «окопной войны» заключалась в возможности встретиться у мемориала ветеранам войны и почтить память погибших.

Традиция помнить о событиях Первой мировой войны и проводить массовые мероприятия у памятников сохранилась. С целью почтить память погибших в годы войны в годовщину подписания Компьенского перемирия 11 ноября 2014 года был реализован проект художника-керамиста П. Камминса и театрального сценографа Т. Пайпера под названием «Кровь, захлестнувшая земли, и моря красного цвета» («Blood Swept Lands and Seas of Red») [11]. Вокруг лондонского Тауэра были «высажены» керамические красные маки, причем их количество соответствовало количеству погибших солдат Великобритании в годы войны. Необычная инсталляция была похожа на большие реки крови, олицетворявшие погибших людей в годы вооруженного конфликта. Для отражения трагизма был выбран Тауэр как наиболее мрачное и универсальное сооружение Лондона, ассоциируемое у жителей столи-

цы с крепостью, хранилищем королевских драгоценностей, монетным двором, тюрьмой, зверинцем. Сооружение по сей день привлекает внимание туристов своей таинственностью и загадочностью. Поэтому столичные памятники «Великой войны» и проекты репрезентации памяти о ней на национальном и локальном уровнях поддерживают имидж Лондона как культурного города «вековых традиций», в том числе с целью развивать туризм. За счет них растет туристический потенциал столичного региона, что позволяет городу налаживать внутренние и внешние связи.

Между жителями столицы и населением городов, графств и более мелких территориальных единиц сохраняется традиция чтить память погибших, но на локальном уровне прослеживается отражение в памятниках другой стороны исторического события – коммеморация памяти «жертв войны» с целью их реабилитации. В 2000 году скульптор Э. де Комин разработал концепцию памятника молодым солдатам, расстрелянным за дезертирство и другие военные преступления по приговору военно-полевых судов. Согласно сведениям Би-Би-Си, инициатором создания памятника была дочь британского солдата Г. Фарра Г. Харрис [12]. Мемориал был открыт в Национальном дендрарии рядом с общиной Олривас, в Стаффордшире. Памятник представлен в виде стоящего, словно на расстреле молодого солдата с завязанными глазами и связанными руками. Прообразом послужил рядовой Г. Берден, убежавший в 17 лет на фронт, где был передан трибуналу и приговорен к расстрелу за дезертирство. После установки монумента последовала реабилитация солдат, приговоренных к высшей мере наказания, но при наличии списков осужденных виновность не подлежала расследованию из-за отсутствия доказательств вины или невиновности [13]. В этом заключается отличительная особенность локального уровня от национального. На локальном уровне отражаются различные стороны событий прошлого вне зависимости от их восприятия.

Таким образом, можно сделать вывод о высокой степени культурно-исторической значимости лондонских памятников в формировании имиджа столичного региона. Обращаясь к поставленной проблеме, следует указать на дискуссионность и неоднозначность событий «Великой войны», особенно в британском обществе. Исторические памятники Первой мировой («Великой») войны сохраняют и передают коллективную и индивидуальную память о трагических страницах истории страны. Кроме того, они являются составной частью мировой истории, отраженной в лондонских сооружениях. Благодаря им формируется «символическое пространство» с «вековыми традициями» сохранения памяти о прошлом, что влияет на создание привлекательного

имиджа Лондона как историко-культурного региона, воспринимаемого в образе «мировой столицы» Великобритании, хранящей память об отдельных событиях (Первая мировая война) и целых эпохах. Исторические памятники – это важные и значимые инструменты культурно-исторического и имиджевого потенциала столичного региона для отражения «духа эпохи», трагизма войн и фактора национальной и локальной консолидации жителей Великобритании, развития туризма и налаживания внутренних и внешних связей.

Литература

1. Нора П. Проблематика мест памяти // Франция – память: антология. СПб., 1999.
2. Бурдые П. Социальное пространство и символическая власть // THESIS. 1993. № 2. С. 137–150.
3. Невоструева К.Н. Символическое пространство города: обзор идей и подходов // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Социально-экономические науки. 2016. № 2. С. 113–121.
4. Смирнова Т.А. Особенности изучения исторической памяти и практик коммеморации Первой мировой войны в Великобритании 1918–1939 гг. // Ярославский педагогический вестник. 2014. № 4. Т. I (Гуманитарные науки). С. 95–98.
5. Johnson D., Gilbertson N. Commemorations of Imperial Sacrifice at Home and Abroad: British Memorials of the Great War // The History Teacher. 2010. № 4. P. 563–582.
6. Baigent E. Railton, David (1884–1955) [Electronic resource] // Oxford Dictionary of National Biography. [Oxford] 2004. URL: <https://www.oxforddnb.com/view/10.1093/ref:odnb/9780198614128.001.0001/odnb-9780198614128-e-74777>
7. Смирнова Т.А. Монументы, мнемонические места и конструирование коллективной памяти о Первой мировой войне в Англии // Ярославский педагогический вестник. 2011. № 4. Том I (Гуманитарные науки). С. 98–101.
8. Black J. The Real Thing?: Eric Kennington’s 24th Infantry Division Memorial in Battersea Park, London (1921–24) // Burlington magazine. 2003. Vol. 145. № 1209. P. 854–859.
9. Curl J.S. The Royal Artillery Memorial at Hyde Park Corner // Charles Sargeant Jagger: War and Peace Sculpture / Ed by A. Compton. L., 1985. P. 69–115.
10. Quinlan M. British War Memorials. Hereford, 2005.

11. Поле красных маков у Лондонского Тауэра // FullPicture — лучшие фотонОВОСТИ, фотОистОрии и фотОрепОртажи со всего мира. 2012. URL: <https://fullpicture.ru/europe/pole-krasnyh-makov-u-londonskogo-tauera.html>

12. Tribute to WWI ‘cowards’ // BBC news. [S. 1.] 2022. URL: http://news.bbc.co.uk/2/hi/uk_news/1399983.stm

13. Расстрелянным на рассвете. Памятник британским дезертирам Первой мировой войны // Музей мировой погребальной культуры. 2014–2019. URL: <https://musei-smerti.ru/rasstrelyannym-na-rassvete-britanskiy-pamyatnik-posvyashhennyiy-podrostkam-na-voynе>

Обсуждение в Интернете

Ольга Аршинцева

1 мая 2022 в 10:21

Фактически насыщенный текст дает возможности и для более широких обобщений — например, для сравнения собственно британского опыта со странами Содружества, или с памятниками Второй мировой войны.

В.Р. Филиппов

«Романтический туризм» в Тропической Африке

Туристический потенциал Тропической (субсахарской) Африки без преувеличения огромен. Склонные к путешествиям европейцы, выходцы из Восточной и Юго-Восточной Азии, а в последние десятилетия — и россияне, пресытившиеся развалинами Парфенона, пляжами Анталии, горными вершинами Альп и прочими прелестями традиционного «цивилизованного» туризма, жаждут новых, невероятных, неизведанных впечатлений. Таковые с радостью предоставляют им африканцы, которые видят в заезжих любителях острых ощущений неиссякаемый источник, пусть пока довольно скромных, но все более заметных и стабильных доходов.

По данным Всемирной туристской организации, в туристическом секторе африканской экономики наблюдается всплеск активности: в последнее время континент посещают около 67–70 млн человек ежегодно [1]. Экологический туризм, культурно-познавательный и «этно-туризм», африканское сафари и даже секс-туризм стали явлениями вполне обыденными для Черного континента. Однако развиваться в полную меру этим видам туризма (функциональная классификация видов туризма определяется целью поездок) мешает целый ряд хорошо

известных факторов. Прежде всего, это большие проблемы с безопасностью: терроризм, джихадизм, нападения на морские суда, родоплеменные схватки (то, что ошибочно принято называть «межэтническими конфликтами»), захваты заложников, просто уличный бандитизм делают пребывание во многих странах Африки весьма небезопасным. Пугают туристов и проблемы с санитарно-эпидемиологической обстановкой на континенте и тем более, с состоянием системы здравоохранения. СПИД, лихорадка Эбола, малярия и прочие неприятности пугают потенциальных путешественников и отвращают от поездок на Черный континент. Кроме того, избалованных туристов смущает сравнительно низкий уровень комфорта в африканских зонах отдыха и отелях.

Все это препятствует нормальному развитию традиционных видов туризма на африканском континенте и в значительной степени снижает его потенциал. Именно поэтому все более заметным явлением в туристическом бизнесе в некоторых странах южнее Сахары становится так называемый «романтический туризм». Явление это сравнительно новое, оно не поддается однозначным оценкам. Типологически этот вид туризма ближе всего к секс-туризму, но он избавлен от наиболее циничных, жестоких и меркантильных черт последнего (имеются в виду сексуальная эксплуатация детей, экономическое принуждение бедствующих африканок к сексуальным отношениям, сексуальное рабство и прочие беды африканской действительности). Названные выше факторы, препятствующие бурному развитию туризма в Африке, в значительно меньшей степени влияют на развитие «романтического туризма». Ведь для романтических встреч нужно всего лишь благополучно добраться от аэропорта до хорошо охраняемого четырехзвездочного отеля. Блогер Владимир, многократно посещавший Кению, свидетельствует, что «в туристических местах, пляжах, барах, центральной части города и побережья безопасно. Много охраны на входах в магазины, банки, бары, пляжи» [2]. Именно Кения стала своего рода Меккой этого специфического вида туризма.

В чем заключается суть этого сравнительно нового (он заявил о себе в конце 90-х годов прошлого столетия) социального феномена и почему он в меньшей степени, чем сексуальный туризм, подвергается общественному порицанию?

Известно, что мужчины, ищущие сексуальных приключений в Африке или в Азии, явление давно известное и весьма распространенное. Преимущественно белые европейские и североамериканские мужчины отправляются в бедные страны (такие как Таиланд, Камбоджа, Кения, Нигерия и проч.) с целью найти сексуального партнера из числа мест-

ных женщин и девочек за ничтожную по европейским меркам плату. Подобный туризм всегда вызывал осуждение, мужчин такого сорта чаще всего считают хищниками. Респектабельные мужчины если и отправляются на сексуальное сафари, то стремятся не афишировать свои пристрастия.

Однако теперь в африканские страны в поисках романтических приключений отправляются белые женщины бальзаковского и пост-бальзаковского возраста из благополучных европейских стран, чаще всего из Германии, Австрии, Дании, стран Бенилюкса. Некоторые журналисты из желтых рекламных журналов и туристы в своих заметках в социальных сетях (Twitter, Facebook, Livejournal, Pikabu etc.) обращают внимание на тот факт, что среди женщин преобладают полные путешественницы: «Чаще всего в Африку в “романтические туры” приезжают пожилые обеспеченные полные дамы из Германии, Великобритании, Швейцарии» [3]. (Оно и понятно: чем менее привлекательна женщина элегантного возраста, тем сложнее ей найти партнера в собственной стране). Другой источник сообщает, что «большинство таких туристок приезжают из Германии, Швейцарии, Восточной Европы и Британии. Обычно это богатые, толстые и пожилые женщины» [4]. Это вовсе не значит, что этой моде не подвержены другие европейские страны, США и Канада; просто в этих государствах интересующее нас социальное явление не получило пока столь широкого распространения.

Женщины, стремящиеся к сексуальным приключениям «в желтой жаркой Африке», в Европе намного реже, чем мужчины, подвергаются общественному осуждению в странах исхода, давно переживших сексуальную революцию. Если мужчин в данном контексте все-таки иногда порицают за откровенную сексуальную эксплуатацию, то к женщинам, готовым платить «пляжным мальчикам» (так называют их в странах прибытия) за известного рода услуги в нынешней Европе относятся скорее сочувственно. Журналистка on-line издания News 24 Мариса Круз констатировала: «Теперь, когда “секс” не так уж далек от того, чтобы быть отмеченной опцией в “причине поездки” в наших таможенных карточках по прибытии в другую страну, эта уникальная форма туризма теперь стала почти мейнстримом» [5]. Существует и иная точка зрения. Некоторые журналисты полагают, что «единственная разница в том, что в отличие от некоторых своих коллег-мужчин, которые выбирают несовершеннолетних девочек, эти мамочки выбирают взрослых» [6]. Как выразилась одна из немецких туристок, в стране «просто полно больших мальчиков, которым нравятся такие, как мы, девочки постарше» [6]. (Не знаю, насколько искренне это было

сказано. Мне кажется, что это своего рода бравада, психологическая самозащита: ведь спокойнее думать, что ты не просто покупаешь добротный секс, а еще и нравишься своему партнеру!).

В утверждении, согласно которому единственная разница в мужском и женском сексуальном и «романтическом» туризме состоит лишь в возрастных предпочтениях, есть серьезный когнитивный дефект. Подобного рода сексуальные отношения имеют кроме всего прочего явные расовые коннотации и содержат в себе атавизмы расизма и колониализма. Главный куратор программы Equality Now по прекращению сексуальной эксплуатации и торговли людьми Цици Мотекария заметил: «Ни один регион в мире не защищен от секс-туризма, но чаще всего белые мужчины из стран Запада промышляют этим именно в Африке. В них еще живет дух колониализма» [7]. В статье этнолога Жаклин Тейлор, основанной на этнографическом исследовании сексуально-экономических обменов между женщинами-туристками и местными мужчинами и мальчиками, справедливо утверждается, что «расовая власть также должна учитываться для исследования границ между коммерческим и некоммерческим сексом» [8].

В путевых заметках российских туристов комментарии куда более резкие и пренебрежительные как по отношению к (казалось бы!) благополучным белым женщинам, так и к их темнокожим почитателям. Вот очень характерное высказывание. «Женщины 50+ привозят сюда свой целлюлит и бабки... (т.е. деньги. — В.Ф.). Жиголята клеют (знакомятся. — В.Ф.) очередное «желе» на пляже или в баре, после чего «прописываются» в отеле как «постоянные посетители» и уже там отработывают деньги и подарки со стороны женщин. «Сахарные мамочки» — так называют таких женщин» [9]. (Здесь нужно заметить, что в достаточно дорогие и весьма экзотические африканские туры отправляются россияне, принадлежащие к известному социальному слою. Отсюда и базальтернативность суждений, и готовность осуждать без желания понять, и соответствующая лексика).

Фотограф Софи Амали Клугарт в своем репортаже «о распространенном в Кении и других африканских странах явлении — так называемом “романтическом туризме”», которое она определяет как ситуацию, при которой «пожилые обеспеченные европейские женщины приезжают сюда, чтобы найти среди бедных местных жителей себе “компаньона”, который за подарки или небольшую плату скрасит их досуг и будет выполнять все пожелания» [3]. Безусловно, сексуальные отношения в «романтическом туризме» — это доминанта для путешественниц: «скучающие, разведенные или одинокие белые женщины,

которые отчаянно нуждаются в развратных развлечениях, о которых никто не узнает, чтобы судить их дома, где они пользуются большим уважением, они приезжают в Кению и другие отдаленные части Африки. Здесь они чувствуют себя особенными и молодыми» [6]. В общении с подобострастными, зависимыми от них молодыми африканцами белые женщины позволяют себе реализовать те сексуальные фантазии, которые у них на родине не всегда могут быть реализованы в силу общепринятых норм отношений между полами. В одной обстоятельной статье, посвященной интересующему нас сюжету, автор особо подчеркивает некоторую странность эротических фантазий пожилой австрийской туристки: «Разведена, скучает и хочет исполнить странные сексуальные фантазии» [6].

То, что «романтический туризм» предполагает наряду с интимными отношениями еще и отношения приятельские, легкий флирт при обязательном доминировании старшей партнерши, — это то, что отличает его от обычного, хорошо известного и описанного многократно сексуального туризма. Есть еще одно серьезное отличие. Как свидетельствуют многие очевидцы и (или) участники таких взаимоотношений, «на побережье вы всегда сможете подобрать себе юношу на некоторое время, сложенного как Аполлон, для втирания крема на пляже, носки сумки и других всяких мелких услуг. Стоимость услуг оговаривается с каждым кандидатом отдельно, но долларов в 30 можно уложиться» [11]. Местные мужчины, лишённые какого-либо источника дохода, «стараются подыграть обеспеченным дамам. Результатом для молодых людей становится вкусная еда, удобная постель, подарки, которые можно продать» [12]. В других путевых заметках почти аналогичное свидетельство. «Женщины просто так спасаются от одиночества. Африканцам же остается только «подыграть», чтоб занять удобную постель, обеды и деньги, которые можно отложить на открытие своей «качалки»» [9]. (Или в другом месте: «Они (белые женщины. — В.Ф.) инсценируют романтические отношения с местными жеребцами, которых они поят и кормят во время этого совместного времяпрепровождения»). Отношения в такой паре лаконично охарактеризовала в своем очерке о специфике африканского туризма кенийская журналистка Майка Мсвати: «Джилл, как и многие женщины, которые находят в Момбасе не обязательно любовь, а что-то среднее между любовью и похотью» [6].

Чтобы придать отношениям более или менее благопристойный вид, избавить их от очевидности товарно-денежных отношений, «сахарная мамочка» чаще всего выдает «пляжному мальчику» значительные суммы денег на расходы. В этом случае не она, а он расплачивается за все при их совместных выходах «в свет». Это создает видимость

известной благопристойности и создает (пусть относительный) психологический комфорт для женщины.

В некоторых случаях между молодым африканцем и его спонсоршей возникает серьезная симпатия. Если партнер вполне устраивает партнершу, она может захотеть вновь встретиться с ним во время следующего визита в Африку. Образуется более или менее устойчивая пара. В этом случае «мамочка» оставляет «бойфренду» деньги накануне своего отъезда домой, чтобы тот мог жить до ее следующего «романтического тура» в страну. (Конечно же, наивно было бы думать, что жигало получив такой пенсион будет хранить «мамочке» верность. Ведь для него «романтический туризм» зачастую единственный источник доходов и привычный образ жизни). В редких случаях для африканцев такие отношения – возможность (пусть иллюзорная!) переехать в Европу... «ведь “романтические туры” могут перерасти в серьезные отношения, хоть это и редкость»... «если удастся перебраться в Европу — то это вообще страйк! Так и живут» [9].

Во многих сетевых публикациях эта информация повторяется многократно в разных версиях с разным привкусом «клубнички». Но что отличает сетевые публикации о приключениях мужчин от повествований о женском «сексуальном сафари», это то, что многие из них отмечены сочувствием к героиням, стремлением понять причины того, что толкает их на поиски любви так далеко от дома. Многие очевидцы и аналитики полагают, что «европейки начинают такие отношения из-за тотального одиночества» [12]. Деградация института семьи, безудержная пропаганда ЛГБТ сообществ, атомизация западных социумов заставляет вдов, разведенных и изначально одиноких женщин искать эрзац любви и семьи в объятиях «пляжных мальчиков». То, что в подобных отношениях «о деньгах говорить не принято» свидетельствует о своеобразной лояльности партнеров друг к другу: это позволяет «женщине сохранять красивую иллюзию» [3]. Одна из путешественниц на своей страничке в Twitter созналась, что «кариса» (пляжный мальчик. — В.Ф.) заставил ее «снова почувствовать себя особенной и нужной». Женщины начинают жить своими фантазиями и забывают, что эти отношения — сугубо товарно-денежные и не более... Но большинство понимают, что и он и она лишь используют друг друга» [3]. Майка Мсвати справедливо, я думаю, констатирует тот факт, что «в большинстве случаев такие туристки имеют историю несчастливых отношений с мужчинами дома. Некоторые из них — невинные женщины, ищущие внимания и удовлетворения, но невольно в конечном итоге пробующие „великолепие“ сексуального туризма» [6]. И этот прикормленный факт не может не вызывать сочувствия.

Литература

1. Tourisme: L'Afrique, une région en plein essor? URL: <https://information.tv5monde.com/afrique/tourisme-l-afrique-une-region-en-plein-essor-293617>
2. Владимир (Блогер). Секс туризм в Кении — обзор. URL: <https://www.trn-news.ru/blogs/travelkenya/58932>
3. Клуарт С.А. Секс-туризм в Африке. URL: <https://felbert.livejournal.com/2839637.html>
4. «Любовь! Ее здесь нет!»: женский секс-туризм в Кении. URL: <https://bigpicture.ru/zhenskij-seks-turizm-v-kenii>
5. Crous M. Sex Tourism in Africa: European Women Who Pay for Sex with Locals. URL: <https://www.news24.com/w24/selfcare/love/sex/sex-tourism-in-africa-european-women-who-pay-for-sex-with-locals-20160715>
6. Mswati M. Sex Tourism: 'Mzungu' Women Who Travel to Kenya to Get Laid by Local Men. URL: <https://www.standardmedia.co.ke/entertainment/crazy-monday/2001252790/sex-tourism-mzungu-women-who-travel-to-kenya-to-get-laid-by-local-men>
7. Петров С. Как Африка стала поставщиком несовершеннолетних секс-рабов. URL: <https://pikabu.ru/tag/tag/Секс%20туризм/hot>
8. Taylor J.S. Female Sex Tourism: A Contradiction in Terms? URL: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1057/palgrave.fr.9400280>
9. Бабушки хотят молодого черного тела. URL: https://pikabu.ru/story/babushki_khotyat_molodogo_chernogo_tela_seksturi_zm_v_afriku_6355043
10. Как выбрать для себя лучшее место для секс-туризма. URL: <https://1exotic.ru/exotic-mir/luchshie-napravleniya-dlya-seks-turizma.html>

В.В. Харитонова

Международный имидж города Уханя до и во время пандемии COVID-2019

Не так давно город Ухань (КНР) стал эпицентром событий, перевернувших сознание почти каждого жителя Земли. Именно в данном китайском городе был обнаружен очаг коронавируса в конце 2019 — начале 2020 г., впоследствии охвативший весь мир. Практически не привлекавший к себе внимания ни у западных, ни у российских СМИ, город за короткий период стал одним из самых упоминаемых, тем самым формируя новый международный имидж. Кроме того, Ухань стал имиджеобразующим элементом в общем восприятии Китая за рубежом.

Город Ухань (кит. упр. 武汉) является административным центром провинции Хубей в центральной части Китая, расположенной в месте слияния рек Янцзы и Ханьшуй. Численность города на конец 2018 г.

составляла более 11 миллионов человек [1]. Город состоит из трех исторических частей, территориально поделенными между собой реками. Данные три города связаны мостами, один из которых считается первым мостом современного типа в Китае.

Стоит отметить, что процесс формирования необходимого или нового имиджа города опирается на тезис, что город — это не новый товар, и у него уже существует определенный имидж [2]. Данное суждение является приемлемым и для Уханя, поскольку он имел сформированный образ еще до того, как приобрел свою неоднозначную популярность.

Ухань известен в Китае как город, обладающий древней историей и богатой культурой. Официальным периодом его основания считается III в. При правлении династии Юань город имел статус столицы. С конца XIX в. город становится важным транспортным центром. Через него проведена железная дорога. Расположение на судоходной реке позволило перемещать грузы с одного вида транспорта на другой. Кроме того, именно в Ухане в 1911 г. началась революция, которая свергла феодальный самодержавный строй. Город также имел большое значение в период японо-китайской войны XX в. [3].

С культурной точки зрения, Ухань славился искусством. Кроме того, город является родиной китайского панк-рока, ни одно китайское турне международных рок-групп не обходит город Ухань. Данный образ города стал особенно обсуждаемым зарубежными СМИ после роста популярности города из-за пандемии [4]. Китайский город также представляет собой живописную территорию и был излюбленным местом Мао Цзэдуна. В городе располагается оз. Дунху, которое является крупнейшим озером Поднебесной в городской черте. Башня Желтого журавля — одна из трех знаменитых башен Южного Китая, символ Уханя и одна из самых узнаваемых достопримечательностей города. Еще одним важным имиджевым событием является цветение вишни, которое считается одним из самых красивых в Китае. Оно также получило более широкую огласку благодаря известности города.

Еще до получения международного внимания в конце 2019 – начале 2020 гг. город обладал определенным статусом в Китае, а также отличительными особенностями развития. Ухань входит в топ-10 самых крупных и развитых городов КНР. В плане развития Уханя на 2010–2020 гг., ратифицированным Государственным Советом КНР, подчеркивается, что Ухань является важным экономическим и финансовым центром Китая и имеет высокое историческое и культурное значение. Вместе с тем город рассматривается как ключевой транспортный узел, место освоения и развития высоких технологий. Ухань также является одним из главных образовательных центров страны.

По версии журнала «Nature», Ухань занимает 19-ю позицию в рейтинге 200 крупнейших наукоградов мира. В городе сосредоточено 89 высших учебных заведений и 111 научно-исследовательских учреждений [6].

Кроме того, Ухань по праву может быть назван главным инженерно-проектировочным городом Китая. Здесь сконцентрировано до 80% проектов скоростных железных дорог и автомобильных трасс, крупнейших мостов и гидроузлов. Автомобильная компания «Дунфэн» и металлургическое предприятие, находящиеся в Ухане, включены в 500 самых крупных предприятий мира. Ухань также называют «оптической долиной Китая», занимающей видное место в мировой индустрии оптической электроники [5].

Следует констатировать, что имидж города структурно формируется из следующих элементов: историческое прошлое; культурный образ; внешняя привлекательность; инфраструктура; экономические показатели и статус города. В целом, Ухань обладает достаточно широкой базой, на которую можно опираться в процессе имиджеконструирования. Властные структуры города уделяют внимание продвижению положительного имиджа города. Так, был выпущен рекламный цикл видео-контента про город, его отличительные черты и историю [6]. Данные видео в основном направлены на китайскую аудиторию, однако выпускаются также ролики с английскими субтитрами для ознакомления с городом иностранцев. Если говорить о восприятии самих китайцев, то можно сказать, что среди жителей бытуют следующие образы о городе, которые можно применять и для аудитории «вовне»: «речная столица Востока», «город тысячи озер», «миллион студентов» [7].

Однако, несмотря на вышеперечисленные «продукты» формирования имиджа, город не имел высокую популярность международного масштаба до пандемии. Во многом это может быть связано с тем, что туристический фактор города, являющийся одним из самых важных элементов в имиджеформировании, до начала пандемии оставался на невысоком уровне. Есть вероятность, что причина этому кроется в отсутствии у города выхода к морю (что представляется важным пунктом при выборе места для многих туристов), или общего бренда (идеи) продвигающегося в рамках конструирования имиджа.

Тем не менее, ситуация кардинально меняется с возникновением и распространением COVID-19, который определил тот самый общий бренд (скорее в отрицательном смысле) города как «место возникновения коронавируса». 31 декабря 2019 г. офис ВОЗ в Китае был проинформирован о случаях пневмонии неизвестного происхождения в

городе Ухань [8]. В то же время власти признали, что было несколько неизвестных случаев пневмонии, связанных с оптовым рынком морепродуктов Хуанань после того, как в Интернете появились непроверенные документы. Рынок был закрыт по причине «улучшения окружающей среды». По одной из версий именно он стал очагом возникновения вируса по пути от животного к человеку. Примечательным является факт, что после возникновения вируса данный рынок стал известен во всем мире.

О первой смерти от нового вируса было сообщено лишь 11 января [9]. Незадолго до этого несколько уханьских врачей также пытались распространить информацию о заболевании, однако были предупреждены полицией Уханя за «распространение дезинформации» [10]. Длительное время также не афишировались случаи заражения вирусом от человека к человеку. Таким образом, можно отметить, что власти поначалу пытались скрыть масштабы заболевания вирусом.

23 января 2020 года власти КНР объявили о карантине в Ухане и других городах провинции Хубэй в попытке изолировать вспышку коронавирусной болезни. Это был первый известный случай в современной истории блокировки крупного города с населением в 11 миллионов человек, и этот инцидент обычно упоминался в СМИ как «Уханьский локдаун» (Wuhan Lockdown). ВОЗ высоко оценила этот шаг, назвав его «беспрецедентным в истории общественного здравоохранения» [11]. Однако стоит отметить, что меры, принятые Китаем, были встречены не так однозначно в международном сообществе. Многие обвиняли Китай в медленном раскрытии информации о вирусе, введении в информационное заблуждение и за агрессивную цензуру информации, касающейся вспышки вируса и общественного недовольства со стороны граждан в Интернете [12, 13]. В связи с этим, в мире Китай стал восприниматься в негативном ключе. В газетах и журналах информация о коронавирусе подавалась под тегом «уханьский вирус». Например, в журнале «The Federalist» так называлась целая рубрика, посвященная коронавирусу. В «New York Times» публиковались в крайне отрицательном стиле статьи об «уханьском локдауне», нарушившем уклад жизни горожан и их свободы. Особенно ярко это можно проследить на фоне еще одной статьи данной газеты, опубликованной несколько часами позже о введении локдауна в Италии (Милан, Венеция) по типу уханьского, и при этом отмечающей не негативные последствия для его жителей, а необходимость данной меры, которая спасет и предотвратит много жертв [14]. Кроме того, на фоне данного недовольства росли синюфобские настроения в мире [15].

По версии искусственного происхождения вируса активно обсуждается причастность Уханьского института вирусологии, проводившего исследования коронавирусов. 30 декабря 2019 года власти Уханя направили в институт требование провести проверку. Позже вирусолог Ши Чжэнли заявила, что коронавирус не имеет отношения к ее лаборатории [16]. Однако дискуссии вокруг института продолжаются и по сей день. Так, отмечается, что в 2015 г. был разработан гибридный вирус, сочетающий коронавирус летучей мыши с вирусом атипичной пневмонии, который был адаптирован для выращивания на мышах и для имитации человеческого заболевания (который, как предполагают, и стал причиной пандемии) [17]. Также в январе 2018 года по результатам экскурсии в институт сотрудников посольства США в Пекине была направлена информация о проблемах с безопасностью в институте [18]. Сам президент США Дональд Трамп, а также другие представители США не раз обвиняли китайскую лабораторию в произошедшем, а также в сокрытии данных [19]. При этом газета “Wall Street Journal” в мае 2021 года сообщила, со ссылкой на секретный отчет разведки США, о том, что еще в ноябре 2019 года трое сотрудников уханьской вирусологической лаборатории обратились к врачам из-за болезни, симптомы которой напоминали и COVID-19, и обычную ОРВИ [20].

Таким образом, мировая известность г. Ухань стала неоспоримой. С одной стороны, упоминание города вызывало раздражение в связи со скрыванием информации со стороны китайских властей, а также тревогу и опасения, в том числе рост синофобских настроений в обществе, поскольку город стал эпицентром событий. Однако, с другой стороны, росла заинтересованность городом, изменившим уклад и здоровье многих людей по всему миру. Зарубежные СМИ стали публиковать статьи о г. Ухань (чем знаменит, какова его история и статус и т.д.) и знакомить с ним свою целевую аудиторию [21].

Кроме того, стоит отметить активную борьбу с эпидемией в городе, которая показала, насколько быстро власти Китая смогли реорганизовать и направить все свои ресурсы. В частности, за десять дней с 24 января по 2 февраля 7500 рабочими в г. Ухань была построена больница «Хошэньшань» на 1000 койко-мест [22, с. 37]. Кроме того, там же за 12 дней была построена больница «Лэйшэньшань» на 1600 койко-мест, а стадионы и экспозиции были превращены в 16 модульных больниц на 14 000 койко-мест. В начале эпидемии в провинцию Хубэй и город Ухань было направлено более 40 000 медработников со всего Китая, в добавление к 540 000 местных. В китайских соцсетях велась активная поддержка морального состояния жителей города. В уханьских боль-

ницах и больницах других районов КНР использовалась платформа дистанционного медицинского консилиума с применением 5G-технологий. В марте 2020 г., когда ВОЗ объявила о всеобщем характере распространения вируса, Китай же заявил о выходе из острого эпидемиологического кризиса в стране и занялся помощью другим странам посредством гуманитарной дипломатии. На данном фоне выпускались ролики на социальных платформах страны, попадавшие в твиттер, на которых фигурировали китайские медработники и все причастные к борьбе с вирусом в г. Ухань, снимающие поочередно маски с лица в знак окончания борьбы. В целом стоит отметить, что Китай, на примере города и страны, в общем, показал остальным странам модель быстрой, масштабной и эффективной политики борьбы с эпидемией. Однако, несмотря на одобрительные отзывы, многие в мире все еще ставят под сомнение правдивость официальной статистики страны [23].

Имидж города оказывает влияние на разнообразные стороны его развития, и в первую очередь на экономику, культуру, процессы миграции, поведение жителей [2]. Тот образ, который сформировался через коронавирус, дал городу мировую известность, благодаря которой интерес к Уханю все еще высок.

Сейчас Ухань — популярный туристический центр (в частности, для внутренней аудитории). В начале октября 2021 г., во время Праздника образования КНР (1 октября), Ухань посетили более 20 миллионов туристов, город занял лидирующее место в стране по посещаемости. Также в 2022 г. в городе состоится 14-е заседание Конференции договаривающихся сторон Рамсарской конвенции о водно-болотных угодьях (СОР14). Это будет первое подобное совещание, которое пройдет в Китае. В городе также проводится работа по созданию промышленных парков «Китай — Франция», «Китай — Германия», «Китай — Япония» и др. [5].

В последние годы в г. Ухань успешно прошел ряд крупных международных конференций и выставок, таких как ежегодный Китайский фестиваль брендов, Конференция абонентов китайской навигационной системы Бэйдоу, Китайская конференция по биоиндустрии, Международный инвестиционный форум качественного развития и Конференция по развитию предпринимательства китайских эмигрантов. В августе 2020 г. города Ухань и бельгийский город Льеж установили побратимские отношения, таким образом, общее число городов-побратимов Уханя достигло 115, по этому показателю город лидирует среди субпровинциальных центров Китая [5].

В настоящее время в Ухане постоянно проживают около 10 тысяч иностранцев, по предварительным оценкам, к 2025 году их численность достигнет 20 тысяч. Для создания комфортных условий высококлассным зарубежным специалистам Ухань объявил о создании в 2021 г. 25 международных микрорайонов, чтобы приобщить иностранных друзей к жизни в Ухане [5].

Таким образом, можно сделать вывод, что Ухань не имел популярность международного масштаба до начала пандемии, но обладал определенным образом многонаселенного города с рядом достопримечательностей. Однако обнаружение коронавируса оказало большое влияние на мировую известность города, как с негативной точки зрения, так и с позитивной, сформировав международный имидж Уханя как города, изменившего жизнь многих людей. Кроме того, «уханьский вирус» и борьба с ним повлияли также на имидж Китая: с одной стороны, вызвав у международного сообщества волну недоверия и опасения, а с другой стороны, показав масштабность и эффективность действий центральных и местных властей.

Литература

1. Постоянное население китайского города Ухань перевалило за 11 млн человек // ИА REGNUM. 27.03.2019. URL: <https://regnum.ru/news/society/2599377.html>
2. Морозова Т.А. Имидж города как основа его продвижения // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. 2010. №1.
3. Kaushik A. Wuhan, the Chinese City Infamous as Coronavirus Epicenter, Has a Rich History // WION. February 2020. URL: <https://www.wionews.com/opinions-blogs/wuhan-the-chinese-city-infamous-as-coronavirus-epicenter-has-a-rich-history-282894>
4. Before COVID, Wuhan was Best Known as the Birthplace of China's Punk Music Scene // ABC NEWS. July 2021. URL: https://www.abc.net.au/news/2021-07-07/wuhan-the-birthplace-of-china-s-punk-music-scene/100270902?utm_campaign=abc_news_web&utm_content=link&utm_medium=content_shared&utm_source=abc_news_web
5. Знаменитый китайский город открывает новую эпоху развития // Российская газета. 30.11.2021. URL: <https://rg.ru/2021/11/30/znamenityj-kitajskij-gorod-otkryvaet-novuiu-epohu-razvitiia.html>
6. 武汉市档案馆 [Зал архивов города Ухань] // 武汉档案. URL: <https://www.whda.org.cn/dawh/pic-23-4.html>

7. 武汉形象的突破点是什么? [Какие прорывные точки есть у имиджа Уханя?] // 知乎.2019. URL: <https://www.zhihu.com/question/318449548>
8. COVID-19 — China // World Health Organisation. January 2020. URL: <https://www.who.int/emergencies/disease-outbreak-news/item/2020-DON229>
9. Taylor D.B. A Timeline of the Coronavirus Pandemic // New York Times. March 2021. URL: <https://www.nytimes.com/article/coronavirus-timeline.html>
10. 散布武汉肺炎谣言8人被依法处理 [8 человек, которые распространяли слухи об уханьской пневмонии, наказаны по закону] // 人民网版. 01.2020. URL: <https://web.archive.org/web/20200102112602/http://health.people.com.cn/n1/2020/0102/c14739-31531892.html>
11. Staff R. Wuhan Lockdown ‘Unprecedented’, Shows Commitment to Contain Virus: WHO Representative in China // Reuters. January 2020. URL: <https://www.reuters.com/article/us-china-health-who-idUSKBN1ZMIG9>
12. Davidson H. Chinese Social Media Censoring ‘Officially Sanctioned Facts’ on Coronavirus // The Guardian. March 2020. URL: <https://www.theguardian.com/world/2020/mar/05/chinese-social-media-censoring-officially-sanctioned-facts-on-coronavirus>
13. Delfs A. Lacqua F. China Praised by Germany for Transparency in Combating Virus // Bloomberg. February 2020. URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2020-01-24/china-doing-good-job-in-combating-virus-german-minister-says>
14. How Western Media Shapes Our Perception of China // Youtube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=HzhAg53-MSg>
15. Портякова Н. Год синофобии в век Китая: как пандемия повлияла на отношение к КНР // Известия. 4.01.2021. URL: <https://iz.ru/1100553/nataliia-portiakova/god-sinofobii-v-vek-kitaia-kak-pandemiia-povliiala-na-otnoshenie-k-kr>
16. Yang Rui, Feng Yuding, Zhao Jinzhao, Walsh M. Wuhan Virology Lab Deputy Director Again Slams Coronavirus Conspiracies February 2020. URL: <https://www.caixinglobal.com/2020-02-07/wuhan-virology-lab-deputy-director-again-slams-coronavirus-conspiracies-101512828.html>
17. Declan B. Engineered Bat Virus Stirs Debate Over Risky Research: Lab-Made Coronavirus Related to SARS Can Infect Human Cells // Nature. November 2015. URL: https://www.nature.com/news/engineered-bat-virus-stirs-debate-over-risky-research-1.18787?WT.mc_id=TWTF_NatureNews
18. Дипломаты из США предупреждали о проблемах с безопасностью в лаборатории в Ухане // Interfax. 14.04.2020. URL: <https://www.interfax.ru/world/704148>

19. Анисимова Н. Помпео заявил о доказательствах сокрытия Китая ситуации с коронавирусом // РБК. 3.05.2020. URL: <https://www.rbc.ru/politics/03/05/2020/5eaee6f69a7947b8a304a108>
20. Котляр М. WSJ сообщила о болезни ученых из Уханя до первых сообщений о коронавирусе // РБК. 24.05.2021. URL: <https://www.rbc.ru/society/24/05/2021/60aae3f59a79474aaa9f0897>
21. Tejada C. Wuhan Beyond the Coronavirus: Steel, Cars and Spicy Noodles // New York Times. January 2020 URL: <https://www.nytimes.com/2020/01/23/world/asia/wuhan-coronavirus.html>
22. Цзинь Хуэйхуэй. Как строился «Хошэнъянь» // Китай. 2020. № 3. С. 36–39.
23. Miller A., Yitsing Wang, Wong T. Wuhan Lockdown: A Year of China's Fight against the Covid Pandemic // BBC News. January 2021. URL: <https://www.bbc.com/russian/features-52204515>

Е.Е. Щербанова

***Политика памяти в постсоциалистической Монголии
как инструмент формирования имиджа государства***

Рейтингование стран, брендинг территории по различным показателям и борьба за рейтинги – востребованные инструменты развития межкультурной коммуникации на разных её направлениях. В основу этих задач заложено решение внутренних и внешних вопросов политики любого государства. Одной из внешнеполитических задач государства является политика, направленная на признание самостоятельных интересов со стороны возможных партнёров. Монголия оказалась одним из таких государств, оказавшихся перед острой необходимостью решать эту проблему. После статуса «16-й советской республики» и «младшего брата Советского Союза» стране непросто сформировать новый имидж. Монголия обладает огромными природными богатствами, имеет выгодное стратегическое положение между Китаем и Россией, но вынуждена заново выстраивать свой имидж. Таким образом, актуальность исследования имиджа современной Монголии связана с ростом активности в этом направлении. Стремление к продвижению привлекательного образа страны на международной арене призвано создать благоприятную атмосферу для международного взаимодействия. Данная концепция способствует развитию торговли, туризма, увеличению инвестиций и т.д. В основу монгольской стратегии по продвижению государства на международной арене лег комплексный подход: туризм, этнография, уникальный образ жизни, история и экономика.

Формирование имиджа Монголии можно рассматривать с разных аспектов. Например, через лексический «портрет» Монголии, главных бренд-персон, государственные внутривластные и внешнеполитические программы развития Монголии и политику памяти. Политика, проводимая в Монголии после революции 1989–1990 гг., была нацелена на объединение общества в единую нацию и создание положительного образа на международной арене. Процесс нацистроительства в Монголии после революции 1989–1990 гг. начался с возвращения памяти о тех исторических событиях, которые были под запретом в социалистический период. Общими нарративами можно назвать: конфликты идентичности, «войны памяти», этноцентризм, антиколониализм, возвращение к демократии и пр.

На первом этапе разворачивается борьба с социалистическим наследием. В 1990 г. снесли памятник И. Сталину, после начали сносить памятники В. Ленину, разрушили музей комсомола. В СМИ стали распространяться статьи и книги о репрессиях 1937 г. при участии СССР и МНРП. В 1989 г. выходит книга монгольского публициста Баабра «Не забудь! Иначе гибель». В этой книге автор утверждает, что монголы в ходе социализма утратили основы своей национальной идентичности: вертикальное (веревочное) письмо, буддизм, кочевой образ жизни и др. [1, с. 37].

На смену позиции «младшего брата» Монголия возвращается к истокам и объявляет себя одним из древнейших государств азиатского региона. Основа нацистроительства возникает вокруг Монгольской империи Чингисхана и начинает свою историю с 1206 г. Во времена социализма, по утверждению К. Каплонски, упоминание Чингисхана было табуировано [2, р. 120]. В новых реалиях произошло «возвращение Чингисхана», личность которого должна была разрушить межплеменные барьеры и объединить монгольский народ.

Одним из главных нарративов, который санкционировало само общество, а потом подхватили политики, стала личность Чингисхана. Еще в 1989 г. на демонстрациях молодые люди шли с портретами монгольского правителя [2, р. 123]. Эту тенденцию быстро переняли власти.

Символы, которые использовала новая власть, брали своё начало в XIII в. Именно в это время Монголия была независима и представляла собой великую империю. После распада империи Чингисхана Монголию завоевали китайцы и установили там своё правление на несколько веков, после освобождения от империи Цин Монголия оказалась под властью социалистических идей. Поэтому политические элиты выбрали оптимальный период истории, когда государство было сильным и

независимым и, что самое главное, оба её «противника» Русь и Китай находились в зависимости от Монголии.

Первый проект новой конституции был представлен под названием Великое уложение Монголии, что символически относило закон к эпохе Чингисхана, к его Великой Ясе. Но не все согласны были на такое название, и после долгих дебатов конституция получила другое название – «Үндсэн хууль» буквально «Основной закон». Следующим шагом для разрыва с социалистическим прошлым стало переименование страны из Монгольской Народной Республики в Монголию «Монгол улс», но около 60% населения высказалось за сохранение прежнего названия [3, р. 506]. Также было принято решение убрать с флага социалистическую символику – золотую звезду. На смену всаднику-скотоводу, мчащемуся на коне, на государственном гербе появилось изображение Лунгта – священного коня Ветра. Из гимна были убраны слова «за строительство коммунизма в единении с Советским Союзом».

Чингисхан, его личность, жизнь и деятельность стали главным нарративом для решения текущих политических задач. К. Каплонски, исследуя проблему образов Чингисхана в постсоциалистической Монголии, приходит к выводу о том, что для монгольских демократов он являлся «демократическим правителем и законодателем». По мнению монгольского политика Н. Ням-Осора: «Чингисхану были не чужды демократические ценности» [4, с. 250]. Другой известный политик Б. Батбаяр называл Монгольскую империю «первым в истории человечества правовым государством» [1, с. 39].

История и культурные символы для новой монгольской элиты стали выступать важным источником легитимации своей власти. По словам Л. Болад, «блестяще доказано, что азиатское общество имеет культурные корни для успешного построения демократии» [5, р. 5]. История помогает отметить естественность процессов, которые произошли в Монголии. Монгольская элита всегда подчеркивала, что демократия была рождена и возвращена в Монголию и опирается на национальные ценности. Например, спикер парламента З. Энхболд говорил, что «монголы не импортировали свою демократию – она родилась на этой земле и возродилась в результате революционной деятельности нашей молодежи» [6, с. 37].

В 1924 г. умирает Богдэ-гэгэн VIII, после этого Монголия из теократической монархии превращается в социалистическую республику, ориентированную на идеи о тотальном атеизме. К концу 1930-х гг. в стране практически не осталось ни одного дацана, а большая часть лам подверглась репрессиям. Поэтому в 1990-х гг. важным шагом стало возвращение религии и её институтов в публичное пространство. В

Монголии данный процесс называется «религиозным возрождением». В 1990 г. был создан «Союз Верующих», его целью было содействие в восстановлении и открытии монастырей в сельской местности. Уже в 1992 г. было открыто около 100 дацанов. В новой Конституции 1992 г. провозглашалась свобода вероисповедания, а также запрещалась дискриминация по религиозному признаку [7, с. 15].

Члены МНРП, которые после выборов остались у власти, стремились продемонстрировать свою непричастность к массовым репрессиям против религии и населения, перекладывали всю ответственность на СССР и деятельность Коминтерна. Избранный в 1991 г. председателем партии Б. Даш-Ёндон в качестве партийной идеологии выдвинул «срединное учение», которое опиралось на буддийскую философию Нагарджуны, основателя буддийской школы Мадхьямаки. На фоне критики социалистического прошлого в общественном сознании закрепилось представление о неразрывной связи между государственным суверенитетом монголов и сохранении национальных традиций. Многие монгольские политики стали регулярно посещать религиозные мероприятия. Первый президент Монголии П. Очирбат участвовал в церемонии открытия статуи бодхисаттвы Жанрайсэг в главном улан-батырском монастыре Гандантэгченлин в 1996 г. В 2005 г. под руководством министерства окружающей среды прошла церемония открытия статуи Будды у подножия горы Богрохан. Ламы регулярно приглашаются на государственные церемонии для богослужения. Президент Монголии Н. Багабанди в 1998 г. на конференции, посвященной отношениям государства и церкви, отметил особый статус «национальной традиционной религии» [9, с. 7]. Таким образом, буддизм занимает место культурного фона во взаимодействии политических акторов Монголии. Буддизм используется для интерпретации текущих политических процессов, получив новые ранее неизвестные атрибуты и качества. Например, монгольские эксперты, объясняя природу монгольской демократизации, стали видеть в этом большую роль буддийской религии. Мирный характер революции объясняли терпимостью и толерантностью, которые были обусловлены традициями буддизма [9, с. 21].

В 1989–1990 гг. революционные силы опирались на антисоветские лозунги. Во-первых, Советский Союз считали основным виновником кризисной ситуации в стране, после того как резко сократилась финансовая помощь и покупка монгольской продукции со стороны СССР. Остро стоял вопрос о внешнем долге Монголии перед СССР. Во-вторых, Советский Союз называли главным виновником всех негативных явлений в XX в. Монгольский писатель и политический деятель Б. Батбаяр в своей книге «Не забывай! Забудешь, погибнешь!» прямо

обвинял в массовых репрессиях 1920–1930-х гг. советскую сторону [10, с. 72]. Одним из главных требований оппозиции стала замена кириллицы, которую ввели в 1941 г., на старомонгольское (веревочное письмо). Интересен тот факт, что большая часть населения страны, включая политическую элиту, данным письмом не владела.

Но главным был тезис о том, что СССР навязал монголам социализм. З. Энхболд приводит следующее подтверждение: «После 1924 г. наш северный сосед начал импортировать и экспортировать идеологию социализма и коммунизма, и монголы ни о чем не сожалели, когда в 1990-х гг. решили отказаться от этого социального режима – импортный продукт не прижился на нашей земле» [6, с. 40]. Политический дискурс в то время находился вокруг идеи о том, что СССР заставил монголов свернуть с естественного пути исторического развития, что в итоге привело страну в тупик. Поэтому логически выходила мысль о необходимости разрыва советско-монгольских отношений.

Концепцию «Старшего и младшего брата» в Монголии стали воспринимать крайне негативно, считая, что Советский Союз сдерживал экономические и культурное развитие Монголии. После распада СССР актуализировались и получили распространение представления о том, что все советское/российское плохое и враждебное. Данный дискурс сохранялся до конца 1990-х гг. Затем начинается второй этап формирования политики памяти и нациестроительства в Монголии.

На фоне разрыва отношений с северным соседом получает развитие активное сотрудничество с ведущими западными государствами, например, США, Германией, Францией, а также с азиатскими союзниками Японией и Южной Кореей. Но тезис «возвращение в Европу» для Монголии был неосуществим. Территориально она находится далеко от Европы и не могла претендовать на интеграцию в военно-политические и экономические союзы. Восточноевропейская идея «возвращения домой» также не работала в силу значительной культурно-цивилизационной дистанции между монгольским и западным мирами.

Второй этап политики памяти характеризуется потеплением отношений между Монголией и Россией. Но за период 1990–2000-х гг. в стране были ликвидированы почти все памятники советским вождям. Последний памятник В.И. Ленину был демонтирован в 2012 г. На смену мавзолея Д. Сухэ-Батору и Ленину пришел образ Чингисхана и его ближайших потомков. В стране появились аэропорт «Чингисхан», площади имени Чингисхана, мемориалы Чингисхана. В честь Чингисхана выпустили национальную валюту с его изображением. Его образ стал символом для противостояния с социалистическим прошлым. На

волне национально-демократической революции 1989–1990 гг. произошло «возвращение Чингисхана», определившее становление новой посткоммунистической монгольской идентичности. Чингисхан стал символом, объединяющим в единую нацию многочисленные монгольские племена, сменив в этой роли Д. Сухэ-Батора и героев-революционеров эпохи социализма.

В системе политической символики все чаще встречаются буддийские символы, в частности Соёмбо, с 1924 г. изображавшийся на флаге страны. Данный символ, несмотря на религиозное значение, считается национальным и тесно связывается с именем Занабазара – первого теократического лидера Монголии и потомка Чингисхана. Большое значение приобрел символ Гаруда – покровителя священной горы Богд-хаан, в данный момент он располагается на гербе Улан-Батора. Символ Гаруды в современной Монголии заменил изображение пятиконечной звезды на воротах государственных учреждений.

В исторической науке была сформулирована новая модель описания истории Монголии. Она была представлена в книге Б. Баабара «От мирового господства до советского сателлита». Данная книга описывает процессы внутри стран социалистического лагеря, которые привели к череде революций и отказу от социалистической модели [11, с. 124]. Однако тотального отрицания заслуг социалистического периода в Монголии нет. Стоит отметить вопросы, на которые монгольское правительство отвечает однозначно. В 1945 г. в ходе ялтинско-потсдамских соглашений МНР получила независимость. Данный исторический аспект в Монголии никто не забывает и не отказывается от него.

Следующим историческим нарративом, который сохранился и до сих пор является частью истории Монголии, является битва при Халхин-Голе. Для монгольского населения он является подтверждением жизнеспособности нации и государства в условиях противостояния Японской империи [12, с. 132]. В настоящее время этот нарратив является элементом национальной идентичности. Интересно, что несмотря на предложения Японии, оказывающей масштабную материальную помощь Монголии, переименовать «войну на Халхин-Голе» в «Номонханский инцидент», в подобном переименовании отказано. Разгром японской армии на пути к независимости Монголии рассматривается как важный шаг в период нацистроительства. Памятные даты этого события отмечаются на государственном уровне и завершаются военным парадом. На празднование приглашаются представители Российской Федерации. С 2019 г. в Монголии проводится акция «Бесмертный полк», а в параде участвуют российские военные [13, с. 1]. По центральному телевидению идет показ советско-монгольского

фильма о войне 1939 г. «Слушайте на той стороне». Историческая литература по данной теме тоже переиздается ежегодно, но в меньших объемах. В 2019 г. в районе боев на Халхин-Голе совместно с РФ был создан масштабный мемориальный комплекс, который включает в себя памятник монгольским войнам и образцы бронетехники [14, с. 2].

Следующий нарратив – это вклад Монголии в победу во Второй мировой войне. Писатель Б. Баабар отмечает: «С первых дней войны МНР мобилизовала все внутренние ресурсы в соответствии с условиями военного времени. Страна, вся внешняя торговля которой проходила с СССР, с началом войны практически прекратила импорт. В этом смысле Монголия фактически превратилась в тыловой фронт, наравне с Сибирью, Дальним Востоком и районами Средней Азии. По всей стране широко развернули сбор средств, отправку на фронт подарков, скота, мяса, шерсти, сырья, одежды, денег, золота и серебра, т.е. всего, что можно было собрать и отдать в военный фонд» [11, с. 127]. Данный нарратив получил очень широкое распространение, сейчас он играет важную роль в переосмыслении отношений, сформированных в социалистический период. На смену концепции «старшего и младшего брата» приходит тезис о Монголии как о полноправном акторе мировой политики на протяжении всего XX в. Это помогает политическим элитам обосновать свой вклад в формирование Ялтинско-Потсдамской системы, которая обеспечила национальный суверенитет Монголии.

Также активно переосмысливается покорение космоса. Особенно востребованным оказался сюжет о полете 1981 г. монгольского космонавта Ж. Гуррагчи и советского космонавта В.А. Джанибекова. В ходе постсоциалистических трансформаций этот символический акт не подвергся переоценке, доказательством чему служит то, что микро-район Сансар (Космос) в столице Монголии не был переименован. В новых условиях этот полет интерпретируется как подтверждение формулы современного этапа нацистроительства «Монгол хун – баатар!» (монгол – это богатырь).

Данные нарративы, несмотря на то что они имеют советское происхождение, активно используются в современной Монголии. Политические элиты объединили сюжеты из средневековой и новейшей истории и активно используют их для консолидации общества.

Несмотря на отрицание позитивных изменений в социалистический период, в Улан-Баторе сохранены мемориальные объекты, свидетельствующие о высокой оценке роли СССР в становлении независимости Монголии: мемориал Зайсан, музей и памятник Г.К. Жукову. Сохранение памятников Г.К. Жукову является следствием глубокого уважения к талантам полководца и событиям 1939 г. на Халхин-Голе.

Бои на Халхин-Голе являлись стратегически важными не только для СССР, но и МНР. Поэтому память о человеке, которой помог монгольскому народу одержать одну из важных побед над своим противником, является незыблемой. Данный пример свидетельствует о противоречии в создании национальной идентичности в Монголии и выборочном сохранении истории социалистического периода. Происходит сохранение только тех нарративов, которые показывают исключительное превосходство монгольского народа, на примере боев на Халхин-Голе.

Интерес к символическому наследию МНР стал проявляться к середине 2000-х гг. В 2006 г. при поддержке г. Москва проводилась реконструкция дома-музея Г.К. Жукова в Улан-Баторе [15, с. 1]. Фасад здания украсила икона Георгия Победоносца, что показывает синхронизацию религиозного пересмотра советских символов. Второй период политики памяти в Монголии отражает переосмысление советского наследия. Например, в 2005 г. делегация представителей Русской православной церкви установила на Халхин-Голе поклонный крест и отслужила там панихиду. А.В. Михалев рассуждает, что «подобный символический акт является попыткой включить Монголию в пространство Русского мира, сформировав систему символов, отсылающих как к советскому периоду, так и ко времени Российской империи» [12, с. 128].

Особое внимание в политике памяти заслуживают СМИ, которые отвечают за систему коммуникаций и которые связаны с символической политикой. До сих пор в Монголии действует ряд газет, например, «Новости Монголии» [16, с. 1] (издается с 1942 г.) и «Монголия сегодня». Среди новых газет наиболее массовой является «Вестник центра Москва – Улаанбаатар», выходящий с 2000-х гг. Данные газеты обеспечивают воспроизводство образов и смыслов, которые связаны с символической политикой. Для них характерны следующие заголовки: «Исторический обзор формирования русской диаспоры в Монголии», «Образование в Монголии», «Спасибо Москве за поддержку» и т.п.

В ноябре 2019 г. была закончена реконструкция памятника советскому солдату в городе Чойр [17, с. 1]. Возле города дислоцировалась 41-я Особая мотострелковая дивизия Советской армии. После реконструкции за памятником закрепилось название «Слава русскому солдату». 7 ноября 2019 г. в торжественной обстановке на памятнике была установлена дополнительная мемориальная доска с надписью на монгольском языке: «Этот комплекс основан в память 41-й Особой мотострелковой дивизии ВС СССР (Чойрский гарнизон), защитившей, выполняя свой интернациональный долг, независимость и безопасность МНР в 1969–1989 гг., с уважением и дружбой к личному составу дивизии, членам их семей и потомкам. Не забудем заслуги воинво-

побратимов, защитивших наше священное государство» [18, с. 1]. В итоге все это формирует особую форму интерпретации советского наследия в Монголии во второй период нацистского строительства.

Таким образом, в ходе работы были рассмотрены политика памяти и процесс формирования национально-культурной идентичности Монголии через её позиционирование на мировой сцене как древнейшего, самобытного и модернизирующегося государства. «Отсталость» от мировых держав позиционируется как верность традициям. Таким образом, с основу построения политики памяти и имиджа Монголии заложен цивилизационный подход. На первый план выдвигаются элементы национального бренда, особенности монгольской культуры и традиций. Описанные подходы находят отражение в государственных программах, а также в конкретных действиях по продвижению культурного наследия в соответствующие международные рейтинги, что позволяет успешно сочетать приёмы культурной дипломатии и маркетинга для формирования перспективного имиджа государства.

Литература

1. Баабар Б. История Монголии: от мирового господства до советского сателлита. Казань, 2010.
2. Kaplonski C. Truth, History and Politics in Mongolia. The Memory of Heroes. London – New York, 2004.
3. Sanders A. Mongolia's New Constitution: Blueprint for Democracy' Asian. Survey, 1992.
4. Ням-Осор Н. Миний мэдэх Чингисийн Монгол (Мои знания о Монголии Чингиса). Улаанбаатар, 1997.
5. Welcome Note from H.E. Bold. L., Minister of Foreign Affairs of Mongolia // Mongolian Journal of International Affairs. 2013. №18. P. 3-4. URL: <https://www.mongoliajol.info/index.php/MJIA/article/view/63>
6. Энхболд З. Демократическая революция не завершилась – она продолжается. URL: <http://www.mongolnow.com/>
7. Конституция Монголии, принята 13 января 1992 г. URL: <https://worldconstitutions.ru/?p=33>
8. Приветственное слово Президента Н. Багабанди на конференции, посвященной отношениям государства и церкви // Төр, сүм хийдийн харилцаа: орчин уе. Улаанбаатар, 1998.
9. Будаева С.В. Строительство демократии в Монголии // Олон улс судлал. 2013. № 2. С. 20–32.
10. Баабар Б. Бүү март! Мартвал сөнөнө. Улаанбаатар, 1990.
11. Vaabar B. From World Power to Soviet Satellite. History of Mongolia. Cambridge, 1999.

12. Михалев А.В. Символы советского присутствия в постсоциалистической Монголии // Политическая наука. 2020. № 2. С. 120–145.
13. Бессмертный полк в Монголии. Монголия сейчас. URL: <http://www.mongolnow.com/bessmertnyj-polk-v-mongolii/>
14. В Монголии открыли мемориальный комплекс. URL: <https://topwar.ru/164615-v-mongolii-otkryli-memorialnyj-kompleks-slava-russkomu-soldatu.html>
15. Реконструкция музея Г.К. Жукова. URL: <https://legendtour.ru/rus/mongolia/regions/ub-zhukov-museum.shtml>
16. Новости Монголии – сайт. URL: <http://www.mongolnow.com/>
17. Монголы реконструировали мемориал советскому солдату. URL: <https://asiarussia.ru/news/18223/>
18. Первый случай со времен развала ОБД. Реконструкция памятника в Чойр. URL: <https://dambiev.livejournal.com/1755733.html?ysclid=l4ceximqio198668601>

3. ОТЕЧЕСТВЕННЫЙ ОПЫТ (В ТОМ ЧИСЛЕ В АЛТАЙСКОМ КРАЕ И РЕСПУБЛИКЕ АЛТАЙ)

О.А. Богатова

**Коммеморация жертв массовых репрессий в Мордовии:
культурная травма и «вестерн»
(опыт насыщенного описания)**

Предметом доклада являются социальные практики и нарративы коммеморации жертв массовых политических репрессий в Республике Мордовия на примере народного мемориала в п. Круглый («Дикий посёлок»).

Теоретической базой исследования послужили социальные теории коллективной памяти [1; 2; 3], рассматриваемой исследователями в качестве феномена, скорее дополняющего институционализированное историческое знание, чем альтернативный ему, коллективных травм [4; 5; 6; 7], включая травму массовых репрессий советского периода [8].

В современных социологических теориях социальная (культурная) травма характеризуются как конструкт, формируемый заинтересованными мнемоническими акторами в результате культурного «процесса травмы» как деятельности, включающей обсуждение травмирующих событий, связанных с социальными трансформациями (П. Штомпка) в «сообществах памяти», осознающих травму как угрозу коллективной идентичности (Дж. Александер), формирование коллективных нарративов о травме и направленной на их признание в обществе и основанные на нём действия по её компенсации [9]. Культурная травма включает определение природы травмы, её причин и способов устранения от имени травмированного сообщества, распределение ролей жертв, виновных и спикеров травмы.

Выбор объекта исследования объяснялся его медийной популяризацией в печатных и электронных СМИ начиная с первой половины 2000-х гг. и по настоящее время [10]. Основное содержание медийного нарратива сводится к тому, что посёлок основан в период коллективизации раскулаченными крестьянами, в память о которых жители посёлка подняли со дна реки Вад ствол морёного дуба и решили установить памятник жертвам массовых политических репрессий, перевернув его вверх корнями: *«Руководил установкой памятника племянник местного дезертира по кличке Глаз, который давно живёт в Москве и считается авторитетом в бандитских кругах. ...Общими силами восьмиметровое дерево вытащили из воды. Потом мужики вырыли глубокую яму, куда и вкопали ствол, а корневище направили вверх, к*

небу» [11]. Этот памятник символизирует трагедию российского крестьянства, вырванного из традиционного образа жизни.

В 2003 г. представительница второго поколения жителей села Валентина Фокина, ко времени экспедиции уже скончавшаяся, рассказывала корреспонденту «Известий», что памятник стал центром стихийной коммеморации жертв массовых репрессий: *«Все наши дети да внуки приезжают. Человек сто в июле собирается на землю родную. Это традиция такая. Кто из Питера, кто из Москвы, кто из Бугульмы, из Владимира много тоже. У дуба морёного всю ночь костры горят. Сидим да поминаем наших родителей»*. Представители местной власти в Zubovo-Полянском районе, по словам журналиста, негативно оценивали такие практики и пытались уничтожить памятник в «андроповские» времена, а в постсоветский период отзывались о жителях посёлка с предубеждением: *«И предки у них звери, и потомки – бандиты»* [12].

Участники экспедиции обратились к местному жителю с просьбой рассказать об истории посёлка и памятнике. Он согласился, представившись зятем одного из основателей посёлка, основанного, по его словам, на месте дореволюционного лесного кордона по инициативе Ивана Зверева, работавшего на Московско-Самарской железной дороге, одна из станций которой находится в Zubовой Поляне. Формально жителям посёлка пришлось вступить в колхоз, однако основными источниками средств существования для них служили пчеловодство и оказание неформальных услуг по организации отдыха в лесу советским и партийным руководителям и деятелям культуры.

Отношения с советской властью жителей посёлка и соседних поселений носили мирный характер, хотя во время войны в лесах в его окрестностях скрывались банды дезертиров, членов которых удалось арестовать в 1947 г. Позднее уроженка Zubovo-Полянского района рассказала участникам экспедиции, что в поимке членов банды Фуры принимал участие её дед, происходивший из семьи раскулаченных и работавший лесником. В последующие десятилетия жители посёлка полностью интегрировались в советское общество, большая часть из них переехала в другие регионы или другие населённые пункты района.

Упомянутый в публикациях федеральных СМИ памятник из ствола морёного дуба располагается между домами и берегом р. Вад, где стоит стол со скамейками, и представляет собой перевёрнутый вверх корнями и вкопанный в землю дубовый пень высотой примерно один метр с прикрепленной к нему табличкой из нержавеющей стали с надписью *«Репрессированным родителям – благодарные потомки»*. На корневой части пня установлен макет станкового пулемёта со щитком.

По поводу памятника местный житель сообщил, что ствол морёного (некогда упавшего в реку и законсервировавшегося в песчаном дне) дуба местные жители решили вытащить со дна р. Вад в 1988 г. и продать в качестве ценной древесины. Перед продажей они отпилили прикорневую часть дерева и оставили его на поляне в перевернутом виде в качестве декоративного элемента. Идея прикрепить к пню табличку в память о репрессированных и таким образом превратить его в памятник возникла через несколько лет у местного уроженца, проживавшего в п. Дубитель.

Впоследствии памятник получил известность, в том числе международную, по его словам, благодаря местному журналисту Е.Е. Резепову, охарактеризовав превращение дуба в мемориальный объект в качестве личной инициативы В.И. Фокина.

В свою очередь, Е.Е. Резепов, который положил начало медиатизации темы «Дикого посёлка», опубликовав несколько очерков о посёлке в конце 90-х гг. XX в. в саранской газете «Столица С», вообще не рассматривал этот случай в качестве истории о выживании жертв массовых политических репрессий или о трагедии крестьянства в условиях коллективизации, считая его одной из лесных «робинзонад», о которой он узнал, когда занимался сюжетом о семье «отшельника», проживавшей по соседству в заброшенном посёлке лесозаготовителей.

Как полагал журналист, люди, переселявшиеся из села «в лес», искали, с одной стороны, более высокого заработка по сравнению с колхозом, с другой – «самостоятельной, вольной жизни» на природе, однако он отказывался считать их выбор вынужденным или видеть в нем какой-либо социальный протест. По его словам, основным источником средств к существованию для жителей посёлка являлись легальные лесные промыслы, продукты которых они сдавали в колхоз или государственным заготовителям. Господство в посёлке патриархальных нравов способствовало закреплению «специфического отношения к женщинам», на которых мужчины перекладывали основные тяготы крестьянского хозяйства, специализируясь на лесных промыслах и сплаве леса, организации охотничьего досуга и отдыха «ответственных работников» (благодаря удачному расположению района в 400 километрах от Москвы).

Эксперт говорил о «движении дезертиров», которые *«убивали представителей власти из мести»*, в то же время отмечая, что «дикинские» сами страдали от их грабежей, а часть из них поддерживала дезертиров и бандитов вынужденно или из-за родственных связей. При этом большинство мужчин призывного возраста из посёлка в годы войны находилось на фронте, включая основателя И.Г. Фокина, кото-

рый попал в плен, а после освобождения и фильтрационного лагеря вернулся домой. В целом эксперт охарактеризовал патриарха «Дикого посёлка» как законопослушного человека и успешного предпринимателя, находившегося «в дружеских отношениях» с представителями власти.

Свой рассказ о сборе информации о «Диком посёлке» в ходе интервью с его жителями в 1996–1998 гг., публикациях на её основе, их дальнейшем обсуждении и интерпретации в средствах массовой информации эксперт завершил выводом о невозможности представить детальное объективное описание этого случая, очень напоминающим современную методологическую рефлексию проблем интерпретации данных качественных полевых исследований. В числе проблем, препятствовавших объективному (в журналистском понимании) освещению истории посёлка, он назвал множественность интерпретаций, исходивших от самих «дикинских», включая членов одной семьи, их склонность изменять отношение к описываемым событиям со временем или в качестве реакции на резонансные публикации, а также закрытость местного сообщества и осознанное манипулирование информацией со стороны его членов.

Таким образом, наиболее достоверной представляются датировка сооружения памятника 1988–1991 гг. и характеристика его как поэтапного процесса, в котором придание мемориального смысла отделяется по времени от установки пня как материального объекта в общественном пространстве, опровергая версию журналистов центральных изданий об установке памятника и попытках властей его уничтожить в «андроповские времена».

Как следует из данных наблюдения, в процессе культурной травмы участвовали не все жители посёлка: респондент подавал коммеморацию как личную инициативу одного из его уроженцев и отметил, что ему надоело внимание к памятнику журналистов. Газетные публикации начала 2000-х гг. также показывали различное отношение к массовым репрессиям среди пятнадцати на тот момент постоянных жителей посёлка, некоторые из которых в советский период вступили в КПСС. Один из них на прямой вопрос корреспондента «Труда» ответил, что если бы он жил в период коллективизации, то вступил бы в колхоз «*и всё бы отдал*» [11].

Отдельного внимания заслуживает медиатизация, придавшая всероссийскую, а затем мировую известность памятованию жертв массовых репрессий в Круглом. Журналисты могут рассматриваться, наряду с инициаторами установки мемориальной таблички, в качестве мнемонических акторов и соавторов нарратива, связанного с этой коммемо-

рацией, по меньшей мере, по двум причинам: именно СМИ транслировали его в качестве единодушного послания уроженцев посёлка, игнорируя альтернативные интерпретации, и придали ему обобщённый смысл символа судьбы российского крестьянства; кроме того, сравнение разных по времени публикаций, посвящённых «Дикому посёлку», демонстрирует фреймирование разных версий о нём в соответствии с доминирующей на тот момент схемой метаисторической рефлексии журналистов.

Например, в начале 2000-х гг. конструирование «травмы девяностых» включало амбивалентную по содержанию мифологизацию роли организованной преступности в создании новой России. Вероятно, поэтому в статье «Известий» 2003 г. уголовнику из числа уроженцев Круглого по кличке «Глаз» приписываются способности, позволившие извлечь под его руководством со дна реки огромный дуб, вкопать его в яму семиметровой глубины (исходя из сравнения указанной в статье длины ствола и наблюдаемой высоты надземной части памятника), вызвав ненависть руководства района к объекту без всяких опознавательных знаков и спровоцировав их на переброску автокрана из райцентра по лесной тропе в безуспешной попытке демонтировать памятник. Впоследствии же, в отрывках из интервью В.И. Фокина РИА Новости 2012 г. он утверждал, что районные власти лишь угрожали *«трактор подогнуть и выдернуть»*.

Таким образом, история памятника жертвам массовых политических репрессий в «диком посёлке» представляет собой пример социального конструирования символического «места памяти» усилиями нескольких социальных агентов, основная роль в котором принадлежит представителям СМИ в качестве источника, транслятора и генерализатора смыслов культурной травмы.

Содержание медийного нарратива о «Диком посёлке», оформившегося в XXI в., центральным символом которого стал народный мемориал, составляют виктимизация местного сообщества в качестве жертвы репрессий наряду с его романтизацией в качестве агента предполагаемого сопротивления советскому режиму в пассивной (уход в лес) и активной (вооружённое сопротивление) форме. Последний аспект вызвал негативную реакцию самих местных жителей и их потомков, которые предпочитают дистанцироваться от криминальной составляющей этого повествования, описывая своих прародителей как законопослушных граждан.

В настоящее время коммеморация жертв репрессий, связанная с памятником, носит в большей степени медийный, чем локальный характер. Благодаря традиционным и новым СМИ и документальному

фильму французского режиссера Л. Товена «Мираж русской деревни» (2011) масштаб его восприятия как символического объекта медийной аудиторией несравним с количеством жителей посёлка и их потомков.

Одновременно случай п. Круглый демонстрирует потенциал медиатизации, не связанной с процессом культурной травмы. Это очерки Е.Е. Резепова, описавшего «Дикий посёлок» на основании рассказов поколения основателей как место добровольно избранной «дикой жизни», где царили «нравы, как в вестерне». «Трагедия» и «вестерн» могут рассматриваться в качестве моделей коммеморации социальной травмы – «терапевтической», сфокусированной на аспектах лишений и утраты групповой идентичности, и «макроисторической».

Литература

1. Хальбвакс М. Коллективная и историческая память // Неприкосновенный запас. 2005. № 2. URL: <http://magazines.gorky.media/nz/2005/2/kollektivnaya-i-istoricheskaya-pamyat.html>
2. Ассман А. Забвение истории – одержимость историей. М., 2019.
3. Миллер А.И., Малинова О.Ю., Ефременко Д.В. Политика памяти и историческая наука // Российская история. 2018. № 5. С. 128–140.
4. Рюзен Й. Кризис, травма и идентичность // «Цепь времен»: Проблемы исторического сознания. М., 2005. С. 38–62.
5. Травма: пункты: Сборник статей / Сост. С. Ушакин. М., 2009.
6. Адорно Т. Что означает «проработка прошлого» // Память о войне 60 лет спустя: Россия, Германия, Европа. М., 2005. С. 64–80.
7. Айерман Р. Социальная теория и травма // Социологическое обозрение. 2013. Т. 12. № 1. С. 121–138.
8. Adler N. The Future of the Soviet Past Remains Unpredictable: The Resurrection of Stalinist Symbols amidst the Exhumation of Mass Graves // Europe-Asia Studies. 2005. Vol. 57. № 8. P. 1093–1119.
9. Cultural Trauma and Collective Identity / Jeffrey C. Alexander, Ron Eyerman, Bernard Giesen, Neil J. Smelser, Piotr Sztompka. University of California Press, 2004.
10. Косова Е. Дикий бунт: деревня, в которой прятались от советской власти // РИА Новости. 08.11.2012. URL: <https://ria.ru/20121108/910074652.html>
11. Карпов В. Дикая деревня // Труд. 22 Июля 2004. URL: https://www.trud.ru/article/22-07-2004/74729_dikaja_derevnja.html
12. Деревня дезертиров // Известия. 4 ноября 2003. URL: <https://iz.ru/news/283460>

М.А. Казаков
Паломническо-туристический кластер
«Арзамас-Дивеево-Саров»
в контексте трансформаций памяти

Введение

Актуальность темы обусловлена необходимостью понимания реальных возможностей «мест памяти» (П. Нора) в процессах сплочения, консолидации общества. В них вопросы истории и современности, материального и экзистенциального тесно переплетены, образуя особую связь времен и позиций в национальной идентичности. «Идентичность укорена в памяти, идентификация – одна из основных (наряду с легитимацией) функций коллективной памяти» [1, с. 40]. В восприятии профессионального политологического сообщества политика памяти (ПП) – это самостоятельная многосоставная часть (вид активности; тип отношений и т.д.) внешне- и внутривнутриполитической стратегии РФ [2, с. 150]. Специфика политики памяти определяется не столько ее комплексной природой, сколько предназначением как особой деятельности органов власти и научных сообществ, партий и групп интересов, институтов церкви, гражданского общества, бизнеса и частных лиц в сфере удовлетворения потребности социума в исторической правде и справедливости. Другое дело, когда поиск новой идентичности, (что характерно для постсоветского пространства) отходит на второй план и, смещаясь в плоскость принятия политических решений, становится инструментом сначала внутренней, а затем и внешней политики. Такая политика зачастую не учитывает сложившуюся культуру других стран, обществ, цивилизационные закономерности их развития и приводит к прямо противоположным результатам [3, с. 132].

Предмет статьи – особенности работы памяти в контексте трансформаций (как ее самой, так и факторов окружающей среды) на примере паломническо-туристического кластера «Арзамас-Дивеево-Саров».

Эффективность государственной политики РФ в последнее десятилетие была во многом обеспечена организацией кластеров регионального развития. Ныне их создание и внедрение идет в различных сферах, при их трактовке, к примеру, как интеграционных единиц внутригосударственного и межгосударственного масштаба, образующих систему коллективной ответственности, платформу для разработки технологий, внедрения инноваций и инструментов обеспечения безопасности [4, с. 139], конкурентоспособности и устойчивого развития субъектов РФ, страны.

Паломническо-туристический кластер «Арзамас-Дивеево-Саров» базируется на высоком человеческом, духовном и культурном потенциале. На его территории находится 98 достопримечательностей, включая святые места, связанные с Богородицей, духовным подвигом Серафима Саровского, 22 объекта культурного наследия – здания постройки XVIII–XX веков, 34 охраняемых природных зон, в т.ч. Пустынский заказник в Арзамасском районе, дендрарий в г. Арзамасе, Дальняя и Ближняя пустыньки в г. Сарове. Туристический потенциал кластера огромен: сейчас это 411 тыс. чел. в год, при расчете увеличения потока до 1,8 млн чел. к 2030 г.

Сегодня весь этот ансамбль обустроивается стараниями городского и конфессионального сообществ при поддержке федеральных и региональных властей, аккумулируя в себе мировой опыт и современные российские практики.

Методология

«Работа мест памяти» [5], представленная в формах живого коллективного памятования: от действующих этнонациональных и конфессиональных сообществ до коммеморативных практик, исследуется на различных теоретико-методологических основаниях. В зависимости от целей она изучается в рамках подходов, сформировавшихся в начале XX столетия: исторического, социологического, психологического, культурологического, герменевтического [6]. Исследования рубежа веков обращены к концепциям структурного функционализма, неoinституционализма, глобализации – глокализации, экономическим теориям коллективного памятования и религии, социокультурной парадигме, концептам «memory studies» и др.

Практические вопросы сохранения «культурных ландшафтов» нашли отражение в современных географических науках, причем и в рамках информационно-аксиологического подхода (медиа ландшафт). Наконец, в отечественной политической науке оформилась своя теоретическая модель коллективной памяти. По выражению В.А. Никонова, в ее подножье — «...цивилизационный, культурный код, закладывающий основу общей российской матрицы. У нас свой менталитет, свои нравы, свое понимание добра и зла, свои порядки, ...политические институты» [7, с. 5].

У каждого элемента (через язык) есть «имя» (А.Ф. Лосев), «образ» и «имидж» (Е.Б. Шестопал), набор пересекающихся во взаимовлиянии символов (О.Ю. Малинова). Первая опора — семья. В концепции структуралистского конструктивизма П. Бурдьё [8] говорит об этом как о практиках.

Основной авторского исследования являются методологические принципы системного анализа (с учетом не столь известных его интерпретаций) с привлечением для раскрытия предмета элементов кластерного и социокультурного подхода, методов case-study и анализа процесса принятия решений, проблемного метода в стратегическом видении разрешения поставленных им вопросов.

Результаты и их обсуждение

Одним из кейсов России является Нижегородская область, ее города и села. Их история и реалии – веские основания и для социокультурного, и для политического анализа. Регион привлекает внимание ученых, бизнеса, прессы по разным причинам. Но в начале это, конечно, исторические события, брендовые для региональной идентичности: нижегородский кремль как форпост на пути к Москве, ополчение 1612 г. и г. Горький (в честь А.М. Горького) как Город трудовой доблести; события, ставшие предпосылками локальной символики: связи с Александром Невским (г. Городец), Серафимом Саровским (г. Саров и село Дивеево), Петром I (г. Н. Новгород), А.С. Пушкиным (село Болдино), А.П. Гайдаром и А.М. Горьким (г. Арзамас) и др. Все это яркие грани имиджевой и туристической составляющей Приволжья и его мест памяти.

Для Нижегородской области важной была смена глав МСУ и региона в 2017 г. Она предварила новую модель развития, предполагающую их деловое партнерство для привлечения/сведения финансовых средств центра и потенциала специализации отраслей городов области в результат коллективных действий по реализации Стратегии развития региона. Параллельно в русле векторов партнерства государства и Русской православной церкви (РПЦ) при поддержке Президента РФ В.В. Путина и по благословению Святейшего Патриарха Московского и всея Руси Кирилла в области на базе особой структуры* был создан в

* Разработкой стратегического плана занимались ДОМ.РФ и правительство Нижегородской области совместно с КБ «Стрелка». Цель создания документа – формирование условий для долгосрочного пространственного и социально-экономического развития составляющих кластера: трех населенных пунктов и прилегающих к ним территорий. План разрабатывался по инициативе попечительского совета по возрождению Саровской и Дивеевской обителей. Создатели плана провели свыше 40 глубинных интервью с жителями, туристами, представителями бизнес-сообщества, городскими активистами. К разработке были привлечены международные и российские эксперты в области туризма, социокультурного и социально-экономического развития, транспорта, экологии, ландшафтной архитектуры.

2018 г. масштабный проект – паломническо-туристический кластер «Арзамас-Дивеево-Саров».

Он объединил в единую «Серафимову землю» три древних поселения региона. Его реализация при содействии Правительства РФ [9] способствует в комплексе благоустройству городских/сельских общественных пространств, реставрации прежних и возведению новых культовых зданий, созданию необходимых условий для комфортной среды жителей, туристов и паломников. Но и не только этому.

Наряду с вопросами взаимодействия церкви с органами власти во имя всеобщего блага на поприще миротворчества, благотворительности, решения социальных и иных проблем [10, с. 161], проект развивает тему памяти в «сотрудничестве» РПЦ с государственными, научными, культурно-образовательными и общественными структурами.

Какой бы срез отношений мы ни взяли, будь-то отношение ко Второй мировой войне или постсоветской специфике, то первое, с чем сталкиваются политики и общество, это то, что достоверной картины истории, общепризнанной всеми странами, нет. Внутри каждой – собственные версии, которые по мере заинтересованности существенно пересматриваются. Это приводит к множеству трактовок и лейтмотивов, что провоцирует разные трансформации и новые типы конфликтов [11, с. 174].

Серьезные изменения охватывают ныне и места памяти, заставляя лиц принимающих решения (ЛПР) по ним, выбирать разные стратегии: адаптации, компромисса, манипулирования и др. Здесь стоит отметить значение: а) кластерного анализа политической (социокультурной) ситуации как методики исследования множества ее составляющих и взаимосвязи между ними и б) социокультурного подхода, что сопряжено с изучением реальной политической культурой в контексте происходящих в обществе изменений и обратного воздействия субъективных факторов на социальные процессы [12, с. 55]. Выстраивание правил поведения, по своей сути, и есть стратегирование — особый тип профессиональной деятельности.

Применение этих подходов в рамках моделей «memory studies» позволяет сначала «в умах», а затем в реалиях восстанавливать целостность и непрерывность процесса памятования, распадающегося в условиях глобализации на «места памяти».

При отлаженной за последнее время системе мониторинга, определяющей материальные, духовные, интеллектуальные и иные предпосылки (факторы) работы социально-исторической памяти городского и сельского сообществ можно уверенно говорить о возрождении первичных форм живого коллективного памятования (храмов, этносов,

языков) и развитии его вторичных форм – коммеморативных практик, воспроизводящих как утраченные социальные функции, так и события прошлого. Это первая и одна из главных особенностей работы памяти, равно как и нынешнего политического отношения властей к ее знаковым местам.

Наглядно проявление разных аспектов заботы и помощи (градостроительных, экологических, экономических и т.д.) на примере преобразования природных, культурных и социальных элементов паломническо-туристического кластера «Арзамас-Дивеево-Саров». Так, применительно к текущему этапу его обустройства губернатор Нижегородской области Г. Никитин сказал: «Мы уделяем огромное внимание развитию этой территории. На данный момент здесь уже реализовано и реализуется много проектов по созданию комфортной среды, в том числе по национальному проекту «Жилье и городская среда». Буквально накануне Арзамас и Саров второй раз стали победителями Всероссийского конкурса «Малые города и исторические поселения», получив на благоустройство федеральные гранты. Также осуществляют-ся и туристические проекты. ...стратегия учитывает и включает в себя все эти мероприятия» [13].

Это подтверждает, что рабочей сегодня является схема одновременно двух горизонтов планирования – тактического (не более 2–3 лет), оказавшимся уместным в борьбе с пандемией COVID-19, и стратегического, подразумевающего видение на 20–30-летнюю перспективу. В данной схеме заключен переход к пространственному развитию. Он включил регионы со всем спектром их социокультурного пространства, где работа памяти как действенный «срез исторического процесса в определенный момент времени» (Д. Аникин) оказалась способной к сохранению связей поколений, укреплению национальной консолидации и многому иному.

К их числу (помимо отмеченной легитимации) можно отнести конструирование «значимого Другого», коммуникацию, социализацию и воспитание, планирование «устойчивого будущего». Разнообразие функций памяти в современной (символической) политике — одна из стержневых особенностей структур ее работы. В качестве таковой в сочетании с общественным запросом на архетип великой державы выделим в действиях памяти и ее стимулирующее воздействие на все виды идентичности от этнической до национальной. Согласно некоторым социологическим данным, 30% граждан полагают, что «у нас многонациональная страна, но русские, как большинство, должны иметь больше прав», а позицию «Россия общий дом, где все народы должны обладать равными правами» среди русских разделяют 45%, среди других нацио-

нальностей 73% [14, с. 219]. При этом мобилизационный компонент памяти может быть определяющим в данном влиянии.

Правильные выводы из этого значимы для Центра и субъектов РФ «здесь и сейчас» для: а) лучшего понимания политических, социальных и культурных изменений в обществе; б) совместного решения вызванных ими проблем. Подтверждение этому – «оживленные» смыслом города, обустраивающиеся реликты. На примере развития кластера можно воочию видеть, что помимо туристического потенциала, ключевыми направлениями являются восстановление природного каркаса (ведется работа по строительству северо-восточного обхода села Дивеева, начинается расчистка трех рек: Тёша, Сатис, Вичкинза), формирование привлекательного облика среды и создание связной транспортной системы.

Нельзя не отметить и такую особенность работы памяти как ее взаимосвязь и (взаимо)зависимость от характера внешней среды. Если трансформация политики памяти, реализуемая каким-либо истеблишментом, носит сугубо конъюнктурный характер, ориентирована на внутреннюю или внешнюю аудиторию, либо по содержанию угрожает консолидирующей общество системе ретроспективных символов, возникает почва для развития мемориальных конфликтов, раскалывающих общность или провоцирующих начало конфронтации с мнемоническими акторами [15, с. 24] из-за рубежа.

Преимущественные шансы на суверенное положение имеют те страны, которые (помимо роста экономики) окажутся способными к сопряжению истин веры, исторической правды и социальной справедливости, коллективной памяти с мечтой о будущем, к видению привлекательных идей и черт национального консенсуса, своего места (и близких нам государств) в меняющемся мире.

Выводы

Нижегородский регион актуален и пригоден для междисциплинарных исследований трансформаций политики памяти (и не только) из-за высокой динамики изменений и конкретных ответов в виде реализуемых проектов на их вызовы. Но теоретико-методологическую базу и рамки такого изучения предстоит существенно перезагрузить совместными усилиями различных наук с учетом народной мудрости, а значит, и коллективной памяти. Нацеленность как на исторический, так и на гедонистический аспекты делает гастрономическую идентичность региона перспективным инструментом продвижения туристских территорий, способом сохранения и передачи культурных ценностей в рамках региональной культуры питания.

Литература

1. Васильев А.Г. Культурная память/забвение и национальная идентичность: теоретические основания анализа // Культурная память в контексте формирования национальной идентичности России в XXI веке / Отв. ред. Н.А. Кочеляева. М., 2012. С. 29–57.
2. Казаков М.А., Лысцев М.С., Северова М.С. Политика памяти в современной РФ: особенности реализации городскими и региональными элитами в Нижнем Новгороде // Дневник Алтайской школы политических исследований № 36. Современная Россия и мир: альтернативы развития (Глобальные исторические события XX века и национальные варианты политики памяти): сборник научных статей / под ред. Ю.Г. Чернышова. Барнаул, 2020. С. 148–158.
3. Сургуладзе В.Ш. Психологический фактор во внешней политике как элемент стратегического прогнозирования // Международная жизнь. Ноябрь 2016. С. 122–138.
4. Юрченко Н.Н. Государственная политика РФ в условиях кризиса: создание кластеров регионального развития // Государственная политика развития на современном этапе: содержание, направление и перспективы: Материалы международной научной конференции (Москва, 27 октября 2016 года) / Под общ. ред. В.И. Якунина. М., 2017. С. 133–139.
5. Хальбвакс М. Коллективная и историческая память // Неприкосновенный запас. 2005. №№2–3. С. 8–27.
6. Хаттон П. История как искусство памяти. СПб., 2003.
7. Никонов В.А. Слово главного редактора // Стратегия России. 2017. № 10 (166). С. 3–6.
8. Бурдые П. Социальное пространство и символическая власть // П. Бурдые Начала. Chosesdites / Пер. с фр. Н.А. Шматко. М., 1994. С. 181–207.
9. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 28 марта 2019 года №552-р (В редакции, введенной в действие распоряжением Правительства Российской Федерации от 20 ноября 2021 года N 3279-р.). URL: <https://docs.cntd.ru/document/553977064>
10. Казаков М.А. Традиционные конфессии в общественной дипломатии современной России // Социально-гуманитарное знание. 2021. № 5. С. 157–171.
11. Политика памяти в России, странах ЕС и государствах постсоветского пространства: типология, конфликтный потенциал, динамика трансформации (Стенограмма дискуссии) // Методологические вопросы изучения политики памяти: Сб. науч. трудов / Отв. ред. Миллер А.И., Ефременко Д.В. М., 2018. С. 167–195.

12. Казаков М.А. Персонафикация как тенденция современного политического лидерства: особенности проявления и восприятия // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. 2018. № 1 (49). С. 54–61.

13. Стратегический план развития кластера «Арзамас-Дивеево-Саров» презентовали в Нижнем Новгороде // НИА Нижний Новгород, 03.09.2020. URL: <https://www.niann.ru/?id=556587>

14. Дробижева Л.М. Деполитизация этничности: между искушением новыми теориями и социальной практикой // Ежегодник «Россия реформирующаяся». Вып. 18 / Институт социологии РАН. Отв. ред. М.К. Горшков. М., 2020. С. 202–225.

15. Белов С.И. Трансформации политики памяти в отношении Второй мировой войны в 2008–2018 гг. // автореф. дис... д-ра. полит. наук. М., 2021.

С.К. Калашикова
Роль политических институтов
и государственных инициатив в реализации
политики идентичности в Санкт-Петербурге

В отечественной науке категория «политика идентичности» чаще всего выступает в качестве термина, синонимичного процессам конструирования конкретной модели идентичности в интересах определенных политических акторов. Согласно И.С. Семененко, политика идентичности представляет собой политический курс и является совокупностью ценностных ориентиров, практик и инструментов формирования и поддержания национальной, гражданской и других форм макрополитической идентичности [1].

Политика идентичности определяется О.Ю. Малиновой как составная часть символической политики (наряду с политикой памяти): это деятельность политических акторов, которая осуществляется с целью продвижения определенных способов интерпретации социальной реальности в качестве доминирующих [2]. Таким образом, результат политики идентичности – усвоение человеком определённых стереотипов, ориентаций, паттернов восприятия, которые транслируются элитой.

Формирование идентичности регионального сообщества включает в себя деятельность разных субъектов, однако факт того, что доминирующим игроком выступают органы государственной власти регионального уровня, в отечественной политологии не вызывает сомнений [3]. В процессе конструирования политической идентичности жителей

региона властные структуры активно используют символическую, языковую политику, а также политику памяти.

Для региональной политики идентичности Санкт-Петербурга, как и других российских регионов, характерна стихийность и фрагментарность данного политического курса. Это выражается в отсутствии одного политического института, который мог бы нести ответственность за реализацию и эффективность проектов по построению и развитию региональной идентичности.

Ввиду отсутствия системной работы в этом направлении автором был выделен ряд исполнительных органов государственной власти Санкт-Петербурга и перечень подведомственных учреждений, деятельность которых частично и опосредовано связана с проведением символической политики. Ключевыми инициаторами и исполнителями ранее выделенных направлений политики идентичности в регионе являются: губернатор Санкт-Петербурга; Комитет по государственному контролю, использованию и охране памятников истории и культуры; Комитет по культуре; Комитет по молодежной политике и взаимодействию с общественными организациями; Комитет по печати и взаимодействию со средствами массовой информации и подведомственная структура Городской центр рекламы и праздничного оформления; Комитет по развитию туризма Санкт-Петербурга и подведомственная структура Конгрессно-выставочное бюро Санкт-Петербурга.

Проблему формирования региональной идентичности жителей Санкт-Петербурга затрагивают некоторые из государственных программ: в большей степени проект «Создание условий для обеспечения общественного согласия в Санкт-Петербурге» [4]; в меньшей степени – «Развитие сферы культуры и туризма в Санкт-Петербурге» [5], «Экономическое и социальное развитие территорий Санкт-Петербурга» [6].

Первая из программ вызвала широкую общественную дискуссию [7], в частности в связи с формулировкой декларируемой цели («достижение общественного согласия и позитивного настроения граждан, проживающих в Санкт-Петербурге») и размером бюджетной поддержки проекта (изначально было выделено 22653482,0 тыс. руб. с 2015 до 2020 года, но в 2021 году бюджет был увеличен до 35915805,0 тыс. руб. на срок до 2024 года; 98% регионального финансирования). Положения госпрограммы свидетельствуют о не типичном формате патриотического воспитания (советский опыт), а о новом комплексном подходе формирования чувств привязанности к региону и стране в целом в контексте национальной (или общегражданской) идентичности [8]. Ответственным за исполнение госпрограммы является Коми-

тет по молодежной политике и взаимодействию с общественными организациями, ключевым соисполнителем – Комитет по печати и взаимодействию со СМИ.

Согласно отчету 2020 года, самые высокие результаты (максимальные значения в графе «Степень достижения планового значения индикатора») продемонстрированы в таких целевых показателях госпрограммы как доля молодежи, зарегистрированной на платформе «Мы Петербург» (220%); доля молодежи, принявшей участие в массовых просветительских мероприятиях (163%); прирост количества благополучателей проектов, реализованных социальными НКО (559%); количество участников мероприятий, направленных на укрепление общероссийского гражданского единства и этнокультурного развития народов РФ (248%); удовлетворенность граждан информационной открытостью ИОГВ Петербурга (202%); доля иностранных граждан, успешно сдавших экзамены по русскому языку, истории России и основам законодательства РФ (181%) [9].

Целью проекта «Развитие сферы культуры и туризма в Санкт-Петербурге» является «обеспечение гармоничного развития личности на основе уникального культурно-исторического наследия Санкт-Петербурга». Подпрограммы связаны с поддержкой традиционных компонентов культурной идентичности регионального сообщества («Наследие», «Искусство», «Образование»), а также с формированием положительного образа территории («Имидж Санкт-Петербурга»).

Третья программа («Экономическое и социальное развитие территорий Санкт-Петербурга») обозначает в качестве главной цели «создание условий для сбалансированного экономического и социального развития территорий Санкт-Петербурга». В рамках подпрограмм реализуется развитие как отдельных, конкретных локаций региона (исторический центр, г. Кронштадт), так и «совершенствования системы территориального планирования Санкт-Петербурга» в целом.

Проанализировав вышеупомянутые программы, можно предположить, что кроме практических целей по изменению городской среды и реализации направлений патриотической, социальной и культурной политики, госпроекты подобного формата выступают в качестве инструментов повышения лояльности жителей как к региону проживания, так и к деятельности региональных властей.

Говоря о попытках властей вовлечь городское сообщество в процессы принятия решений, наряду с известными, хотя и финансово маломасштабными, инициативами Смольного («Твой бюджет», «Твой бюджет в школах», «Твой город») [10], необходимо упомянуть Федеральный проект «Формирование комфортной городской среды», rea-

лизующийся в разных регионах страны с 2017 года в рамках нацпроекта «Жилье и городская среда». Основная задача проекта — дать новый импульс развитию муниципалитетов на всей территории страны. На специально созданной платформе проходит рейтинговое голосование по отбору общественных территорий для благоустройства, где, по заявлению авторов, жители города самостоятельно принимают решение. Портфолио проекта в Петербурге на данный момент состоит из 10 «народно выбранных» и уже благоустроенных пространств.

Можно предположить, что толчком к развитию данного направления стал московский проект «Активный гражданин», запущенный еще в 2014 году, так как в 2016 году В.В. Путин оценил столичный опыт как «заслуживающий распространения» [11]. Однако проблема фиктивности онлайн голосований (с целью легитимации уже принятых решений) и, как следствие, проблема низкого уровня доверия горожан к таким сервисам остаются неразрешёнными [12].

Говоря о научно-исследовательских тенденциях, стоит отметить, что в разработке проблематики региональной политики идентичности инструментальный взгляд сохраняется в качестве устойчивого тренда. Построение идентичности становится источником развития региона [13, с. 137], а символический капитал нередко конвертируется в инвестиционную привлекательность субъекта.

Территориальный маркетинг проводится в «интересах территории, ее внутренних субъектов, а также внешних субъектов, во внимании которых она заинтересована» [14, с. 233]. Территориальный маркетинг также может рассматриваться как некая платформа взаимодействия региональных властей, представителей бизнеса, общественных организаций и жителей региона. Наличие четко определенной маркетинговой стратегии развития региона, направленной на формирование притягательного имиджа территории в долгосрочной перспективе, обозначается как брендинг территории.

Яркой инициативой Смольного в 2019 году стал проект мета-бренда, выполненный коммуникационным агентством «SPN Communications» по заказу Комитета по развитию туризма Санкт-Петербурга. В 2018 году Комитет объявил конкурс на разработку платформы, архитектуры и коммуникационной стратегии территориального мета-бренда Санкт-Петербурга и сопутствующей концепции, системы идентификации и бизнес-плана Агентства по управлению территориальным мета-брендом. Рассмотрев техническое задание к тендеру, стоит отметить, что городская власть подошла к вопросу обстоятельно: кроме разработки образов и рекомендаций потенциальный подрядчик должен был продумать шаги по внедрению нового бренда и

комплекс работ по встраиванию новых символов в городскую среду. Эти особенности свидетельствуют о стратегическом подходе лиц, принимавших решение на этом этапе.

Реакция общественно-политических СМИ и вслед за этим отношение жителей региона основывались на ложном представлении о задачах проекта («перерисовать логотип за 8,2 миллиона») [15]. Это во многом обусловило критическую предвзятость к итогам работы. В то время как представители экспертного PR-сообщества консолидировано высказали мнение о заведомой убыточности работ для исполнителя (опыт успешной разработки европейских мета-брендов говорит о необходимости трехкратного увеличения финансирования), а также о некорректно поставленных сроках (1,5 месяца на весь комплекс работ) [16].

По итогу работ компания презентовала документ, который содержит подробную инструкцию по встраиванию коммуникаций с различными целевыми аудиториями. Ключевой идеей стало позиционирование Петербурга как Города Личностей. Предложенный слоган «Создавать великое» отразил девиз выдающихся петербуржцев. Таким образом, исполнители смогли предложить «зонтичный» вариант объединения символического многообразия региона, исключив вероятность столкновения антонимичных символических доминант.

В качестве визуального образа выступило бирюзовое солнце (ассоциация с северными широтами региона). Использование косых начертаний фирменного шрифта стало апелляцией к базовому символу города – разводным мостам. В агентстве подчеркнули, что айдентика мета-бренда является только «верхушкой», 10% от всей проделанной командой работы [17]. Именно эта десятая часть и вызвала бурную реакцию общественности, резкую критику лидеров общественного мнения, а также всплеск творческой активности пользователей социальных сетей, отражающийся в огромном количестве ироничных попыток «примерить» визуальный концепт к другим российским городам [18].

По словам уже бывшего главы Комитета Евгения Панкевича, мета-бренд – вариативный «рабочий инструмент, креативная упаковка». Также председатель отметил намерения Комитета продолжить работу по развитию суббрендов для более узкого использования [19]. На данный момент продвижение проекта по внедрению мета-бренда не является очевидным, что может быть связано с кадровыми перестановками в Комитете по развитию туризма [20].

Менее резонансная программа Комитета по развитию туризма (реализует подведомственная структура ГБУ «Конгрессно-выставочное

бюро») под названием «Амбассадор Санкт-Петербурга» действует с 2019 года с целью привлечения международных проектов на территорию региона [21]. Проект имеет инвестиционную направленность: привлеченные в 2019 году в Санкт-Петербург в рамках программы мероприятия аккумулировали в город более 450 миллионов рублей. Здесь речь идет о выстраивании стратегических коммуникаций на уровне международного бизнес-сообщества. В круг амбассадоров входят признанные петербургские специалисты международного уровня: известные врачи, деятели науки и культуры, представители инновационного бизнеса, обладающие символическим капиталом в различных профессиональных сферах. Пандемия новой коронавирусной инфекции обусловила временную паузу в реализации проекта.

Ключевую роль в восприятии пространства своей жизнедеятельности членов регионального сообщества играет топонимика. Топонимические названия окружают людей каждый день, являются частью повседневной коммуникации, ассоциируются с домом, местом работы и дружеских встреч. Названия улиц, набережных и других картографических объектов – своеобразные исторические памятники, которые транслирует отношение «большинства» к событиям и героям прошлого.

Е.А. Терентьев классифицировал топонимические дискуссии следующим образом [22]: политический дискурс (сами названия рассматриваются как элемент пропаганды); историко-культурный дискурс (топонимы – объекты культурного наследия; они имеют самостоятельную историческую ценность безотносительно значения символов, которые могут быть в них «вписаны»); прагматический дискурс (нет апелляции ни к политическим, ни к культурным или историческим аргументам).

Топонимическая политика Санкт-Петербурга традиционно является сферой деятельности Топонимической комиссии (Комитет по культуре Санкт-Петербурга). При законодательно закрепленной возможности инициативного участия в процессе переименования жителей города и общественных объединений [23], практика свидетельствует, что решения в этой сфере принимаются исключительно «сверху»: практически отсутствует положительный опыт по изменению топонимов по инициативе представителей гражданского общества. Показательным является кейс, связанный с переименованием Советских улиц в Рождественские. Вопрос о возвращении досоветских названий группе улиц в Центральном районе возник еще в 2017 году. Несмотря на решение Топонимической комиссии, принятое три года назад, проект «завис» на уровне согласования изменений губернатором Санкт-Петербурга. Промедление властей в принятии решения вызвало общественную ре-

акцию: в декабре 2020 года городские активисты и муниципальные депутаты запустили петицию о возвращении Советским улицам их исторического названия [24].

А.В. Кондратова и О.Е. Павловская утверждают, что, если доступ к переименованию «официальных» топонимов ограничен, формируются другие социальные практики, позволяющие наделять городские объекты «народными» именами. Авторы, разбирая пример Краснодарского края, говорят о том, что появление таких «самоназваний» свидетельствует о желании жителей региона «чувствовать свое пространство», а также ощущать территориально-культурную принадлежность [25].

В Петербурге существует целый словарь неформальных мест, что подтверждает гипотезу авторов о потребности жителей города маркировать городское пространство [26]. Практика распространяется не только на центральные районы, в которых «самоназвания» имеют исторические корни и являются устойчивыми, известными и понятными всему городскому сообществу («Апрашка», «Пять углов», «Гостинка»), но и на спальные, новые районы города. Приведем несколько примеров: «Белка» – улица Белы Куна; «Болты» – район Балтийского вокзала; «Ветерки» – район ст.м. «Проспект Ветеранов»; «Крупа» – район бывшего Института культуры им. Н.К. Крупской; «Острова» – район Каменного, Крестовского, Елагина острова; «Скоба» – Скобелевский проспект; «Шанхай» – Витебский вокзал; «Тряпка» – Университет технологии и дизайна.

Представляют интерес и индивидуальные проекты петербуржцев. В конце 2020 года в СМИ широко освещалось творчество дизайнера Ильи Тихомирова, который переосмыслил характерные черты районов города и опубликовал ряд постов в социальных сетях с шуточными гербами [27]. Исторические особенности и ассоциации горожан, оформленные в визуальном формате, нашли широкий отклик у городского сообщества.

Через рассмотрение государственных инициатив можно проанализировать институциональный аспект политики идентичности. Деятельность органов власти направлена на адаптацию и реализацию федеральных патриотических программ, инициирование собственных проектов, например, брендинга региона. Управление топонимической политикой также включено в спектр деятельности по продвижению определенных символических приоритетов. Проанализировав некоторые примеры и общественную реакцию на деятельность властей, можно утверждать, что недостаточная информированность или ложная интерпретация результатов проекта вызывает скорее отвержение и непринятие со стороны жителей региона. Однако некоторые програм-

мы достигают целевых показателей эффективности по формальным критериям. Из-за «распыленности» направлений и целей политики идентичности не только по различным государственным программам, но и по сферам деятельности разных властных структур, перспективы измерения эффективности данного политического курса только через анализ институциональной стороны вопроса представляются автору ограниченными и обязательно должны дополняться анализом данных, полученных с помощью опросных социологических методик, для оценки эффекта «снизу», со стороны предполагаемого «объекта» символической политики.

Литература

1. Семененко И.С. Политика идентичности // Идентичность: Личность, общество, политика. М., 2017. С. 647–654.
2. Малинова О.Ю. Конструирование макрополитической идентичности в постсоветской России: символическая политика в трансформирующейся публичной сфере // Политическая экспертиза: ПОЛИТЭКС. 2010. № 1. С. 5–28.
3. Фадеева Л.А. Идентичность как категория политической науки: исследовательское поле и когнитивный потенциал // Политическая наука. 2016. № 2. С. 164–180.
4. О государственной программе Санкт-Петербурга «Создание условий для обеспечения общественного согласия в Санкт-Петербурге» на 2015–2020 годы: постановление Правительства Санкт-Петербурга от 4.06.2014 года № 452. URL: <http://gov.spb.ru/gov/otrasl/kpmp/gosudarstvennaya-programma-sankt-peterburga-sozdanie-uslovij-dlya-obes/>
5. О государственной программе Санкт-Петербурга «Развитие сферы культуры и туризма в Санкт-Петербурге» на 2015–2020 годы: постановление Правительства Санкт-Петербурга от 17.06.2014 года № 488. URL: <http://gov.spb.ru/law?d&nd=822403595&nh=1>
6. О государственной программе Санкт-Петербурга «Экономическое и социальное развитие территорий Санкт-Петербурга» на 2015–2020 годы: постановление Правительства Санкт-Петербурга от 30.06.2014 года № 551. URL: <https://gov.spb.ru/law?d&nd=822403667&nh=1>
7. Деньги на районки проведут по программе «позитивного настроения». СПб., 2016. URL: <https://lenizdat.ru/articles/1144134/>
8. Кузина Е.О., Колосова Н.В., Санина А.Г. Реализация молодежных социальных программ в системе патриотического воспитания

граждан Российской Федерации: опыт Санкт-Петербурга // Управленческое консультирование. 2016. № 5/89. С. 129–140.

9. Ремонт актового зала и эко-остановки. У проекта «Твой бюджет» определились первые победители // Санкт-Петербург: Фонтанка.ру, 2020. URL: <https://www.fontanka.ru/2020/11/25/69575528/>

10. Годовой отчет о ходе реализации государственной программы Санкт-Петербурга «Создание условий для обеспечения общественного согласия в Санкт-Петербурге» за 2020 год. Санкт-Петербург: Правительство Санкт-Петербурга, 2021. URL: <https://cutt.ly/xKVAY6I>

11. Ставка на современные технологии — лечить и учить будут по-новому // Санкт-Петербург: Первый канал, 2016. URL: https://www.1tv.ru/news/2016-12-01/315219stavka_na_sovremennye_tehnologii_lechit_i_uchit_budut_po_novomu

12. Московский сервис «Активный гражданин» запускают на всю Россию. На нем зарабатывают чиновники. Расследование Ивана Голунова // Meduza.io, 2018. URL: <https://meduza.io/feature/2018/06/25/moskovskiy-servis-aktivnyy-grazhdanin-zapuskaют-na-vsyo-rossiyu-na-nem-zarabatyvaют-chinovniki> (дата обращения 24.01.2021).

13. Назукина М.В. Новые тенденции в политике идентичности на региональном уровне в России: акторы, специфика, тренды // Научный ежегодник Института философии и права Уральского отделения Российской академии наук. 2014. № 3. С. 137–150.

14. Морозова Е.В. Локальная идентичность и проблемы ее конструирования (кейс Краснодарского края) // Идентичность как предмет политического анализа: сборник статей по итогам Всероссийской научно-теоретической конференции. М., 2011. С. 231–237.

15. Смольный заплатит за новый логотип Петербурга больше 8 миллионов рублей // Санкт-Петербург: Невские новости, 2018. URL: <https://nevnov.ru/594010-smolnyi-zaplatit-za-novyj-logotip-peterburga-bolshe-8-millionov-rublei>

16. 8,2 млн — много или мало? Рынок обсудил тендер по созданию мета-бренда Санкт-Петербурга // Sostav.ru, 2018. URL: <https://www.sostav.ru/publication/8-2-mln-mnogo-ili-malo-rynok-obsudit-tender-po-sozdaniyu-meta-brenda-sankt-peterburga-33751.html>

17. Новый логотип Петербурга вызвал споры в соцсетях // Санкт-Петербург: Российская газета, 2019. URL: <https://rg.ru/2019/11/15/reg-szfo/novyj-logotip-peterburga-vyzval-spory-v-socsetiah.html>

18. «Стыдно за культурную столицу»: новый логотип Санкт-Петербурга вызвал бурю в соцсетях // Forbes, 2019. URL: <https://www.forbes.ru/newsroom/obshchestvo/387549-stydno-za-kulturnuyu-stolicu-novyj-logotip-sankt-peterburga-vyzval-buryu>

19. Новый мета-бренд Санкт-Петербурга: как это выглядит // АТОР — Atorus.ru, 2019. URL: <https://www.atorus.ru/news/press-centre/new/49343.html>
20. Турбизнес об уходе Евгения Панкевича из Комитета по туризму Санкт-Петербурга // АТОР — Atorus.ru, 2020. URL: <https://www.atorus.ru/news/press-centre/new/51628.html>
21. Петербург запускает «Амбассадор» // Санкт-Петербургский Дневник, 2018. URL: <https://spbdnevnik.ru/news/2018-12-14/peterburg-zapuskaet-ambassadorov>
22. Терентьев Е.А. Переименование советских топонимов в Санкт-Петербурге: анализ публичных дискуссий // Журнал социологии и социальной антропологии. 2015. № 2. С. 72–86.
23. О порядке и правилах присвоения наименований элементам улично-дорожной сети (за исключением автомобильных дорог федерального значения), элементам планировочной структуры, расположенным на территории Санкт-Петербурга: постановление Правительства Санкт-Петербурга от 24.09.2015 № 737. URL: <https://gov.spb.ru/law?d&nd=822405130&prevDoc=822405569> (дата обращения 12.04.2021).
24. Петербургские активисты запустили петицию за переименование Советских улиц в Рождественские // Санкт-Петербург: Бумага, 2020. URL: <https://paperpaper.ru/papernews/2020/12/10/peterburgskie-municipalnye-deputat/>
25. Кондратова А.В., Павловская О.Е. Национальная и региональная идентичность как маркеры эргонимов Кубани // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. 2017. № 3/202. С. 37–42.
26. Неофициальный Питер и тонкий юмор – Словарь неформальных названий Санкт-Петербурга // Петербург Центр, 2020. URL: <https://peterburg.center/story/neoficialnyu-piter-i-tonkiy-yumor-slovar-neformalnyh-nazvaniy-sankt-peterburga.html>
27. У районов Петербурга появились веселые гербы: скорее ищите свой // Санкт-Петербург: Фонтанка.ру, 2020. URL: <https://www.fontanka.ru/2020/09/27/69483069/>

В.Н. Козулин

Образ Сибири в записках западноевропейцев XV–XVII вв.

В современной исторической науке уже давно популярна так называемая имагологическая проблематика, то есть исследования на тему представлений (или образов — от лат. *imago*, «образ») народов друг о друге и о разных странах, регионах — так называемые нацио-

нальные образы. Это направление зародилось еще в середине прошлого века на Западе (в рамках сравнительного литературоведения) [1, с. 139–140]. В конце прошлого века оно стало активно разрабатываться и в России. Среди российских исследователей большой интерес вызывают проблемы восприятия России и русских иностранцами реципиентами (авторами «Россики» — сочинений о России разных лет). Существует огромное число работ на эту тему. Иногда в этих работах затрагивается тема восприятия иностранцами отдельных регионов России (ср.: [2]). О Сибири, которая является предметом настоящей статьи, таких работ почти нет. Между тем, еще в первой половине прошлого века сибирским ученым М.П. Алексеевым была издана замечательная антология фрагментов западноевропейских сочинений (с XIII по XVII век), повествующих о Сибири [3–5]. Чуть позднее другим сибирским исследователем, Э.П. Зиннером, была составлена еще одна антология, включившая в себя европейские описания Сибири XVIII века [6]. Обе эти подборки могут послужить прекрасной источниковой базой для исследования образа Сибири в сочинениях иностранцев — так называемой «Сибирики». Единственным исключением является, пожалуй, вышедшая четыре года назад фундаментальная работа В.П. Марченко о разведывательной деятельности Святого Престола в Сибири [7], но она посвящена несколько иному аспекту и ограничивается только лишь папскими сведениями о Сибири. Также очень краткий и неполный очерк «сведений западноевропейских путешественников XIII—XVII веков о Сибири и ее древних городах» содержится в работе Л.Р. Кызласова [8].

Задача настоящей статьи — проследить формирование западноевропейских представлений о Сибири с конца XV по XVII век, попытаться выявить и описать в основных чертах образ Сибири, который сложился в европейской литературной традиции раннего Нового времени.

Прежде чем говорить об «открытии» Сибири европейцами в Новое время, стоит заметить, что в предыдущие периоды — в Античности и в Средние века — северная Азия оставалась почти совершенно неизвестной европейцам. Хотя и Римская держава, и впоследствии Византия вели активную торговлю с Индией и Китаем, но эта торговля шла в основном через посредников (главным образом персов). По поводу Византии один немецкий исследователь вообще утверждал, что «в деле общего познания мира Византия не только не ушла вперед сравнительно с античной древностью, но даже подалась назад» [9]. В предисловии к вышеупомянутой антологии западноевропейских известий о Сибири XIII–XVII вв. академик М.П. Алексеев отмечает: «Проходили целые столетия, в течение которых северная Азия совершенно выпада-

ла из кругозора европейцев, не возбуждая к себе ни ученой пытливости, ни простого любопытства. Это были века их полного разрыва и обоюдной незаинтересованности друг в друге... Более двадцати веков странствовали из страны в страну диковинные рассказы о краях вечно-го холода, безлюдья и смертной тишины, пока их не заменили, наконец, подлинными рассказами путешественников и сведения, заслуживающие полного доверия. История ознакомления с Сибирью в Западной Европе — это прежде всего история борьбы легендарной традиции с наблюдением и опытным исследованием» [5, с. XVIII].

Еще со времен «отца истории» Геродота одним из ключевых слов в описании северо-восточной Европы и, видимо, отчасти и северной Азии было слово «Рифы» (Рипы) или «Рифейские (Рипейские) горы». Иногда их еще называли «Гиперборейскими горами», так как за ними якобы проживали легендарные счастливые племена гипербореев, то есть буквально «заборейцев», живших вне пределов досягаемости северного ветра Борея (подробнее см.: [5, с. XXII–XXIII; 10, с. 88–94]). Чаще всего эти горы ассоциируют с Уральскими горами, хотя есть и другие версии локализации — от Карпат до Гималаев. Все дело в том, что разные античные авторы могли подразумевать под «Рипами» совершенно разные горы. Любопытно, что это слово некоторые исследователи возводят к скифскому слову «hriра», гора, или к русскому слову «хребет», а также к распространенным в скифских краях птицам грифам [5, с. XXII].

В своем скифском рассказе Геродот во многом опирался на поэму легендарного путешественника и поэта Аристея из Проконнеса «Аримаспейя» — воспоминания о торговой поездке в страну исседонов. Из отрывка этой поэмы, приводимого Геродотом, следует, что за упомянутыми исседонами на далеком севере живут «одноглазые аримасы», над ними — «стерегущие золото грифы», а еще выше — «гиперборейи, простирающиеся до моря» (Her., IV, 13). Как отмечает М.П. Алексеев, «в народах отдаленного северо-востока, описанных Геродотом с чужих слов, давно уже хотели узнать некоторые народности Сибири и пограничных областей». Так, например, в иирках (*ibid.*, IV, 21), локализуемых между Иртышом и Обью, «узнавали» угорское племя, известное в русских летописях под именем Югры, в загадочных аргипсеях (по Геродоту «лысых от рождения» — *ibid.*, IV, 23) «готовы были признать передовую орду тюркских племен, в эпоху Геродота кочевавших за Алтаем... Дегинь видел в аргимпеях (как их иногда также называют — *В.К.*) китайцев, а Геерен калмыков, тогдашних соседей Китая, от которых они отделены были племенем исседонов; китайцев видели даже в совершенно баснословных гиперборейях» [5, с. XXII]. Небезынтерес-

но также отметить, что некоторые европейские авторы перенесли на сибирские народности и весьма популярную в античности тенденцию идеализации северных варваров. Например, Яков Рейтенфельс в своих «Сказаниях светлейшему герцогу Тосканскому Козьме III о Московии» (1680 г.) упоминает мифических «абиев», которых Гомер называет «справедливейшими из людей», утверждая, что они живут у реки Оби ([11, 247; 5, с. XXIV]. Подробней о так называемых «абиях» и феномене идеализации варваров в античной традиции см.: [10, с. 83–96]). Кроме абиев он, между прочим, упоминает и геродотовых аргиппеев (у Рейтенфельса — «агриппеев»), и исседонов, и меланхленов и прочих. А Адам Олеарий в сочинении «Описание путешествия в Московию и через Московию в Персию и обратно» (1647 г.) даже возводит происхождение имени «абиев» к реке Оби [12, с. 167; 5, с. 299].

Этот экскурс в античность мы предприняли в связи с тем, что и в Средние века и даже в Новое время все эти народы, как ни странно, продолжали существовать на картах и в описаниях географов. Потому что средневековая география и этнография, и в значительной степени даже этнография раннего Нового времени, были анахроничными, то есть средневековые авторы предпочитали ассоциировать новые народы с древними, безусловно полагаясь на авторитет античности [10, с. 157]. Название «Сибирь», о происхождении которого, как известно, существуют различные версии (но их рассмотрение не входит в задачу настоящей статьи), судя по всему, впервые встречается на так называемой Каталонской карте 1375 года [5, с. XXXIX].

Первый более или менее информативный рассказ о Сибири содержится в сочинении «Лекции по Вергилию» Юлия Помпония Лэта (или Сабина), итальянского гуманиста и эрудита, ученика Лоренцо Валлы. Вот фрагменты его немногословного пассажа о Сибири: «Вблизи берегов Ледовитого океана живут лесные люди, называемые югры; это несомненно скифы, очень отдаленные от остальных людей... От Борисфена [Днепра] Скифия тянется до Рифейских гор, которые замыкают ее с востока и простираются на север вплоть до Ледовитого океана... В отдаленнейших пределах их живут югры; в горах водится род лесных волков, а в лесах ловят соболей и драгоценных белок... Немного ниже, на восточном склоне [Рифейских гор], на расстоянии двухмесячного пути, живут пермяки (Parmii) и заволочане (Zauolozeoces). За Рифейскими горами начинается Индия» [5, с. 69]. Подобные сведения, более или менее изобилующие анахронизмами, встречаются и у авторов начала XVI века (Матвея Меховского, Франческо да Колло и Павла Иовия) (см.: [5]). Познания всех этих авторов ограничиваются только Пермью, Башкирией, Черемисией и Югрой. Не все данные топонимы

мы даже, строго говоря, являются сибирскими. Вообще, под Сибирью до середины в XVII века подразумевали земли в основном в среднем течении Иртыша, то есть территорию, примерно соответствующую владениям Сибирского ханства (нынешние Свердловская, Курганская, Челябинская, Тюменская и Омская области России).



Рис. 1. Югория и Сибирь. Деталь карты неизвестного, по Меркатору и Герберштейну, 2-я половина XVI в.) [5, с. 135].

Очевидно, первым человеком, сообщившим европейцам новые и более полные данные о Сибири, был барон Сигизмунд фон Герберштейн, имперский посол к московскому великому князю Василию III (в 1516/17 и 1626/27 гг.). Герберштейн написал первое основательное сочинение о России, которое стало бестселлером в Европе еще при его жизни. Он описал самые разные стороны жизни Московского государства, в том числе попытался реконструировать его историю по русским летописям. Автор вырос в словенской среде в Штирии и знал словенский (виндский) язык. Поэтому и русский ему было, видимо, несложно освоить [13, с. 28]. О Сибири Герберштейн впервые сообщает принципиально новые сведения, в том числе упоминает два сибирских города: «Если подниматься от Обской крепости по реке Оби до устьев реки Иртыша, в который впадает Сосва, то это составит три месяца пути. В этих местах находятся две крепости: Ером и Тюмень, которыми управляют властелины, князья Югорские, платящие (как говорят) дань великому князю московскому... По берегам Оби и по соседним рекам расположено повсюду много крепостей, правители которых, как говорят, все подчинены государю московскому» [14, с. 157–160]. Упомянутая Тюмень — это не современная Тюмень, а одноименный татарский город на реке Туре, притоке Тобола, (в русских источниках Чингид-град или Чингиндин) [15, с. 435, прим. 651]. Герберштейн впервые упоминает некую «Золо-

тую бабу» или «Золотую старуху» — идол, находящийся при устье Оби, в области Обдоре, на более дальнем берегу. Эта «золотая баба» якобы «держит в утробе сына, и будто там уже опять виден ребенок, про которого говорят, что он ее внук» [14, с. 160; 18, с. 106]. Рассказ о «золотой бабе» повторяют потом и многие последующие авторы, например Андре Теве и Алессандро Гваньини, Джайлс Флетчер).



Рис. 2. «Золотая баба» из «Космографии» А. Тевэ, 1575 г. [5, с. 141].

То же самое касается загадочного и явно еще более легендарного Лукоморья (легенду о нем повторяют эти авторы вслед за Герберштейном). Герберштейн пишет, что Лукоморье (Lukomorga), лежит «на горах за рекою Обью. С людьми же Лукоморья как говорят, случается нечто удивительное, невероятное и весьма похожее на басню; именно говорят, будто каждый год, и притом в определенный день 27 ноября, посвященный у русских святому Георгию, они умирают, а на следующую весну, чаще всего к 24 апреля, наподобие лягушек, оживают снова» [14, с. 160; 5, с. 105–106]. Писатель упоминает также некие Лукоморские горы, которые один исследователь (А.Х. Лерберг) отождествлял с «малым Алтаем» [16, S. 45, Anm. 4; 5, с. 111].

Второй после Герберштейна важной вехой в знакомстве европейцев с Сибирью, пожалуй, стало письмо одного голландского купца Иоганна Балака знаменитому географу Герарду Меркатору. Судя по письму, Балак был другом Меркатора, и они вместе с ним читали Гомера, Страбона и Аристотеля. В письме Балак передает рассказ одного голландца, Оливера (по-русски Алферия), прожившего несколько лет в

плену в России и ездившего на реку Обь. В этом рассказе содержатся уже более реалистичные сведения о Сибири, основанные на свидетельствах очевидца, в том числе о племени самоедов [5, с. 182–185].

Мысль о близости Сибири к Америке и перспективах морского сообщения между ними, пожалуй, впервые излагает известный немецкий авантюрист, служивший в опричнине Ивана Грозного, Генрих Штаден, в своей книге «Страна и правление московитов»: «Таким образом, вслед за страной московитов, которая не простирается далее Мезени, живут на протяжении тысячи миль пути язычники и дикие народы, а из Оби-реки можно проплыть в Америку, причем два рейса из Колы или Оби в Америку равняются одному тому, который можно сделать туда из Испании» [17, с. 479].

Наконец, о начале покорения русскими Сибири, которое происходит уже во второй половине или даже скорее ближе к концу XVI столетия, общаются английские авторы этого времени (ведь известно, что англичане именно тогда открыли для себя Россию — начиная с путешествия Ричарда Ченслера в 1553 г. [18, с. 1–29; 19, 47–66]). В частности, английский посол в России и автор книги «О Русском государстве» Джайлс Флетчер рассказывает, что «в Сибири (где царь продолжает свои завоевания), построено несколько крепостей и поставлены гарнизоны, в числе около шести тысяч солдат, из русских и поляков, которые царь усиливает, отправляя туда новые партии для населения по мере распространения владений» [20, с. 73]. Но наиболее подробно об истории покорения Сибири рассказывает голландец Исаак Масса в двух статьях, специально посвященных Сибири, которые вошли в вышедший в 1612 г. в Амстердаме сборник географа Гесселя Герритса [21, с. 4–5]. Тот же самый рассказ приводится в сочинении «История войн в Московии» (1601), впервые опубликованном спустя два с половиной века после смерти Массы (в 1866 г.) [5, с. 256–274].



Рис. 3. Сибирский шаман (из книги Н. Витсена ([22]; [5, с. 426–428]) [5, с. 428].

В XVII веке Сибирь была уже хорошо известна в Европе. Были известны уже многие сибирские города (Тобольск, Верхотурье, Пелымь, Тина, Березов, Манган, Шуйск, Тара, Нерчинск на реке Оби, Новинск и Томск) и тот факт, что уже тогда Сибирь стала служить основным местом ссылки преступников со всей России [11, с. 386]. О Сибири упоминают многие известные европейские писатели, например, Джон Мильтон [23, с. 11–16] и Даниэль Дефо. Ведь одно из своих новых путешествий после возвращения с необитаемого острова его знаменитый герой Робинзон Крузо совершил именно в Сибирь, и, конечно, сибирская жизнь и природа описываются великим мастером слога во всей красе, хотя и не без художественных преувеличений. Робинзон побывал, в частности, в Тобольске, Тюмени, Соликамске и Енисейске [24]. Правда, это путешествие приходится уже на начало XVIII века (1703 г.), то есть несколько выходит за рамки нашей статьи.

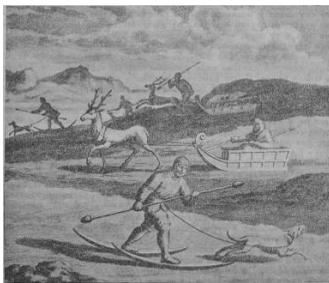


Рис. 4. Езда в Сибири (из книги Н. Витсена) [5, с. 259].

Завершить эту краткую историю формирования представлений о Сибири в европейской литературной традиции мы бы хотели стихотворением английского поэта XVI века Уильяма Уорнера, поскольку в стихах литературные представления обычно передаются в наиболее сконцентрированной форме и наиболее отчетливо. Это фрагмент поэмы У. Уорнера «Англия Альбиона», 1586 года, в которой кратко пересказана вся история Англии, с древнейших времен до королевы Елизаветы I:

Нет, не легко проплыть на Обь, и путь туда далек.
Но смелый Бёрро там бывал, трудами пренебрег.
Через холодные моря в Лапландию проплыл,
Весьма опасный путь на Обь для Англии открыл.
Что видел он среди вайгат и самоедов там?
Их чумы, идолов и как рыбак по берегам
Таскает лодку на спине, рыбака целый день.

Как возит на себе людей послушный им олень.
Как мертвецов они едят, едят своих детей,
Как привлекают всех они богатством соболей;
Про их мороз и снег я рассказать вам рад.
Сколь много Бёрро повидал чудес в стране вайгат!
Как подвиг Ченслора, велик его упорный труд.
Как Пэт и Джекмен он страдал в снегах суровых тут.
(Пер. Б. Миротворцева) [5, с. 169].

Если попытаться сравнить образ Сибири с образом России в западноевропейских сочинениях того же времени, можно заключить, что это два совершенно разных образа. Хотя какие-то общие черты, разумеется, можно найти — холодный климат, влияние античной традиции. Но представления о России («Московии», как ее чаще тогда называли европейские авторы) гораздо в большей степени основаны на реальных данных, так как с ней у западноевропейцев уже давно были прямые контакты. Также в описаниях России присутствуют разные культурные и политико-идеологические мотивы — подчеркивание деспотизма власти, рабология народа и т.п. В описаниях Сибири такие мотивы отсутствуют.

Подводя итог, следует отметить, что в течение XV–XVII вв. в представлениях европейцев о Сибири легенды преобладали над реальными знаниями. Это связано с большим влиянием античного географически-этнографического наследия на литературную традицию раннего Нового времени и малым количеством информации о столь отдаленных и слабоизученных в то время даже активно осваивавшими их русскими краях. Ситуация с балансом легенды и действительности переломится в обратную сторону только в XVIII столетии, когда будут предприняты первые путешествия европейских исследователей в Сибирь и будут составлены ее научные описания. Мы имеем в виду, прежде всего, данные экспедиций Д.Г. Мессершмидта, И.Г. Гмелина, П.С. Палласа, И.В. Георги, Э. Лаксмана, И. Зиверса, В. Беринга, Г.Ф. Миллера и др. (см.: [24]).

Литература

1. Козулин В.Н. Образ России и русских в сочинении Маржерета // Известия АлтГУ. Серия «Исторические науки и археология». 2017. № 5.
2. Подоляк Ж.И., Гурченко Ю.А. Англоязычные описания Вологодского края в XVI–XVII в.: становление русско-культурных ксенонимов в английском языке // Universum: Филология и искусствоведение: электрон. научн. журн. 2014. № 12 (14).

3. Сибирь в известиях западноевропейских путешественников и писателей. XIII–XVII вв. Т. I. Ч. I / Предисл., ред. и коммент. М.П. Алексеева. Иркутск, 1932.
4. Сибирь в известиях западноевропейских путешественников и писателей. XIII–XVII вв. Т. I. Ч. II (вторая половина XVII века) / Предисл., ред. и коммент. М.П. Алексеева. Иркутск, 1936.
5. Сибирь в известиях западноевропейских путешественников и писателей. XIII–XVII вв. Введение, тексты и комментарий / Предисл., ред. и коммент. М.П. Алексеева. 2-е изд. Иркутск, 1941.
6. Зиннер Э.П. Сибирь в известиях западноевропейских путешественников и ученых XVIII века. Иркутск, 1968.
7. Марченко В.П. Ватикан — Московия — Сибирь: XVI–XVII века. М., 2018.
8. Кызласов Л.Р. Письменные известия о древних городах Сибири. Спецкурс. М., 1992.
9. Dieterich K. Byzantinische Quellen zur Länder und Völkerkunde (5.–15. Jh). Leipzig, 1912.
10. Козулин В.Н. Образ скифов в античной литературной традиции. Барнаул, 2015.
11. Утверждение династии. А. Роде, А. Мейерберг, С. Коллинс, Я. Рейтенфельс. М., 1997.
12. Олеарий А. Описание путешествия в Московию и через Московию в Персию и обратно. СПб., 1906.
13. Хорошкевич А.Л. Сигизмунд Герберштейн и его «Записки о Московии» // Герберштейн С. Записки о Московии. М., 1988.
14. Герберштейн С. Записки о Московии / Пер. с нем. А. И. Малеина и А. В. Назаренко. М., 1988.
15. Герберштейн С. Записки о Московии. В двух томах. Т. II. Статьи, комментарий, приложения, указатели, карты. М., 2008.
16. Lehrberg A.Ch. Untersuchungen zur Erläuterung der älteren Geschichte Rußlands. SPb., 1816.
17. Штаден Г. Записки о Московии. Т. I. Публикация. М., 2008.
18. Середонин С.М. Известия англичан о России XVI в. (Ченслер, Дженкинсон, Рандольф, Баус). М., 1884.
19. Английские путешественники в Московском государстве в XVI веке / Пер. с англ. Ю.В. Готье. М., 1937.
20. Флетчер Дж. О государстве Русском, или образ правления русского царя. Изд. 3-е. СПб., 1906.
21. Масса И. Краткое известие о Московии в начале XVII века. М., 1937.
22. Витсен Н. Путешествие в Московию. СПб., 1996.

23. Московия Джона Мильтона, со статьею и примечаниями Ю.В. Толстого. М., 1875.

24. Дефо Д. Дальнейшие приключения Робинзона Крузо. Робинзон Крузо в Сибири // Дефо Д. Избранное. М., 1971. С. 280–302.

А.В. Кротов, Е.В. Мардасова
***Предпосылки развития круизного и водного
экскурсионно-прогулочного туризма по Оби
на территории Алтайского края***

Туристская отрасль постепенно занимает все большее место в мировой экономике и соответственно в хозяйствах всех стран. В наиболее развитых государствах это обязательно один из лидеров среди отраслей по доле в государственном ВВП. Как правило, туризм стоит на первом-третьем месте в списке основных доходных видов хозяйства в странах так называемого «золотого миллиарда». Россия и большинство стран бывшего Советского Союза стоят несколько в стороне от этой мировой тенденции, но это прежде всего связано с меньшими доходами и исторически другой основной специализацией и формой общественного развития. Хотя сейчас для Абхазии, Грузии и стран Прибалтики туризм играет почти везде ведущую роль. Здесь лучшие природно-климатические и культурно-исторические предпосылки для развития туристско-рекреационного комплекса, с советского времени эта специализация развивалась на данной основе и сейчас продолжает. Тем более что в разной степени, но повсеместно в отмеченных странах произошла деиндустриализация хозяйства и автоматически сектор услуг занял еще более высокие позиции. Стабильные и весомые экспортные поступления, как оказалось для этих стран, проще зарабатывать на индустрии гостеприимства.

Для нашей же страны актуально значительное преобладание выездного зарубежного туризма над въездным, что ведет к своеобразному выводу валютной выручки. Именно желание сохранить доходы от экспорта, изменение структуры отечественной экономики и приближение ее к структуре развитых стран, поляризация населения, то есть очевидное появление богатого, обеспеченного и среднего класса, которым по определению необходим достойный и продолжительный отдых и необходимость стимуляции развития регионов, находящихся в депрессивном экономическом состоянии привели к продвижению туристской отрасли в местах, где исторически туризм не занимал столь явного приоритетного направления. Также для Алтайского края актуальность расширения дестинаций местного туризма усиливается из-за транзитного характера региона (в большинстве своем путешественни-

ки едут в Республику Алтай через Алтайский край). В условиях сохранения этого положения можно наращивать предложение такого продукта, который теоретически востребован и совсем не хуже, и иной, чем маршруты и отдых в том же Горном Алтае или нашей Белокурихе. Не будем останавливаться на деиндустриализации нашего края, можно перечислить только флагманов местной промышленности, которые полностью прекратили свое существование как производственные площадки и их будет около четверти (ХБК, КХВ, Радиозавод и т.д.), большинство остальных в разы сократили реальные обороты за исключением, пожалуй, единиц предприятий и заводов пищевой отрасли. А ведь надо и рабочие места создавать и продукт какой-то производить, пусть и в секторе услуг.

Вот почему в последние десятилетия в регионах России, в том числе и Алтайском крае, с целью получения доходов, создания рабочих мест и развития и расширения рекреационной деятельности активно осваиваются новые территории с разнообразными ландшафтами, благоустраиваются ранее освоенные. Интерес к изучению рекреационных условий не случаен и с экономической точки зрения, так как весь имеющийся туристско-рекреационный потенциал полноценно не эксплуатируется. В результате анализа мы выявили очень перспективные направления расширения туристского предложения за счет включения водных ресурсов прежде всего реки Оби, которые крайне слабо задействованы в туристской отрасли. Это связано с объективными сложностями их оценки, недостаточной проработанностью хозяйственных условий и механизмов развития речного транспорта и дополняющих и сопутствующих отраслей, поэтому деловые круги не видят пока дальнейших перспектив его использования.

Туристско-рекреационная деятельность является одним из приоритетных направлений социально-экономического развития Алтайского края. Туризм в Алтайском крае стал самостоятельной отраслью экономики, от активного развития которой получают мощный мультипликативный эффект сопутствующие направления бизнеса, увеличивается занятость и уровень жизни населения территории. Одной из главных задач развития туристско-рекреационной сферы в регионе является оценка туристско-рекреационных ресурсов и территориальное планирование их рационального использования с учетом возможностей кластерообразования для повышения рентабельности бизнеса и расширения круга возникающих отраслей за счет смежных хозяйственных направлений. Наряду с проводимой работой в этом направлении в Алтайском крае имеется существенный потенциал, который пока не задействован в сфере туризма, но может стать одной из точек роста в

регионе. Так, благодаря наличию одной из самых протяженных рек в России – Оби, в крае имеются перспективы для развития круизных и экскурсионно-прогулочных туров.

Речной круизный туризм занимает особое место среди основных видов туризма. Данное направление туризма считается одним из наиболее приоритетных и высокодоходных секторов современного туристского бизнеса развитых стран. В то же время круизный продукт является для российских потребителей новым и еще недостаточно изучен, чтобы стать массовым. Вместе с тем этот вид туризма является одним из самых перспективных и динамичных направлений туристской индустрии.

Вопросы развития круизного туризма рассматриваются в работах многих отечественных авторов. Понятийно-методологическая составляющая данного направления отражена в работах Д.С. Ушакова [1], М.Б. Биржакова [2], Н.Л. Безруковой [3], А.С. Кускова [4], А.В. Бабкина [5]. Исторические аспекты развития круизного туризма в России рассмотрены в трудах Н.Д. Алексеевой [6], А.И. Зырянова [7], М.Э. Францева [8] и др. Опыту внедрения и продвижения круизного и водного экскурсионно-прогулочного туризма, как экономически эффективного вида туристско-рекреационной деятельности посвящена работа О.В. Лысиковой [9]. Проблемы в функционировании рассматриваемого вида туризма в региональном аспекте охватывают географически широкий спектр регионов и представлены в работах Е.Ю. Антоновой [10], А.Р. Валиуллиной [11], М.Н. Войт [12], Л.Л. Духовной [13], Е.Г. Гусева [14], Н.В. Телепченковой [15], Н.П. Седых, А.А. Березкина [16], Л. Оркина [17], Э.А. Жигуновой, С.Д. Градиной [18] и др.

Относительно Алтайского региона практически не выполнялось научно-прикладных исследований развития круизного и водного экскурсионно-прогулочного туризма. В этом ключе можно назвать труды А.Г. Фаркова о проведенном анализе основных направлений и приоритетов развития речного туризма в Алтайском крае и Республике Алтай [19], А.В. Кротова и Н.С. Мамешиной о перспективах развития и опыте проектирования обских круизов [20].

Комплексной оценке туристско-рекреационного потенциала посвящены многочисленные работы отечественных ученых: В.С. Преображенского, И.В. Зорина, В.А. Квартальнова [21], Ю.А. Веденина [22], Б.П. Кочурова [23], Е.Ю. Колбовского [24], Н.С. Мироненко, И.Т. Твердохлебова [25], Л.Н. Мухиной [26], В.Б. Нефедовой [27], Ю.А. Худеньких [28], В.С. Боголюбовой [29], В.П. Чижовой [30], Л.И. Егоренкова [31], Д.А. Дирина [32] и др. Вместе с тем до настоящего времени не решена проблема оценки туристско-рекреационного потенциала для целей развития круизного и водного экскурсионно-

прогулочного туризма. Наиболее успешные работы в этой области для Волжского водного пути и прилегающей территории проведены Ю.В. Кокиной [33, 34].

Вопрос развития круизного и водного экскурсионно-прогулочного туризма в Барнауле и Алтайском крае неоднократно рассматривался среди представителей администрации, туристического бизнеса, журналистской общественности, потенциальных рекреантов, но остается проблемным для решения в силу слабой материально-технической базы водного речного транспорта и отсутствия комплексных рекреационно-географических исследований речной акватории и прилегающей прибрежной территории.

В связи с этим, разработка комплексной методики оценки туристско-рекреационного потенциала Обского водного пути и вариантов и возможностей его использования в границах Алтайского края для развития круизного и водного экскурсионно-прогулочного туризма является актуальным вопросом теоретико-прикладного значения. Такая оценка позволила бы не только инвентаризировать туристско-рекреационные ресурсы Обской речной акватории и прилегающей территории (в пределах Алтайского края) в целях их актуализации для эффективного использования, но и проектировать круизные и другие водные маршруты в Алтайском крае. Такие туры, на наш взгляд, будут востребованы, так как туристы на протяжении всего путешествия будут наблюдать постоянную смену ландшафтов, их контрастность, живописные пейзажи, открывающиеся с речной акватории. Кроме того, туристско-рекреационная оценка позволит обследовать территорию и акваторию исследования в целях выявления условий для развития сопутствующих видов рекреационной деятельности (развитие экономически и социально значимой отрасли заготовки и переработки дикоросов, традиционных промыслов, охоты и рыбалки, пляжного отдыха и др.).

Исследуемая территория перспективна с точки зрения развития круизного и экскурсионного-прогулочного туризма, одного из наиболее приоритетных и высокодоходных секторов современного туристского бизнеса развитых стран. Разработка системы оценочных критериев и проведение комплексной оценки туристско-рекреационного потенциала в пределах Обского водного пути и прилегающих прибрежных территориях в границах Алтайского края позволят расширить и систематизировать знания о имеющихся туристско-рекреационных ресурсах, используемых в круизном и водном экскурсионно-прогулочном туризме, и осуществлять более успешное позиционирование Алтайского края на национальном и мировом туристских рынках.

В ходе проведенных полевых исследований авторы смогли увидеть многообразные варианты развития речного туризма в Алтайском крае. Это и в том числе короткие маршруты из Барнаула вверх и вниз по течению, организованные для туристов на моторных лодках и катерах разной мощностью и вместимостью. Данные виды туризма актуальны и в связи недоступностью уникальных природных ресурсов водно-пойменной части Оби и ее проток в связи с отсутствием транспорта кроме речного. Рыбалка, сбор ягод, грибов, лекарственных растений и охота в действительно диких местах может быть очень востребована. Тем более эти ресурсы при правильном развитии являются возобновляемыми. Для столицы региона крайне актуально развитие интересных однодневных или маршрутов выходного дня, так как постоянно идет поток командированных и гостей, а также отмеченных выше транзитных туристов, которые практически не останавливаются в Алтайском крае. Также если мы сравниваем наши речные ресурсы с подобными в других сибирских регионах, то должны отметить, что Алтайский край в этом плане обладает более комфортными климатическими условиями, температурным режимом воздуха и воды рек. В случае развития водного ресурсного потенциала можно привлекать туристов, которым интересны водные пляжные и прогулочные маршруты. Также одновременно при полноценном развитии водного пути по Оби удастся постепенно реанимировать жизнь в удаленных приречных деревнях, которые сейчас постепенно теряют свое население. В таких деревнях можно организовать как бизнес-элементы сельского туризма, так и местные заготовку и производство натуральных продуктов.

Литература

1. Ушаков Д.С. Технологии въездного туризма. М., 2006.
2. Биржаков М.Б. Речные круизы // Туристские фирмы : Справочник. Вып.11. СПб., 1996.
3. Безрукова Н.Л. Методологические основы развития речного круизного рынка в России. М., 2014.
4. Кусков А.С. Туристское ресурсосведение. М., 2017.
5. Бабкин А.В. Специальные виды туризма. URL: http://tourlib.net/books_tourism/babkin12.htm
6. Алексеева Н.Д. Исторический аспект развития речного круизного туризма в России // Вестник Волжского университета им. В. Н. Тагичева. 2012. № 3. С. 227–236.
7. Зырянов А.И. Теория и методология рекреационной географии: учебное пособие. Пермь, 2021. URL: <http://www.psu.ru/files/docs/>

science/books/uchebnieposobiya/zyryanov-teoriya-i-metodologiya-rekreacionnoj-geografii.pdf

8. Францев М.Э. Развитие речного туризма в России. Продолжение разговора. URL: https://www.korabel.ru/news/comments/razvitie_rechnogo_turizma_v_rossii_prodolzhenie_razgovora.html

9. Лысикова О.В. Круиз по Волге: от одиночного взгляда к туристскому опыту // Сервис plus. 2010. № 4. С. 115–123.

10. Антонова Е.Ю. Анализ проблемы развития круизного туризма в Нижегородской области и пути повышения его конкурентоспособности // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. 2010. № 3–2. С. 400–404.

11. Валиуллина А.Р. К вопросу о проблемах и перспективах круизного туризма в Республике Татарстан // Университетский спорт: здоровье и процветание нации : материалы V межд. науч. конф. студ. и молодых ученых : в 2 т. Казань, 2015. С. 211–214.

12. Войт М.Н. Рынок речных круизов в России: проблемы и пути их решения // Сервис plus. 2013. № 4. С. 39–47.

13. Духовная Л.Л. Основные тенденции и проблемы развития рынка внутренних речных круизов в России // Сервис в России и за рубежом. 2009. № 4 (14). С. 77–83.

14. Гусев Е.Г. Факторы развития туризма в Приморском крае // Проблемы современной экономики. 2017. №4. С. 181–184.

15. Телепченкова Н.В. Современные проблемы развития круизного туризма в России // Социальная политика и социология. 2015. Т. 14, № 1. С. 89–96.

16. Седых Н.П., Березкин А.А. Морской и речной круизный туризм. Состояние и перспективы развития на акваториях Ленинградской обл. // Туризм на Северо-Западе России: развитие и инвестиции: Сб. тезисов докладов и выступлений на Междунар. науч.-практ. конф. (г. Санкт-Петербург, 2–3 апреля 2002 г.). СПб., 2002. С. 55–57.

17. Оркин Л. К вопросу о перспективах развития круизного туризма в Санкт-Петербурге // Туризм на Северо-Западе России: развитие и инвестиции: Сб. тезисов докладов и выступлений на Междунар. науч.-практ. конф. (г. Санкт-Петербург, 2–3 апреля 2002 г.). СПб., 2002. С. 152–153.

18. Жигунов Э.А., Градина С.Д. Проблемы развития круизного туризма в Северо-Западном регионе // Туризм на Северо-Западе России: развитие и инвестиции: Сб. тезисов докладов и выступлений на Междунар. науч.-практ. конф. (г. Санкт-Петербург, 2–3 апреля 2002 г.). СПб., 2002. С. 94–98.

19. Фарков А.Г. Речной туризм на Алтае: новые возможности // International Journal of Humanities and Natural Sciences. 2020. Vol. 5-2 (44). DOI: 10.24411/2500-1000-2020-10513.

20. Кротов А.В., Мамешина Н.С. Развитие обского круиза как фактор повышения туристско-рекреационной привлекательности Западной Сибири // География и природопользование Сибири : сб. статей / под ред. проф. Г.Я. Барышникова. Вып. 18. Барнаул, 2014. С. 103–111.

21. Преображенский В.С., Зорин И.В., Квартальнов В.А. Теория рекреалогии и рекреационной географии. М., 2002.

22. Веденин Ю.А., Мирошниченко Н.Н. Оценка природных условий для организации отдыха // Известия АН СССР. Сер. географическая. 1969. №4. С. 51–60.

23. Кочуров Б.И., Иванов Ю.Г. Оценка эколого-хозяйственного состояния территории административного района // География и природные ресурсы № 4. 1987. С. 49–54.

24. Колбовский Е.Ю. Туристско-рекреационный потенциал и его региональная оценка (на примере Верхневолжья) // Проблемы развития туризма и рекреации. СПб., 1998. С. 78–113.

25. Мироненко Н.С., Твердохлебов И.Т. Рекреационная география. М., 1981.

26. Мухина Л.Н. Принципы и методы технологической оценки природных комплексов. М., 1973.

27. Нефедова В.Б., Смирнова Е.Д., Швидченко Л.Г. Методы рекреационной оценки территорий // Вестник МГУ. Сер. геогр. 1977. №2.

28. Худеньких Ю.А. Подходы к оценке туристского потенциала территории на примере районов Пермского края // География и туризм: сб. науч. тр. Пермь, 2006. Вып. 2. С. 217–230.

29. Боголюбова С.А. Эколого-экономическая оценка рекреационных ресурсов : учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. М., 2019.

30. Чижова В.П., Шлякова Е.С. Рекреационный потенциал ландшафтов Алтайского заказника // Вестник Московского университета. Серия 5. География. 2017. (5). С. 90–98.

31. Егоренков Л.И., Кочуров Б.И. Геоэкология: Учеб. пособие. М., 2005. С. 170–171.

32. Дирин Д.А. Оценка и рекреационное использование пейзажно-эстетических ресурсов Усть-Коксинского района Республики Алтай. Новосибирск, 2007.

33. Кокина Ю.В. Комплексная оценка рекреационного потенциала Волжского водного пути для развития круизного туризма // Автореферат диссертации на соискание уч. степ. канд. геогр. наук М., 2012.

34. Кокина Ю.В. Особенности современного освоения рекреационного потенциала Волжского водного пути (на примере круизного туризма) // Проблемы региональной экологии. 2011. №1. С. 94–97.

О.Ю. Курныкин
Реализация проекта «Большой Алтай»:
имиджевый и туристический потенциал

В ряду организационно оформленных инициатив межрегионального сотрудничества проект «Большой Алтай» занимает особое место; он стал одной из реально действующих, приобретшей устойчивость и расширяющей сферы взаимодействия программ приграничного сотрудничества. Начало этому проекту было положено в 2000 г., когда по решению руководителей законодательных органов власти приграничных территорий произошло институциональное оформление Международного координационного Совета «Наш общий дом Алтай». Данная структура объединила шесть административных регионов России (Алтайский край, Республика Алтай), Казахстана (Восточно-Казахстанская область), Монголии (Баян-Ульгийский и Ховдский аймаки) и Китая (Синьцзян-Уйгурский автономный район). Данный проект позволил сконцентрировать усилия ученых, гражданских активистов, представителей законодательной и исполнительной власти приграничных территорий четырех соседних государств, объединенных принадлежностью к «Большому Алтаю» — особому природно-географическому и историко-культурному региону в центре Евразии.

Основными сферами взаимодействия в рамках Международного координационного Совета стали реализация совместных экологических проектов, установление культурных коммуникаций, развитие весьма перспективного туристического потенциала региона, «зеленая экономика» (включая производство экологически чистой продукции).

В ходе реализации экономической составляющей сотрудничества приграничных регионов «Большого Алтая» накоплен определенный опыт взаимодействия как на уровне административных структур, курирующих внешнеэкономическую деятельность, так и на уровне бизнес-сообществ. На протяжении последних двух десятилетий последовательно, хотя и без «взрывных» результатов, возрастал внешнеторговый оборот между приграничными территориями «Большого Алтая». Вместе с тем выявились ограничители в сфере предпринимательства, связанные со схожестью отраслевой структуры региональной экономики (в частности, Алтайского края и Восточно-Казахстанской области, конкурирующими на зерновом, мукомольном, мясном рынках), превращением Урумчи в крупнейший центр оптовой торговли предметами широкого потребления, что определило складывание соответствующей логистической и транспортной инфраструктуры. Вопросы экономического сотрудничества в рамках «Большого Алтая» заслуживают отдельного рассмотрения.

В докладе предпринимается попытка оценить имиджевый и туристический потенциал «Большого Алтая».

Привлекательность тех или иных регионов как центров массового туризма определяется совокупностью нескольких факторов, которые невозможно оценивать в отрыве друг от друга. Взаимодействие и рациональное сочетание этих факторов обладает синергетическим эффектом. Рассмотрим наиболее значимые из этих факторов.

В условиях усиливающейся конкуренции на рынке туристических услуг возрастает значимость целенаправленно формируемого имиджа и самопрезентации региона. Имидж региона становится все более капиталоемким фактором, напрямую влияя на объемы и структуру инвестиций. На протяжении последних двух десятилетий благодаря усилиям ученых (экологов, географов, культурологов и др.), а также общественных активистов удалось значительно продвинуться в формировании привлекательного и узнаваемого образа Алтая. Основными составляющими этого образа являются не только впечатляющие горные ландшафты (это справедливо в отношении любой горной системы), но и своеобразие культурно-исторической компоненты, определяющей неповторимый облик «Золотого Алтая».

В формирование образа Алтая заметный вклад внесли представители евразийской историософской школы, подчеркивающие уникальность региона как духовного центра и перекрестка цивилизаций. В их работах Алтай предстает как «эталонный и репрезентативный регион Евразии» [1, с. 13], вбирающий в себя основные природно-климатические зоны евразийского пространства.

Образ Алтая, продвигаемый сторонниками евразийства, независимо от того, насколько он соответствует историческим реалиям, работает на капитализацию бренда региона и имиджевую привлекательность Большого Алтая. Отсутствие в регионе серьезных этнополитических конфликтов, относительная социально-политическая стабильность повышают привлекательность Алтая для российских и иностранных туристов и вместе с тем парадоксальным образом ослабляют внимание к региону (прежде всего, в распределении бюджетных потоков) со стороны федеральных властей.

Большой Алтай рассматривается (прежде всего, последователями Н.К. Рериха) как уникальное средоточие духовности и мистического откровения, что ежегодно притягивает к нему ищущих духовного просветления. Сакральным значением для последних обладает, прежде всего, г. Белуха, окрестности которой используются для медитаций и реализации разного рода духовных практик. Известные алтайские ученые А.В. Иванов, М.Ю. Шишин, И.В. Фотиева характеризуют Алтай

как оплот духовно-экологической цивилизации, как «стартовую площадку» для ноосферного прорыва [2]. Вместе с тем, сакрализация тех или иных природных объектов, стремление местных жителей оградить «священные места» от назойливого присутствия туристов требуют продуманных и осторожных шагов со стороны местных администраций и представителей турбизнеса.

Свой вклад в популяризацию региона способен внести созданный в 2019 г. на базе Алтайского государственного университета научно-образовательный центр алтаистики и тюркологии «Большой Алтай». Центр, являясь международной некоммерческой организацией, призван стать площадкой для взаимодействия и интеграции усилий специалистов тюркологов, алтаистов, монголоведов. При этом активно продвигается тезис «Большой Алтай — прародина тюрков» [см., например, 3] создан виртуальный музей под таким названием [4]. Независимо от степени научной обоснованности этого утверждения, данный тезис способен повысить международный статус Алтая, ориентирует на актуализацию этнокультурной составляющей туристического потока в регион. Показательно, что интерес к Алтаю как возможной этнической прародине своих народов проявляют ученые из Японии и Кореи. Алтай, по выражению алтайских ученых, представляет собой «уникальное место огранки национальных культур» [5]. Данный нарратив способствует закреплению за Алтаем образа этнического котла Евразии и центра пересечения и взаимодействия цивилизаций.

Дополнительную привлекательность имиджу Алтая как перекрестку цивилизаций придают многочисленные археологические памятники, известность которых вышла далеко за границы региона. Большой Алтай приобретает известность как средоточие всемирно известных археологических памятников (Пазырыкские курганы, мумия, известная как «принцесса Укока», Денисова пещера). Показательно, что Денисова пещера стала центром притяжения не только для ученых, но и для многочисленных туристических групп, что ставит вопрос о создании соответствующей туристической инфраструктуры и археологического парка на базе этого уникального палеокультурного памятника [6].

В современных международных условиях немаловажным фактором, благоприятствующим притоку туристов на Алтай, является отсутствие сколько-нибудь значимых межэтнических и межгосударственных конфликтов. А.В. Иванов и М.Ю. Шишин называют Алтай «мирным собором различных народов, разительно контрастирующим с другими полиэтническими горными регионами Земли, раздираемыми конфликтами» [1, с. 11].

Ассоциативные культурные ландшафты формируются на основе конкретных событий и имен. Имидж Алтая ассоциируется с именами выдающихся деятелей культуры, неслучайно организуются специальные туристические туры «Алтай Рериха» под слоганом «Гении Алтая: Рерих, Чорос-Гуркин, Шукшин» [7].

Немалым потенциалом для повышения узнаваемости и привлекательности имиджа Алтая обладают культурные характеристики региона, его уникальный культурный ландшафт. Данный термин получил широкое распространение среди культурологов и наполнен, прежде всего, культуроохранительным содержанием. В документах ЮНЕСКО культурные ландшафты определяются как «совместные творения человека и природы» [8, с. 112]. Среди объектов Большого Алтая можно встретить территории, подвергшиеся заметному антропогенному воздействию в результате хозяйственной деятельности и различным культурным практикам. В этой связи перспективными представляются событийный туризм, знакомство с сельскими ландшафтами и образом жизни, этнокультурные праздники и фестивали.

Культурный ландшафт может формироваться и при минимальном вмешательстве человека и проявляться в сакрализации природных объектов (горных вершин, рек и озер, других пространственных феноменов) в соответствии с религиозно-этическими представлениям местных жителей. Проблема заключается в сочетании природо- и культуроохранных задач с коммерциализацией природно-культурного ландшафта как неизбежным атрибутом туристического бизнеса.

Следует признать, что Алтаю нелегко конкурировать с такими мощными центрами притяжения туристов как Москва, Санкт-Петербург, черноморское побережье Кавказа, «Золотое кольцо России» и др. Есть и более близкие примеры успешной реализации крупных туристических проектов (например, горнолыжный центр Шерегеш в Кемеровской области, который в сезон 2021 г. посетило более 2 млн туристов; региональными властями поставлена задача превратить Шерегеш в круглогодичный курорт мирового уровня [9]).

В столь высококонкурентной сфере, каковой является туризм, Большой Алтай занял прочные позиции благодаря уникальным рекреационным ресурсам. Основной поток туристов в рамках Алтайской горной системы направляется в два региона РФ — Республику Алтай и Алтайский край, отличающиеся наиболее развитой туристической инфраструктурой. Именно здесь возникает наибольшее антропогенное давление на природную среду. В связи с этим значительным шагом в сохранении биоресурсного потенциала региона стало подключение к решению этой задачи международных организаций, прежде всего,

ЮНЕСКО. Так, в 1998 г. по решению ЮНЕСКО пять природных объектов Республики Алтай (Алтайский и Катунский заповедники, Телецкое озеро, плато Укок, гора Белуха) были включены в единую номинацию «Золотые горы Алтая», что придало им статус охраняемых ЮНЕСКО территорий. Данное решение с энтузиазмом было встречено, прежде всего, местными экологами, поскольку борьба за сохранение биоресурсов Горного Алтая подкреплялась авторитетом одной из наиболее известных организации в структуре ООН. Это решение, в частности, подкрепило позиции ученых и общественных активистов, считавших недопустимым строительство газопровода через плато Укок (проект, так и оставшийся нереализованным). Позднее возникла идея расширения данной номинации ЮНЕСКО за счет включения в нее особо охраняемых природных объектов Монголии, Казахстана и Китая в рамках Большого Алтая.

Номинация ЮНЕСКО «Золотые горы Алтая» не только повышает имиджевую привлекательность региона, но и открывает перспективы получения экономических дивидендов в связи с признанием и подтверждением на международном уровне экологической чистоты природных объектов и произведенных в них продуктов питания. Продукция с подтвержденным брендом экологически чистой обладает дополнительной потребительской ценностью и, соответственно, продается на российском и мировом рынке по более высокой цене.

Алтайская горная система, оказавшаяся волею судеб разделенной между четырьмя соседними государствами, создает предпосылки для реализации проектов трансграничных туристических маршрутов. Однако реализация этих планов сталкивается с немалыми трудностями, обусловленными повышенными требованиями к логистике и туристической инфраструктуре, а также слабой представленностью российского Горного Алтая в зарубежном, в том числе, китайском информационном пространстве [10]. В 2013 г. были подписаны соглашения между туроператорами России и Китая с намерением привлечь китайских туристов в российский Горный Алтай, однако осуществлению этих планов, помимо указанных причин, помешала пандемия COVID-19.

Алтайский край занимает первое место среди субъектов Сибирского федерального округа по количеству и вместимости туробъектов. В 2021 г. в развитие действующих и строительство новых туробъектов вложено более 1,8 миллиарда рублей частных инвестиций, что более чем в два раза превышает показатель 2019 года [11]. В 2021 г. в Алтайском крае было зарегистрировано 1,8 млн туристов, что почти в полтора раза больше, чем в предшествующем, но не достигло допандемийного уровня.

Пожалуй, наиболее амбициозным проектом в рамках Большого Алтая стал международный туристический маршрут «Золотое кольцо Алтая», охватывающий сопредельные территории России, Монголии, Китая и Казахстана. По замыслам разработчиков проекта он должен включать посещение природного парка «Таван-Богд» в Монголии, известного комплексом наскальных рисунков, девственностью природных ландшафтов, что создает предпосылки для организации этно- и экологического туризма. В частности, сотни туристов из разных стран приезжают на ежегодный фестиваль охотников с беркутами — беркутчи.

Китайский сектор маршрута представлен национальным парком Канас с одноименным озером, считающимся в Китае особой природной достопримечательностью. Необходимо отметить, что китайская сторона активно осваивает свою часть Алтайского горного региона и за последние три десятилетия далеко продвинулась в этом направлении. Здесь построены современные автотрассы по периметру Алтайских гор к границе с Казахстаном и Монголией. Полностью реконструирован аэропорт в г. Алтай и построена автомобильная дорога до озера Канас. Район озера Канас, находящегося в 50 км от российско-китайской границы, превращен в современный экологический туристическо-развлекательный комплекс. В 2007 г. ландшафтному парку Канас был присвоен статус туристической зоны государственного значения категории 5А (высшей в Китае), после чего наблюдался большой наплыв китайских туристов [12].

В казахстанскую часть кольцевого туристического маршрута входят Катон-Карагайский национальный парк и Маркакольский природный заповедник. Для туристов центрами притяжения являются восточная вершина г. Белухи, крупнейший на Алтае Коккольский водопад, рисунки-петроглифы и древние захоронения в Бухтарминской долине.

Еще с начала 2000-х гг. инициаторы проекта «Наш общий дом — Алтай» обратили внимание на опыт трансграничной интеграции в Альпийском регионе для использования его при формировании межрегиональных коммуникаций в рамках Большого Алтая. Однако схожесть ряда параметров алтайского и альпийского регионов (горный ландшафт, этнокультурное разнообразие, территориальная разделенность между рядом государств) не стала достаточным основанием для системного заимствования европейского опыта межрегионального сотрудничества. Альпийский вариант трансграничной интеграции реализовывался в более широком контексте общеевропейской интеграции; он поддерживался руководящими структурами ЕЭС, затем Европейского Союза. В Альпийском регионе параллельно действовало не-

сколько интеграционных проектов. Под альпийский вариант межрегионального сотрудничества была подведена многоуровневая институциональная основа и нормативно-правовая база, при этом основными инициаторами и проводниками межрегионального взаимодействия выступали органы местного самоуправления, администрации провинций, областей и т.д. (т.е. органы местного и регионального управления), возникла разветвленная сеть трансграничных организаций, осуществлявших взаимодействие в основном в сферах культуры, спорта, транспортного сообщения. Кроме того, интеграционные проекты в Альпийском регионе опирались на солидную финансовую базу, в частности за счет привлечения ресурсов Европейского фонда регионального развития.

Надежды на возможность использования европейского опыта (частности, особый интерес, по мнению С.Ю. Ножкина, представляла модель Альпийско-Адриатического рабочего сообщества) для становления и институализации региона Большого Алтая оказались несколько завышенными [13; 14]. Очевидно, в условиях меньшей плотности и мобильности населения, больших расстояний, ограниченности ресурсов, менее развитой транспортной системы, в Алтайском регионе трудно выстроить столь же плотную и эффективно функционирующую сеть трансграничного взаимодействия.

Привлекательность Алтая возрастает в условиях сокращения выездного туризма. Современные реалии (пандемия COVID-19, санкции против отдельных государств) нанесли сильнейший удар по международному туризму. В 2021 г. выездной туристический поток из России составил около 7,5 млн человек, что на 40% меньше, чем в доковидном 2019 г. [15]. В то же время количество российских туристов, путешествующих по стране, составило в 2021 г. 56 млн человек (90% от уровня 2019 г.) [16].

Основной туристический поток на Алтай (примерно 70%) идет из соседних регионов — Новосибирской, Кемеровской, Томской, Омской областей, Красноярского края. На Москву и западные регионы России приходится лишь 10% туристов [16]. Данные цифры еще раз подчеркивают ключевое значение транспортной доступности для развития массового туризма.

Подводя итоги, отметим следующее. Благоприятные природно-географические и историко-культурные характеристики Большого Алтая делают его одним из наиболее привлекательных горных регионов для развития массового, в том числе международного, туризма. Вместе с тем, основными сдерживающими факторами являются отдаленность региона, удорожающая доставку туристов, недостаточный качествен-

ный уровень туристической инфраструктуры и услуг, не позволяющий конкурировать с туркластерами мирового уровня.

Следует также отметить недостаточную разработанность нормативно-правовой основы трансграничного туризма, что сдерживает реализацию таких проектов как «Золотое кольцо Алтая». Определяющее воздействие на формы и содержание трансграничного взаимодействия в рамках Большого Алтая оказывают такие акторы как государства, причем как на центральном, так и на региональном уровнях. За прошедшие два десятилетия произошла институализация межрегионального сотрудничества, означавшая, по словам С.Ю. Ножкина, «переход от бессистемных связей к совместным действиям, которые координируются в рамках общих органов сотрудничества, в соответствии с совместно определенными целями и задачами» [17, с. 322].

Вместе с тем трансграничное межрегиональное взаимодействие в рамках Большого Алтая осуществляется в конкретном политико-правовом контексте, определяющим в рамках отдельных государств формат взаимоотношений центра и регионов, уровень полномочий и степень ответственности региональных администраций. В российских реалиях стремление регионов к самостоятельному контролю над ресурсами и выстраиванию трансграничного взаимодействия без посредничества федерального центра наталкиваются на иерархичность системы управления, когда регионы занимают подчиненное положение во властной структуре государства.

Перспективы межрегионального сотрудничества в регионе Большого Алтая связаны, прежде всего, с совершенствованием транспортной и туристической инфраструктуры с учетом запросов на различные виды туризма (экологический, сельский, этнотуризм, гастротуризм, медицинский) и разный уровень комфорта. В частности, предполагается строительство новых международных пунктов пропуска: «Ташанта» на российско-монгольской границе и «Карагай» на российско-казахстанской границе; к 2024 г. планируется открытие международного терминала в аэропорту Горно-Алтайска; в 2023 г. предусмотрено проведение на территории Монголии туристско-спортивного фестиваля «Большой Алтай». Вместе с тем, реалии начала 2020-х гг. (пандемия COVID-19, санкционные ограничения, введенные против РФ), побуждают скорректировать прежние планы, сделав ставку на внутренний туристический поток.

Литература

1. Алтай трансграничный: пути международной интеграции и устойчивого развития / Под общей редакцией М.Ю. Шишина. М., 2013.
2. Иванов А.В., Фотиева И.В., Шишин М.Ю. Духовно-экологическая цивилизация: устои и перспективы. Изд. 2-е, испр. Барнаул, 2010. URL: <http://rudocs.exdat.com/docs/index-128107.html>
3. Фахрутдинов Р.Г., Фахрутдинов Р.Р. Алтай и Центральная Азия: колыбель тюрков // Тюркологические исследования. 2018. Т. 1. № 3. С. 5–18.
4. Виртуальный музей «Большой Алтай — прародина тюрков». URL: <https://bolshoy-altay.asu.ru/museum>
5. Иванов А.В., Шишин М.Ю. Большой Алтай: опыт региональной евразийской интеграции. URL: https://altaiinstitute.ru/wp-content/uploads/2017/09/Ivanov-SHishin_Istoki-i-itogi-proekta-Nash-obshhij-dom-Altaj.pdf
6. Пивоварова Я.Ю., Шварцовская Ю.А., Поморов С.Б., Сергеева Н.В. Археологический парк «Денисова пещера» с визит-центром как стратегический ресурс развития туризма в Алтайском крае // Ползуновский альманах. 2021. № 2. С. 152–155.
7. Алтай Рerixa. URL: <https://www.silver-ring.ru/ru/trip/ru/altai/geniialtaya/>
8. Кулешова М.Е. Культурные ландшафты, их место в списке Всемирного наследия и перспективы Российского представительства // Наследие и современность = Heritage and Modern Times. 2018. № 1 (4). С. 111–130.
9. Более двух миллионов туристов посетили Шерегеш. URL: <https://ria.ru/20220407/sheregesh-1782226289.html>
10. Республика Алтай готовится принимать туристов из Китая. URL: <https://altai-info.com/novosti/2528-respublika-altay-gotovitsya-prinimat-turistov-iz-kitaya.html>
11. В Алтайском крае обсудили развитие туризма в 2021 году и определили задачи на 2022 год. URL: <https://tourism.alregn.ru/news/novosti/v-altayskom-krae-obsudili-razvitie-turizma-v-2021-godu-i-opredelili-zadachi-na-2022-god>
12. Бао Дунси, Ли Чунься, Чжан Тин. Более 100 тысяч туристов в день посещают озеро Канас. URL: <http://ru.siluxgc.com/html/R1682/201908/4400446075178637.shtml>
13. Ножкин С.Ю. Состояние и перспективы приграничного сотрудничества в Алтайском регионе в свете европейского опыта // Россия, Сибирь и Центральная Азия: взаимодействие народов и культур. Материалы Четвертой международной научно-практической конфе-

ренции. Барнаул, 2003. С. 160–169.
URL: <https://centrasia.org/newsA.php?st=1078062660>

14. Макарова Е.В. Имидж региона: альпийский и алтайский опыт // PR в изменяющемся мире: сборник статей / под ред. М.В. Гундарина, Ю.В. Явинской. Барнаул, 2008. Вып. 6. URL: <https://www.asu.ru/files/documents/00003415.pdf>

15. За рубежом по итогам 2021 года отдохнут порядка 7,5 млн российских туристов. URL: <https://tourism.interfax.ru/ru/news/articles/84155>

16. Внутренний туризм в 2021 году восстановился на 90% к доковидному уровню. URL: <https://tourism.interfax.ru/ru/news/articles/85418>

17. Ножкин С.Ю. Большой Алтай: институализация межрегионального сотрудничества // Дневник Алтайской школы политических исследований. № 19/20. Современная Россия и мир: альтернативы развития (трансграничное сотрудничество и проблемы национальной безопасности): Материалы круглого стола и международной научно-практической конференции / Под ред. Ю.Г. Чернышова. Барнаул, 2004. URL: http://ashpi.asu.ru/prints/pdf/dn19_20d.pdf

18. Координационный совет «Наш общий дом — Алтай» провел очередное заседание. URL: <https://www.gorno-altaisk.info/news/137281>

Е.М. Кушнарева
Хозяйственная аккультурация русских
переселенцев и коренного населения Туркестана
в конце XIX — начале XX в.

История присоединения и административно-территориального включения Туркестана в состав Российской империи в конце XIX — начале XX в. изучалась в советское время, активно рассматривалась как российскими, так и центральноазиатскими авторами. К настоящему времени изданы общие работы по включению региона в состав Российской империи [1], опубликованы работы, в которых рассматривается крестьянская колонизация Туркестана [2; 3]. Также в исследовательской литературе уделяется внимание вопросам аккультурации русских переселенцев и коренного населения в Туркестане [4; 5; 6; 7].

Оренбургский исследователь С.Ю. Любичанский в статье «К истории бытовой аккультурации казахов и татар в Российской империи XIX века» дал определение термину «аккультурация». По его мнению, это культурное влияние в рамках единого государственного организма, ставящее целью создать из новоприсоединённых жителей лояльных имперских подданных с собственной идентичностью, с возможностью обратного влияния со стороны этих народов [8, с. 280]. В выводе он

подчеркивал мысль о том, что аккультурация была успешной именно в хозяйственной деятельности проживающих в непосредственной близости народов [8, с. 282.]

Российский антрополог О.И. Брусина отмечала, что связи между соседствующими группами русских переселенцев и коренным населением развивались на основе спонтанно идущего процесса их приспособления друг к другу. Несмотря на практику расселения переселенцев в отдельных переселенческих посёлках и «ограждение» переселенцев от контактов с коренным населением» [6, с. 137–138], переселенцы контактировали с кочевниками и сартами, вступали в торговые отношения. Тем самым происходило постепенное влияние разных культур друг на друга. Наиболее заметной сферой, подвергшейся аккультурации, была хозяйственная деятельность, в первую очередь способы ведения сельского хозяйства. Усиление контактов русских переселенцев и коренного населения Туркестана обогатили хозяйственную деятельность друг друга.

Русские переселенцы, прибывавшие в Туркестанский край, должны были приспосабливаться к новой для них ирригационной системе земледелия: «поливная система земледелия, невиданная в России, казалась неслыханным делом - орошать землю, засеянную хлебом» [7, с. 12], но они пользовались и привычной для них системой земледелия на богарной земле, т.е. где не было необходимости в искусственном орошении. Данные, приведённые в отчёте по служебной поездке в Туркестан осенью 1910 года чиновником особых поручений при Переселенческом Управлении Н. Гавриловым [9] и в труде Л. Костенко «Средняя Азия и водворение в ней русской гражданственности» [10], позволяют подтвердить происходившие процессы аккультурации в земледелии. «Посёлок (Ново-Николаевка в Ташкентском уезде Сырдарьинской области) разбит на богарной земле одним порядком по берегу Ханым арыка, орошающего надельную землю. Для орошения тех усадебных мест, на которые в виду их высокого положения относительно Ханым арыка не попадала вода, устроен самодействующий чигирь» [9, с. 28]. Чигирь действовал следующим образом: «В тех случаях, когда нельзя поднять воды посредством плотин, употребляют особый водоподъёмный снаряд, называемый у киргизов чигирём, а у бухарцев персидским колесом. Снаряд состоит из колеса, к которому прикреплены небольшие сосуды, зачерпывающие воду. Этот снаряд приводится в движение посредством зубчатых колёс, на одно из которых действует сила животного. Иногда же взамен колеса употребляется простой черпак, совершенно подобный водоотливательным лейкам на наших баржах. Эти машины ставятся обыкновенно не на самой реке

или канаве, но в особо устроенном резервуаре, откуда вода, будучи поднята, по большей части спускается на бороздки, проведённая в разных направлениях на полях. Затем отсюда вода уже по мере надобности спускается на пашни» [10, с. 170]. Это свидетельствует о том, что русские переселенцы в хозяйственной жизни в Туркестане активно использовали опыт коренного населения в орошении земельных наделов. Отмечалось также обратное влияние указанных групп друг на друга, потому что часть кочевников стала переходить на оседлый образ, что изменяло их хозяйственный уклад: «уже несколько лет спустя после поселения в крае русских, кочевник-киргиз начал засеивать поле пшеницею» [7, с. 15].

До вселения переселенцев в Туркестан коренное население возделывало следующие сельскохозяйственные культуры: «Киргизы засеивают по преимуществу просо, служащее главнейшим для них пропитанием, затем пшеницу и отчасти ячмень, употребляемый для корма лошадей. <...>. Оседлые народы Туркестана, наоборот, засеивают больше всего пшеницу, затем рис, потом просо и наконец ячмень, заменяющий здесь овёс» [10, с. 167]. Из приведённой цитаты стоит выделить такую культуру, как рис, потому что «к югу от Джаркента, благодаря мягкому климату, производились обширные посевы риса. <...> ...вопрос о необходимости поддержать культивирование риса в Средней Азии заботил администрацию <...>. Рис является растением, требующим не только орошения, но даже заливания водой территории его посевов» [7, с. 22–23]. Соответственно, русские переселенцы пытались освоить технику посадки риса.

По поводу заимствований в хозяйственной сфере стоит также отметить используемые орудия труда: «новыми для русских оказались и рабочие инструменты, применяемые при сельскохозяйственных работах в Средней Азии: топор - тиша и кетмень - дисковая мотыга для земляных работ. <...> Он (кетмень) быстро вошёл в употребление в русских селениях» [7, с. 15]. Разницу в применении орудий труда также можно проследить: «отличается от русской сохи и омач, который не переворачивает пласт, а только разрыхляет его, отличается от русской бороны и азиатская малла с зубцами и без зубцов, которая выравнивает вспаханное поле» [7, с. 15]. Но не только русские переселенцы стали использовать активно новые для них трудовые инструменты: «однако и русские земледельческие орудия приобретают распространение у народов Туркестана» [7, с. 15].

Необходимо также отметить, что мастера кустарных промыслов из коренного населения г. Ташкент быстро осваивали у русских переселенцев и ремесленников новые методы производства, что подтвержда-

ется в отчёте военного губернатора Сырдарьинской области Н.И. Королькова за 1902 г.: «кустарь-туземец, отличающийся наблюдательностью и способностью приспособляться к новым условиям, перенял у русских мастеров многое. В настоящее время среди сартов встречается очень много столяров, плотников, кровельщиков, каменщиков и лепщиков, работающих по русской системе и получающих за труд не менее русского мастера» [11, л.45об.].

Изменения касались также и скотоводства. Имперское правительство считало, что «леность и вместе с нею ограниченность желаний заставляют киргиза довольствоваться одним скотоводством» [10, с. 164]. Туркестанская администрация ставила перед собой задачу сделать коренное население Туркестана оседлым для его быстрейшего вовлечения в оседлоземледельческую деятельность. В результате русские переселенцы повлияли следующим образом: «во-первых, в постепенном приучении делать запасы кормов на зиму, и, во-вторых, в ещё более замедленном приучении кочевников к стойловому животноводству» [7, с. 33], т. е. они начали выполнение задачи, которую перед собой поставило государство. Но это было не воздействие, а взаимовлияние народов друг на друга, поэтому и в хозяйстве русских переселенцев наблюдались изменения в разведении крупного рогатого скота: «началось скрещивание животных завезённых пород с местными киргизскими породами» [7, с. 34].

Следует упомянуть также аккультурацию огородничества. Русские переселенцы под влиянием коренного населения стали выращивать новые для них бахчевые культуры: «дыни, породы которых весьма многочисленны (знаменитейшая хивинская, затем бухарская), арбузы» [10, с. 177]. Русские переселенцы способствовали большему распространению в огородах капусты и картофеля. В работе А. Костенко отмечается: «Капусту можно считать перенесённую русскими. По крайней мере в Ташкенте её стали понемногу возделывать только с нашим приходом. <...>. Картофель также стали разводить русские» [10, с. 177], «только с приходом русских, под влиянием примера русских крестьян и у коренного узбекского населения появились посева картофеля, который узбеки возделывали» [7, с. 16].

Говоря о хозяйственной аккультурации, происходившей в Туркестане при «водворении» в него русского населения, стоит отметить и садоводство. До завоевания Российской империи в садах региона выращивали урюковые деревья, персик, сливу, айву, джиду, гранат, грецкий орех и виноград, а после появления русских коренное население стало сажать яблони, грушу, малину, смородину и др. [12, с. 288]. Здесь ещё необходимо подчеркнуть развитие виноградарства, роль

которого изменилась для местного населения: «до прихода русских виноград был известен в крае, но плоды его ели только в свежем виде или сушили — это кишмиш. Его и раньше, и сейчас узбеки и другие народы Туркестана, например, таджики, употребляют к чаю, в плов, в дастархан (угощение, приносимое гостями хозяину)» [7, с. 20]. В работе Л.А. Перепелицыной отмечается, что техника сушки коренных народов могла испортить виноград, поэтому туркестанская администрация планировала обучение рациональным способам сушки не только винограда, но ещё и урюка (абрикосов) и других фруктов [7, с. 21].

В целом, можно сделать вывод о том, что аккультурация стала неотъемлемым процессом, сопровождавшим включение Туркестана в состав Российской империи и адаптацию русских переселенцев в регионе. Определённые изменения в хозяйственной деятельности русских переселенцев и коренного населения Туркестана происходили под влиянием двух культур в конце XIX — начале XX века. При этом хозяйственная аккультурация происходила активно в сельском хозяйстве, включающем земледелие, скотоводство, огородничество и садоводство. Активно шел процесс заимствования опыта кустарных промыслов.

Литература

1. Центральная Азия в составе Российской империи / С.Н. Абашин, Д.Ю. Арапов, Н.Е. Бекмаханова [и др.]. М., 2008.
2. Галузо П.Г. Туркестан-колония : очерк истории Туркестана от завоевания русскими до революции 1917 года. М., 1929.
3. Фомченко А.П. Русские поселения в Туркестанском крае в конце XIX — начале XX в. : социально-экономический аспект. Ташкент, 1983.
4. Брежнева С.Н. Отражение идеи аккультурации в переселенческой политике Российской империи в Туркестане на рубеже XIX–XX вв. // Вестник Российского университета дружбы народов. 2018. Т. 17. № 3. С. 608–638.
5. Брежнева С.Н. Русские переселенцы в Туркестане: проблемы взаимоотношения с местным населением // Научные ведомости. Серия История. Политология. 2016. №1 (222). Вып. 37. С.113-117.
6. Брусина О.И. Славяне в Средней Азии. Этнические и социальные процессы. Конец XIX — конец XX века. М., 2001.
7. Перепелицына Л.А. Влияние русской культуры на культуру народов Средней Азии. Ташкент, 1960.
8. Любичанковский С.В. К истории бытовой аккультурации казахов и татар в Российской империи XIX века // Известия Саратовского

университета. Новая серия. Серия: История. Международные отношения. 2019. Т. 3. №3. С. 279–282.

9. Гаврилов Н. Переселенческое дело в Туркестанском крае (области Сырдарьинская, Самаркандская, Ферганская): отчёт по служебной поездке в Туркестан осенью 1910 года чиновником особых поручений при Переселенческом Управлении Н. Гаврилова. СПб., 1911.

10. Костенко Л. Средняя Азия и водворение в ней русской гражданственности : с картой Средней Азии. Издание А.О. Вазунова. 1870.

11. Национальный архив Республики Узбекистан. Ф.И. 269. Оп.1.Д.141. Л.45об.

12. Цыряпкина Ю.Н. Переселенческое сообщество в Сырдарьинской области Туркестана по донесениям царской администрации // Известия Алтайского государственного университета. 2015. № 4-1 (88). С. 285–289.

В.Г. Лякишева, Л.А. Капустян, И.Ю. Добрынина
О роли социально-экономической политики региона
и его историко-культурных традиций в формировании
позитивного имиджа Алтайского края

Рассматривая ряд особенностей Алтайского края в качестве имиджевого потенциала региона, необходимо отметить экспертный взгляд на то, что о степени развития территории нельзя судить только по географическому положению субъекта РФ, наличию и величине запасов минерально-сырьевых ресурсов, а также развитым на территории отраслям народного хозяйства. Важно также и то, насколько эффективно в регионе используется имеющийся потенциал, природные или исторические преимущества, собственные уникальные инициативы. Стоит отметить, что учет принципов маркетинга при формировании программ стратегического развития любого региона позволяет существенно расширить возможности территории для развития производительных сил, формирования новых инвестиционных программ и проектов, привлечения материальных и финансовых ресурсов, продвижения культурно-исторического потенциала [1]. Специалисты экономической сферы считают территорию своего рода специфическим товаром, воспринимаемым его основными и потенциальными потребителями, заинтересованными в использовании конкурентных преимуществ данной территории – для жизни, бизнеса, краткосрочного пребывания и пр. Это могут быть благоприятные климатические условия, богатые природные ресурсы, развитая промышленность, экономическая привлекательность, богатое культурно-историческое наследие, выдающиеся личности и т.д. [2]. В условиях возрастающей конкурен-

ции в борьбе за инвестиции крайне важно найти для территории выделяющие ее из ряда конкурентов приметы, так как сложившиеся в сознании потребителей образ, ассоциации и др. позволяют ее идентифицировать среди множества городов, регионов и стран.

Многие исследователи сходятся во мнении, что имидж территории – это набор убеждений и ощущений, возникающих по поводу природно-климатических, исторических, этнографических, социально-экономических, политических, морально-психологических и других индивидуальных особенностей. Субъективное представление о территории может формироваться вследствие как личного опыта, так и опосредованно (со слов очевидцев, из материалов СМИ и т.д.) [3]. Целенаправленное формирование позитивного имиджа территории требует глубокой и системной работы ученых, политиков, маркетологов, пиар-менеджеров, представителей бизнес-сообщества, деятелей культуры, других авторитетных, властных и профессиональных персон.

Регионы отличаются географическим, природно-климатическим, демографическим и социокультурным разнообразием, открывающим широкие возможности для выбора эффективного пути развития, что подчеркивает актуальность и многогранность темы исследования. Так, одним из изученных нами показателей идентичности Алтайского края, влияющих на уровень его социально-экономического развития и конкурентоспособности, можно считать гастрономические бренды. С каждым годом край получает все большую известность как производитель и поставщик экологически чистой продукции, обладающей непревзойденными вкусовыми свойствами и отменным качеством. В числе известнейших алтайских брендов – мед, сыры, масло, мясная продукция, макаронные изделия. Это единственный регион на огромной территории от Урала до Дальнего Востока, где погодноклиматические условия позволяют выращивать отличный урожай сахарной свеклы. Кроме того, знаменит край и алтайской облепихой.

Подлинной визитной карточкой Алтайского края стало пантовое мараловодство и его продукты, являющиеся великолепной основой для лечебно-оздоровительного туризма. «За здоровьем – на Алтай» – под таким девизом ежегодно устремляются в регион знающие его туристы. Только в Алтайском районе края функционируют 4 пантооздоровительных центра: «Антарес», «Каимское», «Черемшанка», а также деревня Басаргино.

Другой узнаваемый краевой бренд – алтайский мед. Его известность и достоинства в значительной мере способствуют развитию сельского туризма. На пасеках Красногорского района, отличающихся

своей медоносностью, построены домики пчеловодов, здесь можно не только полакомиться медом, но и пройти курс апитерапии.

Возможность развития в Алтайском крае медицинского туризма, в т.ч. лечебно-оздоровительного, связана с его богатым рекреационным потенциалом, благоприятным климатом, наличием бальнеологических и лечебных факторов, а также историко-культурным наследием. Сочетание уникальных природных ресурсов с высоким профессионализмом медиков делает край привлекательным для туристов, приезжающих в целях лечения и оздоровления в признанной здравнице Сибири и одном из крупнейших курортных центров страны.

Алтай занимает особое место и в истории сыроделия России: здесь выполнены первые научные разработки и заложены основы отечественного промышленного сыроделия. Сегодня объемы и ассортимент производимых у нас сыров превышают показатели других регионов. А в последние годы регион занимает первое место в стране по производству жирных сыров, здесь производится каждая шестая тонна российского сыра. Неудивительно, что уникальное для России событие – Международный фестиваль «Праздник сыра» – проходит именно в Алтайском крае (современное название проекта – фестиваль «Дни алтайского сыра»). Данное мероприятие, как и другие «вкусные» региональные фестивали, оценивается экспертами как эффективный инструмент продвижения брендовой продукции как на внутренний рынок, так и на экспорт. В этих целях органы власти активно используют маркетинговые инструменты, выступая инициатором проведения уникальных событийных мероприятий. Ежегодно в крае проводятся гастрономические праздники, направленные на популяризацию продукции среди потребителей – фестиваль-ярмарка «Дни алтайского сыра», межрегиональный фестиваль напитков «АлтайФест», ярмарки «День мясного гурмана» и «Праздник хлеба», праздник «Медовый Спас на Алтае» и др. Так, в августе 2022 г. в парке «Изумрудный» впервые прошел фестиваль «Алтайские бренды. Продукты для здоровья» с участием более 40 местных производителей, где «гвоздем» презентаций стала алтайская «Кола».

В ситуации санкций и реализации политики импортозамещения особое место в ряду названных проектов занимает Фестиваль фермерской еды «СВОЁ», организатором которого выступает Россельхозбанк – основа национальной кредитно-финансовой системы обслуживания агропромышленного комплекса России. В название данного фестиваля заложена целая философия: наша огромная страна способна обеспечить своих граждан всем необходимым для комфортной и благополучной жизни. Стоит отметить, что для

участников и гостей мероприятия подготавливается насыщенная деловая программа, которая состоит из специализированных семинаров, и обширная развлекательная – с живой музыкой и вокалом, детской анимацией, контактными зоопарком, игровыми зонами и уроками ремесла.

Кроме того, в эпоху цифровизации необходимо также отметить актуальную для аграрного края инициативу Россельхозбанка, который запустил в помощь малому и среднему бизнесу экосистему, ключевым направлением которой стало развитие агротуризма – перспективной, но малоразвитой отрасли. Также, в начале 2021 г. Алтайский край вошел в число регионов-лидеров по использованию цифровой платформы «Свое Родное», к которой были подключены 529 товаропроизводителей из Алтайского края и Республики Алтай.

С нашей точки зрения, восприятие названных выше индивидуальных особенностей места проживания, осмысление его имиджа позволяют рассматривать региональные бренды в качестве важных элементов целостного образа региона и инструментов целенаправленного конструирования представления о «своей» земле, а успех региональных брендов определяется тем, насколько они близки покупателю. Организация и проведение мероприятий, способствующих положительному отношению к произведенной на территории региона продукции, вносит существенный вклад в формирование его имиджа.

Эксперты отмечают, что в России ежегодно проводится оценка конкурентоспособности регионов, определяются индикаторы для разработки стратегий и формирования направлений политики регионального развития [4]. С учетом того, что рейтинговые позиции Алтайского края еще оставляют желать лучшего, их рост не представляется возможным без исследования и устранения негативных факторов, ведь любой регион может найти свой собственный уникальный и обоснованный путь развития, не копируя приоритеты других территорий.

При изучении темы формирования имиджа территории мы составили анкету и в 2018–2019 гг. провели опрос среди 410 респондентов (см. Таблицы 1–3) [5, 6].

Так, при ответе на вопрос анкеты: «Имена каких известных личностей, родившихся в Алтайском крае и прославивших его, Вам известны?» были названы: В. Шукшин – 182 чел. (86,7%); В. Золотухин – 119 (56,7%); М. Евдокимов – 92 (43,8%); Г. Титов – 76 (36,2%); М. Калашников – 56 (26,7%); Р. Рождественский – 29 (13,8%) [5]. К сожалению, даже нашего известного изобретателя паровой машины И. Ползунова отметили только 8,1% респондентов. А из представителей властных структур в анкетах был назван экс-глава Барнаула В.Н. Баварин. Не

претендуя на репрезентативность выборки, отметим, что похожие результаты были получены при опросах в период с 2020 г. по 1 полугодие 2022 г., что дает повод для их осмысления. Хотелось бы, чтобы эпитеты из книги нашего земляка В. Рыжкова «Сияющий Алтай» могли характеризовать не только Горный Алтай, но и наш родной край, где от природы, замечательных мест, ярких людей и других достопримечательностей также «исходит сияние», способное реально привлечь к региону самые взыскательные взгляды.

**Таблица 1. Распределение ответов на 1-й вопрос анкеты:
«С какой территорией Вы связываете слово «Алтай?»»**

Варианты ответов	Кол-во ответов 2018/2019 гг.		+,- (%)
	чел.	%	
Республика Алтай	15 / 12	7,0 / 6,0	- 1,0
Алтайский край и Республика Алтай	130 / 115	61,5 / 57,5	- 4,0
Сложное территориальное образование, расположенное на территории Российской Федерации, Казахстана, Монголии и Китая	8 / 16	4,0 / 8,0	+ 4,0
Алтайский край	47 / 53	22,5 / 26,5	+ 4,0
Затрудняюсь ответить	10 / 4	5,0 / 2,0	- 3,0
Всего	210 / 200	100,0	

**Таблица 2. Распределение ответов на 2-й вопрос анкеты:
«Как Вы оцениваете имидж Алтайского края?»**

Варианты ответов	Кол-во ответов 2018/2019 гг.		+,- (%)
	чел.	%	%
Позитивный	40 / 37	19,0 / 18,5	- 0,5
Скорее позитивный, чем негативный	110 / 106	52,5 / 53,0	+ 0,5
Скорее негативный, чем позитивный	34 / 28	16,0 / 14,0	- 2,0
Негативный	5 / 3	2,5 / 1,5	- 1,0
Затрудняюсь ответить	21 / 26	10,0 / 13,0	+ 3,0
Всего	210 / 200	100,0	

**Таблица 3. Распределение ответов на 3-й вопрос анкеты:
«Какие ассоциации возникают у Вас при упоминании
Алтайского края?»**

Варианты ответов	Кол-во ответов 2018/2019 гг.		+, - (%)
	чел.	%	%
Богатое культурно-историческое наследие	4 / 27	2,0 / 9,4	+ 7,4
Сельскохозяйственный регион	80 / 150	38,0 / 52,5	+14,5
Уникальный природный комплекс (горы, пещеры, озера)	50 / 70	23,5 / 24,5	+ 1,0
Туристический регион	7 / 35	3,5 / 12,2	+ 8,7
Другие варианты ответов	69 / 4	33,0 / 1,4	- 31,6
Всего	210 / 286	100,0	

Так, при ответе на вопрос анкеты: «Имена каких известных личностей, родившихся в Алтайском крае и прославивших его, Вам известны?» были названы: В. Шукшин – 182 чел. (86,7%); В. Золотухин – 119 (56,7%); М. Евдокимов – 92 (43,8%); Г. Титов – 76 (36,2%); М. Калашников – 56 (26,7%); Р. Рождественский – 29 (13,8%) [5]. К сожалению, даже нашего известного изобретателя паровой машины И. Ползунова отметили только 8,1% респондентов. А из представителей властных структур в анкетах был назван экс-глава Барнаула В.Н. Баварин. Не претендуя на репрезентативность выборки, отметим, что похожие результаты были получены при опросах в период с 2020 г. по 1 полугодие 2022 г., что дает повод для их осмысления. Хотелось бы, чтобы эпитеты из книги нашего земляка В. Рыжкова «Сияющий Алтай» могли характеризовать не только Горный Алтай, но и наш родной край, где от природы, замечательных мест, ярких людей и других достопримечательностей также «исходит сияние», способное реально привлечь к региону самые взыскательные взгляды.

При решении задач по определению основных направлений и механизмов взаимодействия региональной власти, бизнеса, контрагентов и общественности, способствующих формированию имиджа территории через действия в определенной нами для анализа сфере, было установлено, что инициаторами коллаборации выступают, как правило, органы власти, а наиболее эффективной формой коммуникации являются выставочно-ярмарочные мероприятия [6, с. 206–233]. Миссия таких проектов не сводится к организации ярких праздников, вместе с тем, их совмещение с проведением культурно-массовых меро-

приятый достигает поставленных организаторами целей и большего эффекта. Поэтому ниже мы акцентируем внимание на значимости культурной политики в формировании имиджа региона, так как именно культура сосредотачивает и передает новым поколениям духовный опыт нации, обеспечивает единство своего многонационального народа, вовлекает в свою среду представителей разных возрастов и профессий, служит их объединяющим фактором.

В Алтайском крае развитие культуры является одним из приоритетных направлений социально-экономической политики [7]. В целях создания условий для сохранения и развития культурного потенциала региона реализуются концепции, стратегии и программы. В сентябре 2021 г. состоялось важное событие – была принята Стратегия социально-экономического развития Алтайского края до 2035 года, которая определила этапы развития региона и его потенциал. По мнению авторов документа и властей, ключевая роль в нем отводится культурной политике, она задает социальный рост и формирует важные гражданские качества.

Традиционно наш край гордится своими прославленными земляками, ведь эти персоны способствуют привлечению внимания к региону. Так, событийный культурный календарь включает мероприятия, связанные с именами М. Евдокимова, В. Золотухина, М. Калашникова, Р. Рождественского, Г. Титова, В. Шукшина и других знаменитостей, прославивших Алтай [8]. Вместе с тем, как мы уже отмечали, проводимые опросы выявляют, что даже жители края не всегда хранят в памяти известные фамилии. Так, в 2020 г. из 215 респондентов на вопрос об известных деятелях культуры, прославивших Алтай, В. Шукшина назвали 100 чел. (46,5%), В. Золотухина – 92 чел. (42,8%), Р. Рождественского – 48 чел. (22,3%), М. Евдокимова – 30 чел. (13,9%).

Важно учесть, что для совершенствования области культуры стоит рассматривать ее в совокупности с другими сферами общества, являющимися двигателями социально-экономического развития региона. Мы полностью разделяем экспертный взгляд на то, что взаимосвязь культуры и экономики хорошо прослеживается в том, как культурное наследие в регионах может влиять на развитие туристической отрасли [9]. Наш край обладает потенциалом к подъему культурного туризма, а в число его объектов могут войти архитектурные памятники, известные персоны Алтая и др.

Кроме того, актуальность сохранения исторических и иных местных традиций подтверждается словами академика Д.С. Лихачева о том, что человеку тесно жить только в настоящем. Нравственная жизнь требует памяти о прошлом и сохранения памяти на будущее. Важность сохране-

ния и преумножения культурно-исторического наследия подчеркивают мероприятия, проводимые в рамках Года культурного наследия - 2022. Считаем, что в особо сложное для страны время позитивное сотрудничество приобретает еще большую значимость, что можно подчеркнуть высказыванием деятеля культуры М. Харди о том, что там, где политические конфликты создают разделяющую пропасть, культура создает пространство для понимания и диалога.

Как мы видим, наряду с объективными факторами, степень развития территории в значительной мере определяется курсом региональной политики. Нельзя сказать, что это влияние способно в корне переломить ситуацию, но есть примеры того, как благодаря действиям органов власти регион из «депрессивного» превращался в инвестиционно привлекательный и демонстрировал высокие экономические показатели.

В заключение приведем мнение основателя современного менеджмента Ф. Котлера о том, что стратегический маркетинг территорий инициирует конструирование сообщества, позволяющее удовлетворять потребности всех ключевых общественных институтов. При этом стратегическое планирование должно осуществляться совместно жителями, бизнес-сообществом и органами управления территорией [10]. А ставшая крылатой фраза: «Каждому месту нужно сочинить историю про себя и последовательно и талантливо её рассказывать» должна служить «руководством к действию», так как имидж территории зависит и от нашего равнодушия к месту своего проживания, и от активного участия в повышении уровня комфортности и социально-экономического развития малой Родины.

Литература

1. Беляев В.И., Бочаров С.Н., Горяннинская О.А., Малахов Р.Г. Маркетинг территорий: методология и методы обоснования стратегических решений развития регионов: монография. Барнаул, 2015.
2. Панкрухин А.П. Маркетинг территорий. СПб., 2006.
3. Важенина И.С. О сущности бренда территории // Экономика региона. 2017. № 3. С. 18–23.
4. Мищенко В.В., Мищенко И.К. Современные подходы к классификации регионов с позиций структурно-экономического развития // Вестник алтайской науки. 2015. № 2. С. 207–212.
5. Краснов С.В., Лякишева В.Г., Добрынина И.Ю. Формирование имиджа городского округа – г. Барнаула Алтайского края: теория и практика, история и современность // Алтайский Вестник государственной и муниципальной службы. 2018. № 16. С. 9–20.

6. Региональная экономика и политика: учебное пособие / Вит.В. Мищенко, Л.А. Капустян и др. Барнаул, 2021.

7. Девина К.С., Лякишева В.Г. Перспективы совершенствования государственной и муниципальной политики в сфере культуры Алтайского края и Барнаула // Актуальные вопросы функционирования экономики Алтайского края [Текст]: сборник статей / Гл. ред. Вал.В. Мищенко. Вып. 11. Барнаул, 2019. С. 82–94.

8. Мищенко В.В., Лякишева В.Г., Добрынина И.Ю. Создание и продвижение региональных брендов и торговых марок местной продукции как важный фактор формирования позитивного имиджа Алтайского края // Экономика. Профессия. Бизнес. 2019. № 3. С. 69–76.

9. Чернышов Ю.Г. Культурная память и туристический потенциал региона // Россия и Европа: связь культуры и экономики: Материалы XXXI международной научно-практической конференции (26 ноября 2021 года). Отв. редактор Наумов В.А. Прага, Чешская Республика, 2021. С. 123–125.

10. Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс. М., 2007.

Е.Н. Маскаева
Выявление гастрономического бренда
в Республике Мордовия

В настоящее время в субъектах Российской Федерации имеются условия для создания туристских гастрономических направлений, гастрономического образа региона, развития туристского спроса, обусловленного познавательными и развлекательными мероприятиями в сфере гастрономии.

Теоретические представления о гастрономическом бренде территории изложены в трудах отечественных исследователей В. Гордина, Ю. Трабской [1], Д. Вакорина, Л. Артюшенко [2], А. Максименко, Н. Комаревцевой [3], Г. Гомилевской, В. Ден [4] и др. Расширенное толкование гастрономического имбренда предполагает «продвижение территории как экспортера уникальной высококачественной пищевой продукции» [2, с. 146]. В узком смысле гастрономический бренд подразумевает «специфичность местной кухни, которая характеризуется наиболее яркими региональными блюдами, имеющими распространение только в данном регионе» [3, с. 61]. Вопросам развития гастрономического бренда территории посвящены работы П. Градобоева [5], Ж. Чимитдоржиева [6], И. Гончаровой, Д. Гончарова [7] и др. По мнению Ю. Лагусева и К. Бальнина, «продуктовый бренд выступает в качестве своеобразного маркера, штриха территории, точки притяжения туристов» [8, с. 10].

С октября 2017 г. Республика Мордовия является одним из 28 регионов-участников проекта «Гастрономическая карта России», направленного на продвижение региональной кухни, местной продукции, развитие культуры потребления продуктов питания российского производства [9]. В регионе проходят гастрономические фестивали («Пятнистый фест», «Кургоня», «Ярхцама васта», «Сырнень ал» и др.), на которых и жители, и гости республики знакомятся с кулинарным колоритом мордовского края, дегустируют и приобретают национальные блюда и напитки, принимают участие в кулинарных мастер-классах, обучающих технике приготовления блюд региональной кухни на основе местных продуктов.

Необходимо отметить, что мордовская кухня (кухня представителей мордовского этноса — мокши и эрзи, преимущественно проживающего на территории Республики Мордовия) славится разнообразными, сытными и в то же время полезными и вкусными блюдами, готовящимися из простых, качественных и доступных продуктов. Мордовские национальные блюда имеют много общего с русскими (блины, лапша, пельмени, каши, супы, кисели, соленые или копченые продукты, картофель), однако по-своему уникальны. Например, традиционные мордовские блины, для изготовления которых применяется пшеничная, пшенная, гречневая, овсяная мука или манная крупа, выпекаются плотными и толстыми.

На формирование региональной кухни существенное влияние оказывали образ жизни финно-угорского народа, особый уклад хозяйства, характер сельскохозяйственных процессов, традиционные религиозные верования, кулинарная культура соседних народов. Большую часть рациона мордовской кухни составляют питательные, наваристые блюда с использованием муки, мяса, круп. Одна из особенностей национальной кухни мордвы — это сочетание в одном блюде различных видов мяса (птицы и животных) или мяса и рыбы. Мясо не только варят, тушат, запекают, но и сушат, что является заимствованием из татарской кухни. В приготовлении блюд используют потроха (часть внутренностей животных, употребляемых в пищу): их перекручивают для пельменей или добавляют в качестве начинки в пироги, с ними варят супы, селянку. При варке/жарке рыбы в блюдо добавляют также печень, икру. Населением мордовского края с давних времен довольно широко употребляются разнообразные овощи: капуста, огурцы, тыква, картофель, свекла, репа, а также грибы и ягоды. Весьма распространены блюда из яиц. В меню мордвы важное место занимают молочные продукты (топленое и кислое молоко, сыр, творог, масло), кисели, а также выпечка (пироги, блины, ватрушки, лепешки).

Блюда мордовской национальной кухни благодаря насыщенному продуктовому составу полностью удовлетворяют потребности людей в питательных веществах для активной жизнедеятельности, в восполнении недостатка витаминов, потреблении качественных экологически чистых продуктов питания. Кулинарные традиции нации являются значимым ресурсом территории и привлекают внимание не только местных жителей, но и туристов.

О том, что Мордовии есть чем гордиться, что показать гостям и туристам, отметил и Глава Республики Мордовия А. Здунов на Петербургском международном экономическом форуме в июне 2022 г. Обсуждая вопросы улучшения туристической привлекательности региона, руководитель республики рассказал о потенциале Мордовии в сфере туризма [10].

В марте 2022 г. Государственное качественное учреждение Республики Мордовия «Научный центр социально-экономического мониторинга» провело социологическое исследование «Выявление брендов Республики Мордовия». В онлайн-опросе (CAWI) участвовали 384 жителя региона в соответствии с квотами по полу, возрасту и месту проживания (город — село), а также 763 сотрудника учреждений культуры республики (целевая группа).

В рамках социологического опроса населению региона и представителям целевой группы предлагалось ответить на вопрос о том, какие блюда народной кухни стоит попробовать гостям Мордовии. Респонденты должны были выбрать из традиционных кушаний народов мордовского края (первых, вторых блюд, выпечки и закуски, напитков) по две альтернативы или написать свой вариант ответа. Данный вопрос вызвал у респондентов неподдельный интерес.

Лидером опроса среди первых блюд стала *селянка по-мордовски* (59,6% населения и 63,7% целевой группы). У мордвы селянка бытует в качестве обрядового блюда: мясо и потроха тушат с овощами в глиняном горшке, в итоге получается наваристое блюдо, которое может быть прекрасным украшением праздничного стола. Второе место по популярности занимает *окрошка с домашним кислым квасом* (40,7% и 49,1% соответственно). Четверть опрошенных (22,3% и 25,3%) предложили бы гостям Мордовии *уху богатую (цебярь/сюнав итюрьба)*, приготовленную из речной рыбы с большим количеством лука. Другие первые блюда (*лапшевник, тюря, молочный суп из крахмальной лапши*) отмечались реже (Таб. 1).

По вторым блюдам распределение ответов респондентов не имеет ярко выраженной специфики: более половины представителей целевой группы (56,4%) отдали предпочтение *пшеничной каше (шонгарям)* —

традиционному кушанью народов мордовского края, а 54,2% населения региона — *медвежьей лапе (овтонь лапат)*, созданной на основании легенды. По остальным блюдам существенных различий не зафиксировано: 24,4% и 24,7% соответственно выбрали *азу по-мордовски*, 18,1% и 18,8% — *пьянти (кусочки говядины, тушенные в сметанном соусе)*, 15,0% и 13,0% — *томленую рыбу*.

Таблица 1. Блюда, выпечка, закуски и напитки, которые стоит попробовать гостям Мордовии, %*

Вариант ответа	Население	Целевая группа
<i>Первые блюда</i>		
1. Селянка по-мордовски	59,6	63,7
2. Уха богатая (цебярь/сюпав штюрьба)	22,3	25,3
3. Молочный суп из крахмальной лапши	8,4	8,9
4. Тюря	17,1	11,7
5. Окрошка с домашним кислым квасом	40,7	49,1
6. Лапшевник	16,5	15,0
7. Другое	2,1	0,3
<i>Вторые блюда</i>		
1. Пшениная каша (шонгарям)	42,7	56,4
2. Полбяная каша	7,8	6,4
3. Медвежья лапа (овтонь лапат)	54,2	47,9
4. Томленая рыба	13,0	15,0
5. Азу по-мордовски	24,7	24,4
6. Говядина в сметанном соусе (пьянти)	18,8	18,1
7. Другое	2,1	0,8
<i>Выпечка и закуски</i>		
1. Мордовская ватрушка (кургона/панжакай)	38,8	45,3
2. Мордовские блины (пачат/пачалксеть)	66,1	69,2
3. Сдобные лепешки (цюкор/сюкоро)	6,5	7,6
4. Беляши	14,8	13,8
5. Конская колбаса (махан)	28,4	17,7
6. Яйца, запеченные в печи (пуштазь алт)	22,1	29,6
7. Другое	0,5	0,4
<i>Напитки</i>		
1. Густое топленое молоко (шапама лофца/чапамо ловцо)	37,8	46,0
2. Медовый кисель	10,7	9,2
3. Поза	71,6	76,1
4. Мордовское медовое пуре	14,3	13,9
5. Ржаной квас	30,7	30,7
6. Другое	1,0	0,1

*Сумма ответов превышает 100%, так как респондент мог выбрать несколько вариантов ответа.

Одним из самых популярных угощений из выпечки и закуски, по мнению населения республики (66,1%) и целевой группы (69,2%), являются *мордовские блины (пачат/пачалксеть)*, которые выпекают из различной муки, как оладьи. Среди опрошенных много тех, кто предложил бы попробовать *мордовскую ватрушку (кургона/панжакай)* — 38,8% и 45,3% соответственно. В результате опроса выявлено, что довольно редко респонденты отмечали наиболее древний вид выпечки — *лепешки из сдобного теста (цукор/сукорот)*. Их выделили лишь 6,5% жителей региона и 7,6% целевой группы. Отметим, что сдобные лепешки — вкусное и сытное угощение, очень просты и экономичны в приготовлении и благодаря таким качествам старинный рецепт выпечки не следует забывать.

Меньшее число респондентов сделали выбор в пользу таких закусок, как *конская колбаса* (28,4% населения и 17,7% целевой группы) и *яйца, запеченные в печи (пуштазь алт)* (22,1% и 29,6% соответственно). Следует отметить, что у мордвы до христианизации конина была обрядовой пищей, со временем ее перестали употреблять, тем не менее, такой полезный, калорийный деликатес тюркских народов, как конская колбаса (махан), сегодня можно часто встретить в качестве закуски на столе.

Большинство респондентов (71,6% населения и 76,1% целевой группы) отдали предпочтение излюбленному напитку в Мордовии, по вкусу, напоминающему квас, — *позе*, которую готовят из сахарной свеклы по уникальной технологии. Второе место среди напитков, распространенных в кулинарной культуре мордвы и полезных для здоровья, заняло *топленое молоко (шапама лофца/чапамо ловцо)* — его выбрали 37,8 % населения республики и 46,0 % целевой группы; третье место — *ржаной квас* — по 30,7% ответивших.

Уникальность и узнаваемость блюд мордовской кухни делают сферу гастрономии перспективной с точки зрения брендинга Республики Мордовия. Кулинарные достижения нации должны быть доступны и открыты для личного восприятия не только местных жителей, но и гостей республики. Туристы должны увозить с собой не только фотографии, буклеты, открытки, сувениры, в том числе с гастрономическим уклоном, но и, конечно, воспоминания о национальной кухне как части материальной культуры мордовского народа. Необходимо включение в меню кафе, ресторанов, баров (особенно при отелях), столовых, закусочных, пиццерий блюд и напитков региональной кухни. Целесообразно продолжить проведение в республике событийных мероприятий, в том числе гастрономических фестивалей, ярмарок, конкурсов, мастер-классов. Они способствуют сохранению местных уникальных традиций в пище народов мордовского края, по-

пуляризации продуктов или блюд национальной кухни, привлечению в регион туристов и просто получению удовольствия от еды.

Сравнение результатов массового опроса жителей республики и работников учреждений культуры показывает, что мнение представителей целевой группы совпадает с ответами населения Республики Мордовия при выборе блюд народной кухни, которые стоит попробовать гостям Мордовии. Итак, с точки зрения опрошенных, гастрономическая Мордовия — это, прежде всего, мордовские блины, селянка по-мордовски, медвежья лапа, пшенная каша, окрошка с домашним кислым квасом, а также поза, топленое молоко и другие продукты с национальным колоритом.

Литература

1. Гордин В., Трабская Ю. Гастрономические бренды дестинаций: подходы и применение: коллективная монография. СПб., 2014.
2. Вакорин Д.В., Артюшенко Л.Д. Гастрономический бренд как фактор развития территории // Наука среди нас. 2019. № 5 (21). С. 146–152.
3. Максименко А.Г., Комаревцева Н.А. Гастрономический бренд региона // Региональные географические исследования: сб. науч. ст. Краснодар, 2017. С. 60–64.
4. Гомилевская Г.А., Ден В.Г. Организационно-продуктовая модель формирования гастрономического бренда (на примере бренда «Дальневосточная кухня») // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2019. Т. 8, № 1 (26). С. 133—137. DOI: 10.26140/anie-2019-0801-0028.
5. Градобоев П.А. Гастрономический бренд в составе дестинации // Актуальные проблемы современной науки: сб. науч. ст. Хабаровск, 2020. С. 7–10.
6. Чимитдоржиев Ж.Ж. Гастрономический бренд как составляющая часть дестинации // Социально-экономические, культурологические и исторические предпосылки развития сервиса и туризма: сб. материалов Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием. Хабаровск, 2020. С. 148–151.
7. Гончарова И.В., Гончаров Д.С. Влияние гастрономического бренда на привлекательность туристской дестинации // Профессиональное образование и общество. 2017. № 1 (21). С. 214–221.
8. Лагусев Ю.М., Балынин К.А. Гастрономические бренды как средства продвижения дестинаций // Сервис plus. 2016. Т. 10, № 2. С. 9–16. DOI: 10.12737/19453
9. Гастрономическая карта России. URL: [https://www. gastro-maprussia.ru](https://www.gastro-maprussia.ru).
10. «Мордовии есть, чем гордиться, что показать гостям и туристам». URL: <https://stolica-s.ru/archives/341181>

Д.В. Монгина
Коммуникационные инструменты продвижения
Дальнего Востока России

Актуальность данного исследования базируется на том, что продвижение территорий имеет большое значение для экономики, для роста уровня ее конкурентоспособности, поэтому одним из ключевых направлений деятельности органов государственной власти является геобрендинг.

Цель представленного исследования – определить коммуникационные инструменты продвижения Дальнего Востока, а также их эффективность. Основной задачей в ходе исследования являлось рассмотрение геобренда региона с точки зрения привлекательности для туристов.

В России ведется активная деятельность по брендированию как отдельных территорий, так и России в целом. Дальний Восток как регион входит в состав РФ, поэтому в начале представлен небольшой обзор бренда РФ, частью которого он является.

Наиболее авторитетным исследованием в мире в области национального брендинга является «Country Brand Index», которое проводится консалтинговой компанией «Future Brand» [1]. Рейтинг стран формируется на основе анализа статистических данных, глобальных социологических исследований и опросов экспертов, которые охватывают 113 стран мира.

Согласно Country Brand Index, национальный бренд России находится на 31 месте (минус 4 позиции по сравнению с 2019 годом). Положение Российской Федерации непосредственно зависит от уровня развития отдельно взятых территориальных образований, входящих в нее. Поэтому, можно предположить, что развитие геобренда Дальнего Востока отразится на геобренде России в целом.

Геобренд региона формируется, прежде всего, за счет реального положения территории, поэтому важно рассмотреть конкурентные преимущества, а также проблемы и внутренние ограничения Дальнего Востока [2].

На сегодняшний день перечень конкурентных преимуществ Дальнего Востока огромен, к ним относятся географическая близость к самому крупному в мире рынку Азиатско-Тихоокеанского региона, наличие крупнейших в мире запасов природных ресурсов, которые могут стать базой для новых масштабных производств, пролегающие на территории Дальнего Востока глобальные транспортные коридоры между Европой и Азией, наличие уникального набора рекреационных ресурсов, привлекательных для российских и иностранных туристов,

научно-образовательный потенциал региона, развитие крупнейших промышленных центров в области авиа-, судо- и автомобилестроения.

Рассмотренные выше преимущества являются важной составляющей развития и продвижения территории, формирования ее геобренда.

Помимо преимуществ стоит выделить проблемы и сдерживающие факторы развития территории. К ним относятся межрегиональный миграционный отток населения Дальнего Востока, значительное отставание от среднероссийского уровня по ключевым социальным показателям, низкий уровень развития инфраструктуры и системы социальных услуг, дороговизна жизни и ведения бизнеса в регионе, экономическая и инфраструктурная изоляция от остальной части России, суровые климатические условия, низкое качество городской среды, очаговый характер расселения и низкая плотность населения.

Геобренд Дальнего Востока строится за счет продвижения конкурентных преимуществ региона. При этом учитываются те факторы, которые сдерживают его развитие.

Для создания геобренда, привлекательного для частных инвесторов, на территории Дальнего Востока разработаны и запущены такие механизмы, как территория опережающего развития, свободный порт Владивосток, специальный административный район, инновационный научно-технологический центр, программа «дальневосточный гектар», льготное финансирование крупных инвестиционных проектов и субъектов малого и среднего предпринимательства, сформирована единая система специальных институтов развития для помощи инвесторам и др.

В регионе проводятся различные коммуникационные мероприятия, которые нацелены на развитие предпринимательства и привлечение новых инвестиций, например, «Восточный экономический форум», Дальневосточный форум предпринимателей «Бизнес на Дальнем Востоке», предпринимательский форум «Мой бизнес», форум «Открытые инновации» «Восточный экономический форум», Дальневосточный экспортный форум «Дальний Восток – экспортные ворота России в АТР», Дальневосточный Строительный Форум, Деловой форум «Дальний Восток – зима открытий».

Для продвижения рассмотренных выше механизмов и мероприятий используются такие каналы и инструменты, как платформы Правительства, городских Администраций, институтов развития и организаций исполнительной власти всех субъектов, входящих в состав Дальнего Востока, Платформы Министерства РФ по развитию Дальнего Востока и Корпорации развития Дальнего Востока, СМИ, форумы, конгрессо-выставочные мероприятия, стратегические сессии и личные контакты.

Результативность рассмотренных выше инструментов и механизмов подтверждается приходом новых российских и иностранных инвесторов на Дальний Восток. На сегодняшний день инициировано более 2,5 тыс. инвестиционных проектов на территории региона, четыре региона ДФО вошли в топ-30 регионов национального инвестиционного рейтинга 2020 года (в 2015 году — 0 регионов в топ-30). Инвестиции в ДФО стабильно превосходят среднероссийские, так в 2020 г. разница составила 39%, а инвестиции в основной капитал ДФО растут в среднем на 9% в год по данным за 2015–2020 гг. [3].

Важной составляющей геобренда Дальнего Востока является его туристический потенциал. Туристы приезжают на Дальний Восток по ряду причин, их привлекают культурно-исторические и природные достопримечательности (моря, реки, вулканы, пляжи и заповедники), активные виды отдыха (горные лыжи, парусный спорт, дайвинг, пеший туризм и пр.), посещение игорной зоны, круизные туры и событийный туризм [4].

Для привлечения туристов на Дальнем Востоке разработаны специальные механизмы. Так, например, туристический кэшбек и субсидирование авиаперелетов привлекают на Дальний Восток российских туристов. А электронная виза для иностранных туристов, упрощенное посещение ДФО для иностранных круизных туристических судов и закон о «Свободном порте Владивосток» открывают широкие возможности для привлечения иностранных туристов своим упрощенным визовым режимом.

Для развития внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации, в том числе на Дальнем Востоке, разработан проект «Восточное кольцо России» путем объединения туристских маршрутов, которые основаны на природно-климатических, культурно-исторических, этнических и региональных особенностях дальневосточных территорий [5, с. 76]. В рамках данного проекта все субъекты Дальнего Востока разработали мероприятия по повышению туристической привлекательности.

В октябре 2018 года с целью упрочнения межрегиональных связей и продвижения бренда «Восточное кольцо России» была создана Ассоциация туристских информационных центров Дальнего Востока. Ассоциацией разработана и реализуется «дорожная карта» продвижения бренда «Восточное кольцо России», основными целями которой является разработка проектов, маршрутов, инициатив по популяризации туристических возможностей регионов, в том числе бренда «Восточное кольцо России», а также совместное участие регионов в выставочных мероприятиях.

В 2018 году Ассоциацией был разработан единый логотип «ТИЦ ДВ» и выпущен буклет «Добро пожаловать на Дальний Восток!», рассказывающий об особенностях регионов Дальнего Востока. Также в 2018 году для продвижения бренда «Восточное кольцо России» создан сайт «Ассоциации ТИЦ Дальнего Востока», а также страницы в социальных сетях.

Значительный вклад в развитие туристической отрасли и геобренда региона вносят и коммуникационные мероприятия, которые проходят на территории Дальнего Востока круглый год во всех субъектах региона. В качестве примера предлагается рассмотреть мероприятия Приморского края.

В Приморье особое внимание уделяется гастрономическому туризму и мероприятиям, связанных с ним. Для развития данного направления создана единая концепция гастротуризма Приморского края на период с 2021 по 2025 годы [6]. В рамках реализации данной концепции в крае проводятся Фестиваль корюшки, Фестиваль-ярмарка «Сделано в Приморье», Фестиваль мидий и МидияСаммит, Фестиваль Дальневосточных гребешков «На гребне», Фестиваль «Анучино – медовое раздолье», Фестиваль тайги Taigafest и таёжная ярмарка, Фестиваль «Держи краба!».

Для продвижения гастротуризма в Приморье используют такие коммуникационные инструменты как портал www.pacificrussiafood.ru и двкухня.рф, печатный гастрономический путеводитель по дальневосточной кухне. Создан фото- и видеобанк дальневосточной кухни. Проводятся мастер-классы шеф-поваров с презентацией блюд дальневосточной кухни для профессиональной и непрофессиональной аудитории на целевые рынки (РФ, КНР, Р. Корея, Япония), PR-кампании в СМИ и соцсетях с участием успешных представителей профессий и рекламное продвижение гастрономического туризма на основе дальневосточной кухни в Приморском крае. Эффективность данного туристического направления подтверждается тем, что Приморье вошло в ТОП-10 популярных направлений для гурманов-путешественников [7].

Кроме того, туристов привлекают мероприятия, не связанные с областью гастрономии, а именно «День тигра» во Владивостоке, XVI международный джазовый фестиваль, соревнования по дрифтингу VI Asia Pacific d1primring GP-2019, международный кинофестиваль стран азиатско-тихоокеанского региона «Меридианы Тихого», фестиваль «Владивостокская крепость», день военно-морского флота во Владивостоке и др. [8].

В целях стимулирования роста внутреннего и въездного туризма на Дальний Восток и продвижения регионального геобренда предста-

вители правительства и туристической отрасли используют различные коммуникационные инструменты.

1. Участие в крупнейших международных выставочных мероприятиях: ITB Berlin (Internationale Tourismus-Börse Berlin), МИТТ (Moscow International Travel & Tourism), Intourmarket, ВІТЕ (Beijing International Tourism Expo), РІТЕ (Pacific International Tourism Expo), JATA (Japan Association of Travel Agents), СІТМ (China International Travel Mart Shanghai) и др.

2. Участие в международных, российских и региональных мероприятиях: Восточный экономический форум, Тихоокеанский туристский форум, Харбинская торгово-экономическая ярмарка, международный фестиваль «Российско-китайская ярмарка культуры и искусства» в Китае, фестиваль «Дни Дальнего Востока в Москве» и др.

3. Проведение пресс-туров и промотуров по территории субъектов Дальнего Востока для представителей СМИ и туроператоров.

4. Реализация совместно с РЖД-тур проекта железнодорожного инфо-тура по Транссибирской магистрали для представителей СМИ, туроператоров и блогеров из Японии.

5. Участие в российско-китайской презентации культурного туризма в г. Хэйхэ (КНР), ответная презентация культурного туризма для турбизнеса КНР в г. Благовещенск и с. Ивановка.

6. Проведение круглых столов с участием представителей туристического бизнеса, экспертного сообщества, общественности и др., направленных на продвижение внутреннего регионального турпродукта.

7. Освещение возможностей туристско-рекреационного комплекса Дальнего Востока и его отдельных субъектов: изготовление туристических справочников, брошюр, фильмов о туристическом потенциале регионов.

8. Проведение PR-кампании в СМИ и соцсетях, рекламное продвижение.

Каналами продвижения туристического потенциала Дальнего Востока выступают различные площадки: порталы о туризме russia.travel, easttourism.ru, [TopTripTipRussia](http://TopTripTipRussia.com), Eventsinrussia.com, сайты и социальные сети туроператоров, местных блогеров, туристско-информационных центров, официальный сайт Министерства Российской Федерации по развитию Дальнего Востока и Арктики minvr.ru, СМИ, официальные интернет-порталы органов государственной власти субъектов, интернет-порталы о природе и достопримечательностях субъектов и т.д. Данные каналы продвижения геобренда решают задачу создания информационного ресурса в сфере туризма, предоставляя

доступную и полную информацию о туристических возможностях Дальнего Востока.

Результативность рассмотренных мероприятий и механизмов подтверждается тем, что в 2019 году турпоток составил 5,1 млн человек. Ожидаемая динамика роста обернулась сокращением турпотока в связи с эпидемиологической обстановкой в стране и мире. Туристическая отрасль все еще восстанавливается после пандемии, однако из года в год наблюдается положительная динамика: в 2020 году Приморский край посетило 970 тысяч человек [9], а в 2021 году – около 1,1 миллиона [10]. Сейчас идёт активная работа по продвижению региона в целях увеличения внутренних туристских потоков для обеспечения загрузки участников индустрии туризма.

Однако важнейшей целью геобрендинга является удержание местного населения и вовлечение его в развитие территории. Уже сейчас на Дальнем Востоке действуют и внедряются новые механизмы, которые призваны удержать и привлечь население на Дальний Восток. Например, процентная надбавка к заработной плате до 30% заработка, программа обновления дальневосточных городов, Дальневосточная ипотека, налоговые льготы для предпринимателей, программы «Дальневосточный квартал» и «Дальневосточный гектар», Национальная программа социально-экономического развития ДФО и т.д.

Эффективность действующих инструментов продвижения территории можно оценить путем анализа исследования ВЦИОМ на тему того, как россияне воспринимают Дальний Восток и оценивают перспективы его развития [11].

Согласно результатам исследования, 84% россиян удовлетворены ситуацией в регионе или оценивают ее как благополучную, 66% – уверены, что Дальний Восток способен быть одной из самых процветающих территорий России. Около 70% респондентов считают, что реализация обсуждаемых проектов приведет к повышению уровня жизни населения в регионе, 54% – уже сейчас видят позитивное влияние крупных государственных проектов на развитие Дальнего Востока.

На основании полученных данных можно сделать вывод, что Дальний Восток, с одной стороны, обладает неоспоримыми преимуществами, а с другой – сдерживающими факторами развития. Для развития и продвижения региона важно грамотно использовать конкурентные преимущества территории, а также решать существующие проблемы. С этой целью в регионе создаются уникальные для России механизмы и проекты, призванные удержать местное население, привлечь инвесторов, туристов и специалистов из России и других стран.

На данный момент Дальний Восток все еще неоднозначно воспринимается гражданами России, однако полученные результаты сигнализируют о смещении представлений о регионе в положительную сторону. Россияне понимают перспективы Дальнего Востока и считают, что реализация обсуждаемых проектов по его развитию станет ключевым драйвером роста в ближайшие годы.

Литература

1. The Future Brand Index 2021 // Futurebrand.com URL: <https://www.futurebrand.com/futurebrand-index-2021>
2. Национальная программа социально-экономического развития Дальнего Востока на период до 2024 года и на перспективу до 2035 года. URL: <https://minvr.gov.ru/upload/iblock/fdc/nats-programma.pdf>
3. Доклад о комплексном развитии регионов Дальнего Востока / Министерство Российской Федерации по развитию Дальнего Востока и Арктики. URL: <https://minvr.gov.ru/upload/doc/22-12-2017/doklad-o-kompleksnom-razviti-dalnego-vostoka.pdf>
4. Развитие туризма на Дальнем Востоке: обзор рынка и ключевые тренды // Инвестиционное агентство Приморского края. URL: <https://ru.investinrussia.com/data/files/sectors/razvitie-turizma-na-dalнем-vostoke-obzor.pdf#:~:text=Программа%20>
5. Гомилевская Г.А., Петрова Г.А. Морской туризм как составляющая туристского бренда «Восточное кольцо России» // Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. 2017. Т. 9. № 3.
6. Концепция развития гастрономического туризма в Приморье. URL: https://drive.google.com/file/d/1_LFCH83MqzOn1Nn-p1jjZ5FrSpQFeSW8/view
7. Приморская кухня попала в десятку лучших в России // Правительство Приморского края. URL: <https://primorsky.ru/news/263203/>
8. Приморский край на RUSSIA.TRAVEL // Национальный туристический портал. URL: <https://russia.travel/events/?region=9976&page=8>
9. Минус четыре миллиона туристов – пандемия опустошила туристскую сферу в Приморье // PrimaMedia.ru. URL: <https://primamedia.ru/news/1125373/>
10. Порядка 1,1 млн туристов посетили Приморский край летом 2021 года // ТАСС. URL: <https://tass.ru/nacionalnye-proekty/12339463>
11. Дальний Восток: не так уж далеко? // Аналитический обзор ВЦИОМ. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/dalnij-vostok-ne-tak-uzh-daleko>

Е.Б. Письменская, И.И. Скоробогатых
Народные художественные промыслы –
возможность для развития экономики
и несырьевого экспорта

Введение

Большой интерес ко всему русскому, в том числе к русским народным промыслам в начале XIX века был вызван победой в Отечественной войне 1812 года, и в связи с этим повышенным интересом к России и ее творчеству и товарам [1]. Советская республика уже в 1927 году поняла, что народные художественные промыслы востребованы за рубежом и их экспорт позволяет пополнять бюджет иностранной валютой [2]. В период Великой Отечественной войны мастеров Федоскинской миниатюры отзывали с фронта для того, чтобы они на предприятиях создавали изделия, которые шли на экспорт [3]. В период 1950–1990-х годов отрасль народных художественных промыслов активно поддерживалась государством, функционировало большое количество училищ и ВУЗов, готовивших специалистов [4]. После 90-х годов, согласно официальным данным, было ликвидировано более 140 фабрик, а те, которые остались, сократили производство более чем в 15 раз [5]. По оценкам Минпромторга РФ за 30 лет страна лишилась более 200 промыслов [6].

В настоящее время годовой оборот отрасли составляет всего приблизительно 7,8 млрд руб. [7]. На долю экспорта приходится менее 1%. Кроме того, характерны следующие проблемы:

Отсутствие налаженных рынков сбыта

До 90-х годов прошлого столетия отрасль НХП работала на государственный заказ. Далее была система оптовых посредников, которые скупали у мастеров изделия и продавали их на специализированных рынках или иностранным компаниям. Сейчас отдельные мастера и фабрики имеют сложности с продажами: растущий онлайн-рынок они пока не освоили, старые каналы продаж сократились. На розничные магазины в туристических местах сильно повлиял COVID-19 — поток туристов сократился и, соответственно, сократились продажи. Хорошо развитой онлайн-площадки для товаров народных художественных промыслов пока нет. На Wildberries продаются в основном дешевые товары, на LavkaMasterov нет хорошего трафика и, как следствие, низкие продажи, Ebay и Etsy не доступны сейчас для российских поставщиков.

Деградация художественного уровня выпускаемой продукции

Это связано с несколькими причинами. Первая: снижение покупательской способности. Средняя стоимость туристического сувенира,

который готовы приобрести туристы — 300 рублей. В целях удешевления товара некоторыми предприятиями и частными мастерами не соблюдаются традиционные технологии. Вторая причина: устаревшее техническое оснащение: свыше 60% предприятий нуждаются в обновлении оборудования [7].

Происходит старение специалистов

Средний возраст мастеров 50 лет. Много училищ и техникумов закрылось. Большинство выпускников профильных вузов не работают по специальности по причине низких зарплат (в среднем не выше 20 тыс. руб.) [8]. Одно из решений этой проблемы — привлечение в отрасль НХП работающих на дому мастеров-индивидуалов, женщин с детьми, домохозяйек, людей с ограниченными возможностями, однако есть риск снижения уровня изготавливаемой продукции.

Разобщенность в отрасли и нарушение кооперации

Сильная разобщенность и конфликт между фабриками и частными мастерами наблюдались практически на каждом предприятии, которое мы посетили и где смогли пообщаться с мастерами, администраторами. Мастера предпочитают брать заказы лично, чтобы оплата за работу для них была выше: если мастер выполняет заказ, принятый от фабрики, то он получает только 30% от стоимости, оплаченной конечным клиентом. Это является конфликтным моментом между фабриками и мастерами. Фабрики следят, чтобы мастера работали с заказами легально. Для этого ставят камеры в залах и мастерских. Мастера, в свою очередь, стараются переключить клиента на личные заказы и работать на дому, как частный мастер. Однако искать клиентов они не умеют, поэтому несколько месяцев работают на дому, потом заказы заканчиваются, и они на пару месяцев устраиваются на фабрику, чтобы получить минимальную зарплату — примерно 15000 рублей — и получить клиента на следующие заказы.

Широкое распространение контрафактной продукции

Традиционные производители вынуждены конкурировать с типовой промышленной продукцией со схожим дизайнерским решением, выпущенной преимущественно в Китае [9]. Туристические магазины заказывают товар, который востребован туристами, а они, в свою очередь, хотят покупать товар недорого: как уже говорилось выше, 300 рублей — та сумма, которую средний российский турист готов потратить на сувениры по опросам потребителей.

Цели исследования — рассмотрение отрасли народных художественных промыслов с точки зрения потенциала развития, как самостоятельной отрасли, так и возможных ее интеграций с другими отраслями, а также оценка возможных путей возрождения и анализ текущей

деятельности по развитию рынка народных художественных промыслов.

Методы. Исследование статей, аналитических отчетов и мер поддержки отрасли, посещение предприятий и беседа с сотрудниками фабрик народных художественных промыслов. Анализ коллабораций современных дизайнеров и народных художественных промыслов.

Результаты

Народные художественные промыслы всегда имели двойной смысл: с одной стороны, они относятся к декоративно-прикладному искусству, с другой стороны — к промышленному производству товаров народного потребления. По мнению генерального директора Института территориального маркетинга и брендинга А. Стася, существуют три сценария развития российской отрасли НХП — экономический, историко-культурный и смешанный [10]:

Экономический основывается на развитии промышленности и технологий, применении новых материалов. Это позволит повысить практичность и современность выпускаемой продукции. При этом сохранение элементов узнаваемого дизайна будет способствовать популяризации типичных элементов дизайна, что позволит подчеркнуть индивидуальность в условиях массового распространения однотипных товаров. Однако при развитии данного сценария высока вероятность удешевления продукции и сокращения ручной работы, а также потеря уникальных мастеров и их методик.

Культурно-креативный — смешанное развитие. По данному сценарию предполагается выделить культурное достояние и поддерживать его с помощью государственных программ: предполагается не только финансирование, но и госзаказы, например, сохранение уникальных ремесел и передача мастерства от профессионалов к ученикам, организация выставок и заказ производства данной продукции небольшими тиражами для подарков, презентаций и выставок. Другую часть народных промыслов можно выделить в промышленную отрасль и развивать ее, опираясь на новые технологии, снижение себестоимости и рыночный спрос.

Историко-культурный (экономика — не определяющий фактор). Данный сценарий предполагает регулирование только культурной составляющей и передача ее в Минкульт РФ как части культурного наследия.

Представители отрасли НХП склоняются к выбору комплексного сценария, который позволяет сохранить традиции и создавать прибыль, тем самым обеспечив прочные позиции предприятиям НХП.

В настоящее время работа по развитию народных художественных промыслов ведется по следующим направлениям:

1. Меценатство. К этому виду поддержки и развития относится покупка и развитие фабрики «Крестецкая строчка» [11], а также покупка АФК «Системой» 37,5% акций завода «Гжель» [12]. Однако данное направление пока имеет низкую активность, отмечается низкая заинтересованность частных инвесторов к отрасли народных художественных промыслов. С точки зрения финансовой поддержки основную поддержку отрасль получает от государства. После низкого интереса государственной власти к отрасли народных художественных промыслов в 1990-х — 2010-х годах сейчас финансирование государства возрастает.

2. Коллаборации. Это один из развитых вариантов интеграции народных художественных промыслов в современную промышленную индустрию.

Популярным дизайнером, который интегрировал народные промыслы в современную моду, был Денис Семачев, он использовал узнаваемый рисунок «Хохломской росписи». Традиционно в своих коллекциях использует народные художественные промыслы российский дизайнер Ульяна Сергиенко, причем в отличие от Дениса Семачева, Ульяна не просто использует узнаваемые элементы, а обращается к фабрикам для создания элементов дизайна по их технологиям. Так, коллекцию «Весна–лето» 2022 года Ульяна создала в сотрудничестве с фабрикой «Елецкое кружево» [13].

Элементы народных художественных промыслов используют в своих коллекциях дизайнеры взрослых брендов Алена Ахмадулина, Сергей Сысоев, Юлия Герасимова, Варвара Зенина и многие другие [14].

В коллаборации, которая была инициирована компанией Global Rus Trade и ее учредителем Анной Нестеровой, были разработаны и произведены наручные часы — на московском заводе «Полет», с привлечением специалистов г Палеха, которые расписывали циферблаты часов с учетом технологий создания Палехской миниатюры [14].

3. Туризм и развлекательно-познавательный контент. Это одна из наиболее развивающихся и инвестиционных отраслей народного хозяйства. Например, инвестиции в туристический комплекс «Клинское подворье» [15] включают реконструкцию гостиницы, современную развитую инфраструктуру, благоустройство прилегающих территорий, музеев, мастер-классы и театр для детей.

Создание туристического кластера «Хрустальный город» в г. Дятьково Брянской области привлекло инвестиции в размере полутора

миллиардов рублей [16] и позволило создать гостиничный, музейный комплекс в рамках реконструкции храма «Неопалимая Купина», создать уникальный хрустальный иконостас. Данный проект реализован в рамках Стратегии развития туризма в РФ [17].

Создание туристических зон в местах функционирования народных промыслов придает туристической местности уникальность и тематическую направленность.

Межрегиональный культурно-познавательный проект «Узоры городов России» объединяет одиннадцать субъектов Российской Федерации, разработано сорок маршрутов, направленных на изучение истории и традиций народов России, включающих посещение мест традиционного бытования народных промыслов и ремесел. В центральной части РФ популярны туры на предприятия, знакомящие с технологией и продукцией промыслов: федоскинская и палехская лаковая миниатюрная живопись, жостовские декоративные подносы, гжельская керамика. «Нижегородское Золотое кольцо народных промыслов и ремесел» знакомит с росписью по дереву, в основном, хохломской и городецкой, резьбой по дереву.

Важно отметить взаимный эффект: развитие туризма влечет за собой развитие народных художественных промыслов, которые способствуют расширению производства и продажи сувенирной продукции.

4. Образование. Для развития творческого потенциала личности, организации досуга для детей и взрослых, а также воспитания любви к родному искусству создаются художественные курсы, проводятся мастер-классы при музеях и фабриках, проводятся конкурсы и выставки [18].

В рамках Стратегии государственной культурной политики на период до 2030 года по инициативе двух общественных организаций — Ассоциации участников рынка артиндустрии и Национального союза народных художественных промыслов — при поддержке Министерства промышленности и торговли РФ был разработан учебно-методический комплект «Набор учителя «Достояние России. Народные художественные промыслы».

Данные комплекты по изучению народных художественных промыслов предназначены для дошкольных учебных заведений, которые позволят познакомить детей с народным искусством и помогут их нравственному и патриотическому воспитанию, изучению истории и культурных традиций. Важным в данных комплектах, как считают авторы, является то, что они учат детей воспринимать народное творчество не как историю, а как традицию, сохранившуюся до сих пор [19].

5. Популяризация. Одной из организаций, занимающихся популяризацией художественных промыслов, является агентство RusTrend, основной задачей которого является организация мероприятий с самым популярным пиаром. Например, в сентябре 2021 года было проведено мероприятие «Презентация “beauty box”» (коробочки с косметикой) от известного стилиста Елены Крыгиной. Мероприятие проходило в виде мастер-класса с участием медийных лиц, которые расписывали коробочки в стиле «жостовской росписи». Затем это мероприятие широко освещалось в прессе, размещались фотографии расписанных коробочек и упоминались народные промыслы, совместно с популярными артистами [20].

Еще одним важным мероприятием по популяризации народных промыслов, является выставка «Ладья», которая проходит два раза в год в Экспоцентре на Красной Пресне. Выставка поддерживается Минпромторгом и широко освещается в прессе. В целом, все вышеописанные действия оказывают влияние на популяризацию народных промыслов.

Литература

1. Макарова Е.В. Культурно-исторический анализ развития народных художественных промыслов в России // В мире науки и искусства: вопросы филологии, искусствоведения и культурологии. 2014. №5 (36). С. 12–17.

2. Лебедев С.В. Абрамцевский кружок: продолжим ли мы прерванный полет? // Традиционное прикладное искусство и образование. 2014. № 2 (9).

3. Федоскинская лаковая миниатюра и музей народных художественных промыслов в Федоскино. URL: <https://anashina.com/fedoskinskaya-lakovaya-miniatura>

4. Постановление Совета Министров РСФСР от 22 октября 1975 года №570 О развитии народных художественных промыслов в РСФСР. URL: <https://docs.cntd.ru/document/765728949>

5. Ниналалова Л.Г. Государственная поддержка народных художественных промыслов как основа их возрождения // Региональные проблемы преобразования экономики. 2013. № 3 (37).

6. Тереньтев Д.В. За 30 постсоветских лет в России исчезло около 200 народных художественных промыслов // Аргументы недели. 2021. URL: <https://argumenti.ru/society/2021/11/748191>

7. Седых И.А. Рынок народно-художественных промыслов. 2021. URL: https://www.hse.ru/data/2021/09/15/1472121216/Рынок_народно-художественных_промыслов-2021.pdf

8. Стратегия развития народных художественных промыслов на период до 2020 г. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_252153/bf1ec534bb70b89209f63735c1085451ad28627e/

9. Жигалова И.В. Направления совершенствования правового регулирования предпринимательской деятельности в сфере народных художественных промыслов России // Юридическая наука. 2020. № 1. С. 66–69.

10. Новая жизнь народных промыслов: стратегические развилки и возможности // Экспертный совет по малым территориям. 2019. URL: <http://rusregions.com/wp-content/uploads/2019/09/promysly-platforma-v2.pdf?ysclid=l4gpq8jy87760100110>

11. Скоробогатых И.И.: Развитие российских брендов народных художественных промыслов: результаты маркетингового исследования магистрантов (Кейс «Возрождение народного промысла «Крестецкая Строчка») // Практическая направленность обучения и исследований в вузе: материалы VII Всероссийской научно-практической конференции «Плехановский форум преподавателей». Декабрь 2018 г. / под общ. ред. И.И. Скоробогатых, Н.И. Ивашковой. М., 2019. С. 167–175.

12. Партнером Сбербанка в покупке производителя гжели стала АФК «Система». 2019. URL: https://www.rbc.ru/business/25/12/2019/5e03aec19a794718e27bd74d?utm_source=application

13. Ulyana Sergeenko презентовали кутюрную коллекцию SS 2022: Елецкое кружево, дивы 20-х годов и первый в истории бренда мужской кутюр. URL: <https://www.sobaka.ru/fashion/stuff/143427>

14. Письменная Е.Б. Скоробогатых И.И. Народные художественные промыслы — трансформация в условиях современной экономики. Материалы XXV Международной научной конференции Мода и дизайн: исторический опыт — новейшие технологии. СПб., 2022. С. 529–534.

15. Губернатор подписал ряд соглашений с инвесторами в первый день ПМЭФ-2019. URL: <https://mosreg.ru/sobytiya/novosti/news-submoscow/vorobev-vozglavil-delegaciyu-pravitelstva-podmoskovya-na-peterburgskom-ekonomicheskom-forume>

16. В Дятькове за 1,5 млрд рублей проведут реконструкцию музея хрусталия // Брянские новости. 10.12.2021. URL: <https://www.bragazeta.ru/news/2021/12/10/v-dyatkove-unikalnyj-proekt-xrustalnyj-gorod-vypolnen-na-70-procentov/>

17. Курилова Е.В., Радыгина Е.Г. Субъекты народных художественных промыслов как туристические аттракторы территории // Вестник Челябинского государственного университета. 2020. № 10. С. 210–217.

18. Методические рекомендации по популяризации народных художественных промыслов посредством системы дополнительного образования. URL: http://dop.edu.ru/upload/file_api/7a/16/7a1633b7-3297-4121-9a6c-e0bf33c3f950.pdf

19. Егорова И.И. Знакомство детей с народными промыслами может их нравственному и патриотическому воспитанию // Общероссийский народный фронт. 2.08.2018. URL: <https://onf.ru/2018/08/02/egorova-znakomstvo-detey-s-narodnymi-promyslami-pomozhet-ih-nravstvennomu-i>

20. Гавва Р.В., Ложкомоева Е.Н., Нечаева Т. В. Совершенствование, развитие и практическое применение различных маркетинговых технологий и инструментов по продвижению народных промыслов // Вестник университета. 2017. № 12. С. 113–121.

21. Кадырова Г.М. Традиции мастерства и креативности — «Культурный код» российских территорий // Регионы России. Август 2019. URL: <https://www.gosrf.ru/news/41386>

А.А. Плаксенко
Историко-географический образ Алтая
в путевых записках Дж.Д. Кокрена

Путевые записки иностранцев, посетивших в то или иное время Россию, давно являются предметом пристального изучения историков. Путешественники, приезжавшие в нашу страну из разных стран, как правило, уже имели некоторые представления о нравах и традициях русского народа и об устройстве Российского государства. Но в ходе поездки эти представления трансформировались, дополнялись личными впечатлениями и переживаниями. Так создавались новые образы России в целом или же ее отдельных территорий.

Путешествия и написанные во время их совершения путевые записки, травелоги являются важнейшим источником формирования историко-географического образа пространства — системы взаимосвязанных символов, ключевых представлений и стереотипов, ярко, полно и точно определяющих и описывающих ту или иную территорию (это может быть как отдельно взятый регион, так и целая страна). Такой образ, по мнению Д.Н. Замятина, является центральным понятием имагинальной географии [1, с. 29].

Коллектив алтайских исследователей (Д.С. Бобров, Д.С. Дегтярев, Т.Н. Соболева) считает, что центральным звеном в формировании у путешественника географического образа пространства является эффект восприятия, которое основывается на первом впечатлении об

увиденном. Еще одним важнейшим звеном в данном процессе выступает воображение, предполагающее сознательное искажение пространственной реальности, что зачастую основывается на фантазии или использовании недостоверной информации. В итоге историко-географические образы, формируемые путешественниками, основаны на субъективации [2, с. 191].

В данной статье автор рассматривает проблему репрезентации историко-географического образа Алтая, отраженного на страницах путевых записок Дж.Д. Кокрена — английского морского офицера, которому британским Адмиралтейством было настоятельно рекомендовано совершить поездку в Россию с целью совершения «путешествия» через Сибирь в Русскую Америку. Выбор данного предмета исследования объясняется тем, что образ Алтая в сочинениях иностранцев, побывавших в прошлые столетия в этом крае, остается малоизученным. Стоит согласиться с мнением В.В. Ведерникова, что вообще не существовало какого-то единого образа Алтая, по той причине, что путешественники и исследователи посещали этот район в разное время и с совершенно разными целями [3, с. 43]. Да и происходило это крайне редко, в сравнении, например, с Крымом, являвшимся по сути своеобразным «туристическим центром» того времени. Между тем, в начале XIX столетия Алтай являлся крупнейшей промышленной территорией в Российской империи. Более того, это был главный центр в стране по производству серебра.

Дж.Д. Кокрен появился в России в 1820 году. В 1824 году в Англии вышло его двухтомное описание путешествия по европейской и азиатской частям России, которое было озаглавлено «Narrative of a Pedestrian Journey through Russia and Siberian Tartary, from the Frontiers of China to the Frozen Sea and Kamchatka». Отметим, что данное сочинение официально никогда не переводилось на русский язык. Для нас особый интерес представляет первый том, поскольку именно в нем мы можем найти записки, непосредственно касающиеся темы нашего исследования [4].

В настоящей статье мы коснемся описания Дж.Д. Кокреном не всех географических объектов, упоминаемых им на страницах своего сочинения, а лишь тех из них, на которых британец акцентировал особое внимание своего читателя. Речь идет о Змеиногорске и Барнауле. В рассматриваемый период времени именно они являлись основными элементами значимого горно-металлургического комплекса, располагающегося на территории Российской империи. Имеется в виду Колывано-Воскресенский горный округ — важнейшая административно-территориальная структура, располагавшаяся на юге За-

падной Сибири. Данный регион был значительно удален от центра, что, однако, не мешало ему играть важную роль в экономическом развитии страны. Во многом именно благодаря ему Российская империя в то время занимала лидирующее место в мировом горно-металлургическом производстве.

В первую очередь, необходимо определиться с тем, что именно в статье понимается под Змеиногорском, ведь привычный для всех нас топоним в записках британского путешественника не встречается. Вместо него там фигурирует название «Змеева»: «On the second day I reached Zmeyeva...» [4, p. 185]. Как известно, название города Змеиногорска происходит от горы Змеиной, именованной так из-за огромного количества змей, обитающих на ней. Данная гора в то время являлась богатейшим источником ценных горных пород, руд и разнообразных камней. В настоящее же время она является основной достопримечательностью городка, несмотря на то что от нее сохранилась лишь малая часть. Вероятнее всего, Дж.Д. Кокрен, говоря о Змееве, имел в виду именно Змеиную гору и ее ближайшие окрестности.

С трудом можно говорить о том, что Дж.Д. Кокрен создал подробное описание Змеиногорска. Тем не менее, оно весьма информативно. Д.С. Дегтярев, проанализировав работы целого ряда авторов (российских и зарубежных путешественников, посетивших Змеиногорск, начиная с XVIII века), пришел к выводу, что почти все они, описывая городок, выдают определенный набор образов: «крупное поселение», «гористая местность», «богатое месторождение руд», «значимый производственный комплекс» [5, с. 71]. Почти все эти своего рода «клише» о Змеиногорске мы можем найти также и в описаниях Дж.Д. Кокрена.

Надо сказать, что Змеиногорск в то время был достаточно крупным по сибирским меркам городом. И действительно, в описании Дж.Д. Кокрена это тоже большое, но «разбросанное» место. Полагаем, что британец имел в виду тот факт, что расположение улиц данного населенного пункта было беспорядочным, а множество построек тянулись даже по близлежащим сопкам. В данном поселении насчитывается от пяти до шести тысяч жителей, которые, по мнению Дж.Д. Кокрена, живут в процветающих условиях.

В своей работе Дж.Д. Кокрен делает попытку описания производственного комплекса Змеиногорска. Он пишет, что в его окрестностях есть много ценных серебряных и медных рудников [4, p. 186]. Британец подчеркивает, что серебро здесь чище, чем в любой другой части империи. Примечательно, что путешественник неоднократно в своих путевых записках обращает внимание читателя на неисчерпае-

мые запасы полезных ископаемых, находящихся в недрах алтайских земель. Дж.Д. Кокрен насчитывает на Алтае десятки рудников, которые принадлежат императору, и отмечает, что постоянно обнаруживаются новые.

Британец попытался также дать географическое описание Змеиногорска. Так, описывая дорогу до данного поселения, Дж.Д. Кокрен указывает на холмистый характер местности. Справедливости ради отметим, что окрестности Змеиногорска действительно богаты разнообразием возвышенностей, но его также окружают и каменные горы, которые лишены растительности. Заметим, что в описании Дж.Д. Кокреном Змеиногорска присутствуют давно сложившиеся, но до сих пор не потерявшие своей актуальности стереотипы о данном населенном пункте. Например, Змеиногорск в представлении многих людей — это, в первую очередь, гористо-холмистая местность с богатым рудником.

Достаточно более информативно, в сравнении со Змеиногорском, составленное Дж.Д. Кокреном описание Барнаула. Согласно путешественнику, Барнаул расположен на реке Оби, как раз в том месте, где в него впадает маленькая речка Барнаулка. Окрестности Барнаула Дж.Д. Кокрен описывает как обширную местность, оживленную прекрасным лесом и деревьями, окруженными обработанными землями. При приближении к городу почва превращается в тяжелый песок, а кустарники постепенно сменяются густым сосновым и еловым лесом. Само поселение имеет аккуратный и удивительно правильный внешний вид. Оно хорошо застроено, в нем много красивых зданий из кирпича и дерева. Помимо этого, британец также упоминает единственную площадь, находящуюся в Барнауле, на которой есть аккуратная набережная.

Дж.Д. Кокрен уверен, что Барнаул — очень желанное место для проживания многих людей. В городе насчитывалось около восьми тысяч жителей, и их число, полагает путешественник, в будущем будет только расти. Большую роль в этом играет удачное расположение города: поскольку Барнаул стоит в благородном лесу, то его уголья могут быть использованы и для строительства, и для охоты, и для прочих нужд.

Сопровождаемый губернатором П.К. Фроловым, британец посетил некоторые производственные объекты в Барнауле, на которых отметил порядок и трудовую дисциплину рабочих. Согласно его описанию, работа в шахтах и на других производствах не прекращается ни днем, ни ночью. Серебряный металл выковывается в слитки и в таком состоянии отправляется в Санкт-Петербург, а медная руда чеканится для выплаты жалованья офицерам и рабочим. Дж.Д. Кокрен также замеча-

ет, что деньги Барнаула намного превосходят по качеству изготовления деньги Екатеринбургa.

В ходе своего путешествия по Алтаю (это, преимущественно, дорога из Змеиногорска в Барнаул) Дж.Д. Кокрен поверхностно описывает некоторые детали, касающиеся жизни населения. Британец пишет, что интересовался благосостоянием людей, проживающих на этих землях, но смог узнать лишь то, что лучше всего жилось тому, у кого было больше всего лошадей и повозок [4, р. 187]. Путешественник отмечает, что здесь едва ли можно найти взрослого мужчину, у которого не было бы сразу двух или трех лошадей. Прямая прибыль крестьянина зависит от их фактического труда, так как тот, у кого больше лошадей или кто перевозит больше грузов с шахт в Барнаул, получает больше всего денег. Помимо этого, у крестьян также достаточно времени для обработки своих земель и сбора урожая. Дж.Д. Кокрен подчеркивает также и то, что крестьяне занимаются разведением в огромном количестве крупного рогатого скота, что позволяет здесь купить мясо по очень низкой стоимости.

Что касается личных качеств местных жителей, то Дж.Д. Кокрен среди таковых выделяет в первую очередь приветливость и гуманность. Это относится как к простому человеку, так и к человеку из высшего общества, занимающему высокую должность. Например, сельчанин из Калманки, у которого британец, заболев, остановился на ночлег, видя состояние своего иностранного гостя, любезно уложил его в свою постель, предложив ему также немного теплого чая и пару одеял [4, р. 188]. Аналогичные мысли высказывает Дж.Д. Кокрен и о губернаторе П.К. Фролове, который принял его в Барнауле, уделил ему особое внимание, а также пригласил остановиться в своем доме. Очень тепло отзываясь Дж.Д. Кокрен и о М.М. Сперанском, для встречи с которым он и прибыл в Барнаул. Британец отмечает снисходительность и приветливость генерал-губернатора и говорит о том, что никогда не видел столь истинного величия души и доброты сердца. Не зря люди, окружающие его, относятся к нему с таким почтением и уважением. Британец констатирует, что всегда будет гордиться вниманием к себе со стороны столь видного государственного деятеля, коим являлся для него М.М. Сперанский.

Говоря об Алтае, невозможно не затронуть его природу, которая, согласно Дж.Д. Кокрену, удивительно красива и разнообразна. Нельзя говорить о том, что британец довольно подробно останавливается на деталях, но даже благодаря краткому упоминанию им, к примеру, алтайских рек, читатель может представить себе все их многообразие. На страницах своих путевых записок Дж.Д. Кокрен называет и неболь-

шую речушку под названием Алей, и шумную Катунь, и величественную Обь. Думается, что прекрасные впечатления Дж.Д. Кокрена от алтайской природы не могут испортить даже дороги, которые в российской глубинке «отвратительны», а после дождя еще и очень скользкие [4, p. 187].

Таким образом, в путевых записках Дж.Д. Кокрена транслируется достаточно позитивный образ Алтая, о котором у него осталось приятное впечатление. Алтай глазами британца — это очень живописный сибирский регион, в котором проживают приветливые и трудолюбивые люди. Здесь осуществляется важнейшее производство, приносящее огромную материальную прибыль всей Российской империи.

Литература

1. Замятин Д.Н. Гуманитарная география: пространство, воображение и взаимодействие современных гуманитарных наук // Социологическое обозрение. 2010. Т. 9. № 3. С. 2–50.

2. Бобров Д.С., Дегтярев Д.С., Соболева Т.Н. Историко-географические образы пространства: онтологические особенности и эвристический потенциал использования в исторической науке // Известия Алтайского государственного университета. 2016. С. 186–193.

3. Ведерников В.В. Особенности формирования образа горнозаводского Алтая в сочинениях современников (вторая половина XVIII — первая треть XIX в.) // Известия Алтайского государственного университета. 2015. № 3-2 (87). С. 42–49.

4. Cochrane J.D. Narrative of a Pedestrian Journey through Russia and Siberian Tartary, from the Frontiers of China to the Frozen Sea and Kamchatka. Vol. I. L., 1824.

5. Дегтярев Д.С. Змеиногорск глазами ученых и путешественников XVIII–XIX вв. // Известия Алтайского государственного университета. 2015. № 3-2 (87). С. 68–71.

Д.С. Поликарпов, Д.О. Тимин ***Формирование бренда региона:*** ***кейс Санкт-Петербурга***

В эпоху глобализации, с развитием цифровых технологий, влияние информации на социум переходит на качественно другой уровень. От эффективного позиционирования того или иного бренда в информационном пространстве зависит успешность «запуска» какого-либо продукта. Аналогичная ситуация наблюдается и в отношении брендинга регионов, необходимого с точки зрения туристической и экономической привлекательности. Очевидно, что развитие территории невоз-

можно без эффективной деятельности органов власти, общественных организаций и движений, гражданского общества в целом. На данный момент существует множество способов формирования и продвижения бренда какой-либо территории. Стоит отметить, что при создании территориального бренда необходимо максимально учитывать структурные компоненты региона, способствующие формированию уникальной идентичности места.

Тема регионального брендинга является достаточно новой в научном дискурсе. Появление термина «территориального брендинга» обычно связывают с именем такого исследователя, как С. Анхольт. Впоследствии многие исследователи изучали в своих работах проблемы формирования имиджа регионов и эффективного позиционирования территорий. В связи с этим, целью данного исследования является выявление основных компонентов формирования территориального бренда на примере Санкт-Петербурга. Основным методом данной работы является метод кейс-стади (case study).

В научном дискурсе под регионом понимается территориальная единица, которая имеет уникальную культуру, историю и географию. Под политическим ресурсом в данной коннотации выступает комплекс инструментов и стратегий по привлечению как бюджетного, так и частного финансирования региона. Поэтому успешный бренд территории – это не только социально-экономический капитал, но еще и политический. Это особенно характерно и для России, где репутация региона зависит от местной власти. Одновременно с формированием уникального бренда региона конструируется и его политическая идентичность. О.Ф. Русакова и Д.А. Максимов считают, что бренд – это «символический капитал», который формирует благоприятный образ о продукте у покупателя [1, с. 85]. Такая лояльность или доверие к бренду возникает вследствие экономического и социального эффекта, воздействующих на покупателя. Можно сказать, что бренд по большей части основан на эмоциях человека, так как он выступает, как некий символ и нематериальный образ, проецируемый в сознании.

«Бренд региона» («территориальный брендинг») как термин в современном его понимании впервые был введен в научный дискурс лишь в начале 2000-х гг. Территориальный брендинг имеет несколько уровней: международный брендинг, то есть на уровне нескольких и более стран; национальный брендинг – уровень страны; региональный брендинг – уровень субъекта страны и брендинг отдельного места – локальный уровень. Считается, что основоположником понятия территориальный (национальный) брендинг является С. Анхольт. Его понятие «place branding» или «брендинг мест» может быть использовано по

отношению к городу или отдельному региону для формирования определенного имиджа, который бы позволил привлекать туристические потоки и инвестиции (поскольку С. Анхольт рассматривает категорию «имидж» с маркетинговой точки зрения). Кроме того, британский исследователь представил свою систему – концепцию «шестиугольника», углами которой являются факторы, показывающие степень развитости бренда того или иного региона (туризм, инвестиции и иммиграция и др.). В 2007 г. С. Анхольт предложил более широкий термин «конкурентная идентичность» («competitive identity»), включающий в себя не только брендовую составляющую, но также учитывающий и дипломатию [2, с. 12].

Перейдем к основным стратегиям маркетинга территорий. Так, А.П. Панкрухин выделял несколько основных стратегий развития привлекательности региона [3, с. 317–327]: маркетинг имиджа, маркетинг инфраструктуры, маркетинг населения. На основе факторного анализа Д.В. Визгалов в своем исследовании выделяет семь типов стратегий маркетинга: города – лидеры, города – предприниматели, развлекательные города, города – музеи, умные города, города – посредники, проводники и перекрестки, города уникального имиджа [4, с. 39–49].

Брендинг территорий — для российской действительности достаточно новое явление. В России за прошедшее десятилетие наблюдается появление новых региональных брендов. По различным оценкам, на данный момент около двух десятков субъектов РФ занимались брендингом своих территорий. По мнению А.Е. Илларионова и П.Ю. Макарова, в России, запрос о создании бренда региона идет не снизу-вверх, т.е. от бизнеса к государству, а сверху-вниз. Именно администрация субъекта РФ выступает заказчиком, выбирает того, кто будет разрабатывать бренд и реализовывать свою задумку [5, с. 44]. По мнению Д.А. Демьянченко, в России практика выстраивания прорывного позиционирования формирования брендинга территорий не имеет за собой методологической платформы, способной сделать этот процесс более эффективным [6, с. 8]. В странах, где давно занимаются построением национальных и региональных брендов (преимущественно страны Запада), наблюдается тенденция к децентрализации субъектов, способных к созданию брендинга (в РФ — наоборот).

В Санкт-Петербурге одной из первых попыток по созданию бренда города был проект рекламной студии «Волга-Волга» в 2008 г. Слоганом данного проекта был лозунг «Никаких медведей! Только красота!», который оказался достаточно оригинальным и запоминающимся даже за рубежом. Данная кампания была инициирована администрацией города, так как Петербургу был необходим узнаваемый бренд для

привлечения туристов. Позднее, в 2013 г. Городской комитет по инвестициям начал работу по формированию привлекательного инвестиционного бренда. Планировалось, что разработка эффективного с точки зрения бизнеса бренда будет осуществляться совместно с деятельностью Правительства Санкт-Петербурга. Другим важным для города проектом по формированию образа Петербурга стала программа от Правительства под названием «Развитие сферы культуры и туризма на 2015–2020 гг.».

Как отмечают различные исследователи, на данный момент у Петербурга нет сформировавшегося единого образа [7, с. 43]. Проблема заключается в том, что у Северной столицы очень много доминант, некоторые из которых противоречат друг другу, что осложняет задачу по формированию бренда. Так, с одной стороны Санкт-Петербург (по классификации городов Д.В. Визгалова) можно отнести к городу-музею из-за наличия большого количества памятников культуры, а с другой стороны, это современный город с доминантами в виде Лахты-центр, Газпром-арены, множеством новостроек [4, с. 39–49]. Как отмечает В.Ю. Пашкус, в Петербурге есть уже сложившиеся локальные бренды разного масштаба. Он выделяет следующие группы культурных брендов: глобальный, национальный и региональный и те объекты, у которых нет сложившегося бренда. К брендам глобального масштаба в Санкт-Петербурге можно отнести: Государственный Эрмитаж, СПбГУ, Государственный музей-заповедник «Царское село», Государственный академический Мариинский театр и Государственный музей-заповедник Петергоф. К национальному уровню относятся объекты, которые пока еще известны только на уровне страны. Например, Александринский театр, Государственный Русский музей и др. На региональном уровне стоит выделить: Санкт-Петербургскую государственную консерваторию им. Н.А. Римского-Корсакова, музей-заповедник Гатчина и др. Примечательно, что почти все объекты из данного списка являются культурным достоянием города, поэтому культурный капитал – это значимая составляющая при выстраивании бренда Петербурга [7, с. 43].

Важным политико-экономическим атрибутом города на Неве, является Петербургский международный экономический форум (ПМЭФ). Форум – статусное мероприятие, участниками которого являются главы корпораций, представители государств (в 2021 г. приняла участие 141 страна), ведущих мировых СМИ и экспертного сообщества. Так, на форуме 2021 г. было представлено 13 инвестиционных проектов, которые будут реализованы в ближайшее время (в основе — в сфере развития образования).

Исследователи в области экономики Б.М. Гринчель и Е.А. Назарова отмечают, что развитая инфраструктура, географическое положение, человеческий капитал и в целом, являются основой для возможности роста бизнеса в регионе [8, с. 21]. Согласно данным параметрам, в Санкт-Петербурге есть все условия для такого роста. Что касается инфраструктуры, то имеется в наличии современный морской порт и аэропорт. В городе также присутствует тяжелая и легкая промышленность, да и в целом – это важнейший экономический центр нашей страны.

Санкт-Петербург также является культурным центром и популярным туристическим направлением как для иностранных, так и для отечественных туристов. Так, например, согласно опросу, ВЦИОМ, Петербург является самым привлекательным местом для туризма у россиян [9].

Если говорить об инвестиционной привлекательности, то в 2016 г. Санкт-Петербург занимал 6-е место по объему региональных инвестиций. Инвестиционную привлекательность, можно рассматривать и как экономический, и как политический капитал [10, с. 134]. На данный момент, с поддержкой Правительства Санкт-Петербурга реализуется комплексная «Стратегия социально-экономического развития Санкт-Петербурга до 2035 г.», включающая в себя вопросы повышения качества городской среды, экономического роста и др.

С точки зрения переезда, Петербург наравне с Москвой самое популярное место среди жителей нашей страны. Причин этому несколько: во-первых, качество жизни одно из самых высоких в России. Как отмечает экономист А.И. Котов, качество жизни является важным фактором высокотехнологичного развития региона, потому что такой регион будет притягивать специалистов из разных сфер [11, с. 93–95]. Во-вторых, в Петербурге достаточно легко найти работу. И, в-третьих, многие молодые люди переезжают в Северную столицу, чтобы поступить в высшие учебные заведения, которые также находятся на первых местах в национальных образовательных рейтингах.

Важную часть структуры бренда представляет его логотип или, если говорить шире – система айдентики. Айдентика – это основанный на индивидуальности бренда комплекс визуальных символов (логотип, шрифт и т.д.), за счет которого повышается узнаваемость, уровень эффективности рекламы с точки зрения увеличения привлекательности и лояльности к бренду. В данном случае, официальными символами Санкт-Петербурга являются герб, флаг и гимн. Порядок их использования определяется законом «О детальном описании официальных символов Санкт-Петербурга и порядке их использования». История

герба берет свое начало с 1730 г., а вновь он был утвержден в 1991 г. Герб Санкт-Петербурга (рис. 1) олицетворяет историю города. Он представлен в виде красного геральдического щита, на котором изображены два якоря: морской и речной, символизирующие нахождение Петербурга у воды, портовую и военно-морскую сферы деятельности. В верхней части герба находится императорская корона, а за щитом два скипетра, что напоминает о былом статусе Санкт-Петербурга как столицы Российской империи. Также в уставе Петербурга официально закреплены такие атрибуты города, как: Медный всадник, кораблик на шпиле адмиралтейства и ангел на шпиле Петропавловской крепости.



Рис. 1. Герб города Санкт-Петербург от 2003 г.

Если говорить о логотипе города в современном понимании, то в 2014 г. по заказу Комитета по развитию туризма Санкт-Петербурга «Студия Артемия Лебедева» создала первый логотип Петербурга для туристических проектов. Как объясняют сами создатели, логотип (рис. 2), по сути, состоит из надписи Санкт-Петербург (Saint-Petersburg), в которой были замаскированы разводные мосты – важный символ города на Неве. В нижней части рисунка находится голубая волна, олицетворяющая реки и каналы города. Верхняя часть логотипа меняется в зависимости от объекта применения логотипа (музей, справочное бюро и др.). Стоит отметить, что Администрация города заключила договор со «Студией Артемия Лебедева» без проведения открытого конкурса за символический 1 рубль, из-за чего возникли вопросы у ФАС. В результате, по решению Верховного суда, логотип пришлось отменить. Причем данный логотип уже участвовал на международных выставках, символизировал Санкт-Петербург.



Рис. 2. Логотип Санкт-Петербурга, выполненный «Студией Артемия Лебедева» в 2014 г.

Поэтому необходимость формирования нового логотипа оставалась. В сентябре 2018 г. был создан тендер для поиска студии, способной создать новый символ. Такой компанией стала «SPN Communications». По итогу было заключено соглашение с администрацией города на сумму в 7 млн рублей. От исполнителя требовалось разработать логотип и стратегию продвижения бренда до 2024 г. Утверждается, что в процессе создания логотипа изучался опыт разных городов (Лондон, Нью-Йорк и др.). Также самой компанией было проведено исследование, целью которого стало выявление представлений о городе у жителей и туристов Петербурга. Полученные результаты были представлены экспертами из разных сфер (краеведы, историки, журналисты и др.) и уже на основе этого было создано несколько прототипов логотипа. Отмечается, что при разработке логотипа опирались на шестиугольник С. Анхольта. Официальная презентация символа состоялась в ноябре 2019 г. Логотип был представлен в виде круга бирюзового цвета с надписью Санкт-Петербург (Saint-Petersburg) (рис. 3). В надписи присутствует такая же отсылка к разводным мостам, как и в предыдущем логотипе (А. Лебедева). Слоган бренда – «Создавать великое», со слов разработчиков, означает акцент данного мета-бренда на человеческий капитал, на личности, которые живут в Петербурге и готовы сюда переехать.

Анализируя бренд Санкт-Петербурга, необходимо перейти к рассмотрению того, какой образ города возникает у самих петербуржцев и гостей города. В 2018 г. под руководством профессора О.В. Поповой было проведено социологическое исследование, целью которого стало выделение ключевых ассоциаций о городе [12]. Так, по результатам исследования, менее 40% населения считают Петербург «окном в Европу», чаще всего люди описывают город с точки зрения эмоций, которые у

них возникают. Более 20% респондентов не наделяют Санкт-Петербург какими-то определенными признаками, а отмечают свое «теплое» отношение к мегаполису, говорят о «духовной близости с ним».



Рис. 3. Логотип Санкт-Петербурга, выполненный компанией «SPN Communications», в 2018 г.

Большую роль в восприятии города играет ивент-маркетинг. Тем не менее, в подавляющем большинстве главным праздником петербуржцы считают День Победы (94% респондентов). Также в тройке находятся День города (87%), «Алые паруса» (84%) и празднование Нового года на Дворцовой площади (73%). Праздник «Алые паруса» является важным примером продвижения региона не только на национальном уровне, но и на мировом. Изначально данное мероприятие носило локальный характер и было ориентировано только на жителей города, но со временем оно приобрело мировой масштаб, привлекая и туристов. Результаты исследования петербургских экономистов показали, что респонденты жители города и иностранные эксперты видят в Петербурге одновременно креативную, новаторскую составляющую и богатый культурный опыт [7, с. 44–45].

Тем не менее, на данный момент у Санкт-Петербурга нет сформировавшегося единого бренда, хотя все важнейшие предпосылки для этого есть. Это город с богатой культурой, с большими человеческими, финансовыми и промышленными ресурсами, которому только не хватает эффективного и одновременно уникального позиционирования.

Среди потенциальных стратегий позиционирования различные исследователи выделяют следующие: «Культурная столица», «Северная Венеция» и др. Управленческие элиты пытаются создать такой бренд, принимая комплексные стратегии в сфере экономики и туризма, но данных мер, на наш взгляд, недостаточно. Важно и то, чтобы инициа-

тива исходила «снизу», поскольку мировым трендом является децентрализация процесса маркетинга территорий.

Кроме того, проблема бренда Петербурга связана со становлением практик и развитием методологической платформы, которая способна сделать процесс выстраивания позиционирования более эффективным. Необходимо активнее привлекать граждан к выработке бренда города. Также, стратегия позиционирования должна учитывать целостный контекст региона: социально-экономический, политический, природный, человеческий капиталы.

Город обладает достаточно развитой инфраструктурой, большим человеческим и экономическим капиталом, а также является культурной столицей России. С одной стороны, Санкт-Петербург – это город музеев, а с другой современный мегаполис, который притягивает к себе креативный класс.

В современных условиях возрастает необходимость находить новые пути для привлечения финансовых и туристических потоков. Тот, кто сможет эффективнее использовать имеющиеся у себя ресурсы и выстроить успешный бренд, «победит» в соревновании за рост уровня жизни и благосостояния населения.

Литература

1. Бильчак В.С. Региональная экономика. Калининград, 1998.
2. Русакова О.Ф., Максимов Д.А. Дискурс политического бренда // Вестник Южно-Уральского государственного университета. 2007. № 24 (96). С. 85–87.
3. Anholt S. Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions. N.Y., 2007.
4. Панкрухин А.П. Маркетинг территорий. СПб., 2006.
5. Визгалов Д.В. Маркетинг города. М., 2008.
6. Илларионов А.Е., Макаров П.Ю. Проектный подход к управлению региональным брендом // Вопросы государственного и муниципального управления. 2018. № 4. С. 42–69.
7. Демьяненко А.Н. Регион и экономическое пространство // Регионалистика. 2018. № 3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/region-i-ekonomicheskoe-prostranstvo>
8. Пашкус В.Ю., Пашкус Н.А., Пашкус М.В. Формирование сильного культурного бренда Санкт-Петербурга // Региональная экономика: теория и практика. 2016. № 2 (425). С. 39–53.
9. Гринчель Б.М., Назарова Е.А. Методы оценки конкурентной привлекательности регионов: монография. СПб., 2014.

10. Аналитический обзор. Лето-2022: путешествуем по России // ВЦИОМ. 25 мая 2022. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/leto-2022-puteshestvuem-po-rossii>

11. Кулибанова В.В., Тэор Т.Р. Выявление важнейших групп стейкхолдеров для целей реализации политики территориального брендинга в Санкт-Петербурге // Балтийский регион. 2017. Т. 9. № 3. С. 128–149.

12. Котов А.И. Качество жизни как инструмент инновационного развития экономики // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. 2015. № 1 (211). С. 93–101.

13. Социологи СПбГУ выяснили, как петербуржцы воспринимают свой город // СПбГУ. Новости и события. Крупным планом. 17 января 2018. URL: <https://spbu.ru/news-events/kрупnym-planom/sociologi-spbgu-vuyasnili-kak-peterburzhcy-vospnimayut-svooy-gorod>

Ю.Н. Цыряпкина
Особенности формирования языковой политики
в Узбекской ССР

Языковая политика в центральноазиатском регионе в раннесоветский период была тесно связана с процессами нациестроительства и национально-территориального размежевания Средней Азии. В раннесоветский период советское правительство стремилось преодолеть имперское наследие, в том числе традиции «великорусского шовинизма» и обеспечить формирование у нерусских народов «национального» самосознания, необходимого для перехода к решающей ступени формирования социализма [1, p.162].

С 1923 г. советское государство берет курс на поддержку тех форм национального устройства, которые не противоречили формированию централизованного государства. Национальные устройства создавались с учетом выполнения 4-х существенных условий: национальных территорий, национальной элиты, национальных языков и культуры [2, с.22].

Политика формирования национальных элит и языка во вновь созданных республиках стала ключевой в череде мероприятий советского руководства, основной целью которого ставилась задача удовлетворить запросы «трудящихся». Это была повестка, которую принесла с собой советская власть для «отсталых, поработенных наций» [3, л. 26.] с целью достижения лояльности коренных групп региона.

Выполняя данную задачу, советское правительство в 1920-е годы принимает ряд государственных стратегий под названием «политика

коренизации». Американский исследователь Т. Мартин отмечает, что «коренизация» должна была сделать советскую политику понятной нерусскому населению через создание их языков и формирование национальной культуры [2, с. 24]. Политика коренизации была неотъемлемой частью общей советской национальной стратегии, направленной на формирование из фрагментированных, традиционных оседлых и кочевых общин в Туркестане национальных обществ [4, р. 150], которые в дальнейшем должны стать основой для формирования общесоюзной социалистической культуры. Кроме создания языков бывших «инородцев» ставилась задача формирования новой культуры. Развитие национальной культуры и языков титульных народов региона, определяемых государством, было поручено заниматься правительствам вновь создаваемых в регионе республик.

Как подчеркивает российский исследователь Д.А. Аманжолова в монографии о советском проекте в Казахстане, в центральноазиатском регионе произошла полная трансформации прежних имперских и традиционных структур управления нерусским населением [5, с.118].

Советское руководство считало, что коренные народы региона легче примут советскую власть, если их местные органы будут укомплектованы коренными жителями, знающими языки и культурные особенности своей местности. В конце 1924 г. вышло постановление революционного комитета Узбекской ССР, которое обязывало все государственные, общественные, хозяйственные и другие учреждения вести делопроизводство исключительно на узбекском языке. В примечаниях делалась отсылка на делопроизводство на языке большинства населения в районах, где большинство не говорит на узбекском языке. В городах с «европейским» населением предписывалось организовать делопроизводство параллельно на узбекском и русском языках [6, л. 208–209.]. Политика коренизации привела к тому, что для коренного населения союзных республик в Средней Азии были установлены квоты для обучения в вузах. С 1924 г. действовала система резервирования и квотирования (бронь) на всех рабфаках и во всех вузах национальных республик [2, с. 225]. Распространялась практика отправки по квотам студентов из национальных республик на обучение в центральные вузы страны в Москве и Ленинграде, так как в Узбекской ССР система средне-специального высшего образования только зарождалась. Уровень школьного образования у коренного населения региона был крайне низким, и выделяемые брони на обучение в центральных городах страны приходилось закрывать русскими и представителями других «европейских» национальностей. Соответственно, в регионе делался упор на школьное образование коренных жителей и

развитие рабфаков как подготовительного звена, связывающего начальную школу и высшее образование.

Спад политики коренизации наступил после 1933 г., с этого периода стало резко уменьшаться присутствие нерусских языков в администрировании, обучении и других сферах [7, р. 401]. В какой-то степени отход от политики коренизации был связан с межэтническим напряжением, складывающимся в пролетарской (рабочей) среде, где нередко возникали конфликты между русскими и коренным населением, между русскими рабочими и заводской администрацией, которой была поручена борьба с «великорусским национал-шовинизмом» [2, с. 224].

В конце 1920-х — начале 1930-х годов ширилось экономическое освоение среднеазиатского региона, геологоразведочные работы выполнялись преимущественно исследователями из Москвы и Ленинграда. Несмотря на государственную поддержку политики коренизации во всех национальных республиках, нужды экономики, строительство промышленных предприятий, выявление месторождений полезных ископаемых требовали применения единого стандартизированного языка.

В целом в СССР возникла необходимость в едином стандартизированном языке, увыстряющем коммуникацию и взаимопонимание. Узбекская ССР нуждалась в квалифицированных кадрах, приспособленных для работы в новых условиях, на новом оборудовании. В обращении председателя Совета народных комиссаров Узбекской ССР Ф. Ходжаева к председателю Совнаркома СССР В.М. Молотову указывалось, что все проектные и научно-исследовательские работы по разведке полезных месторождений в Ташкентской области будут решаться в специализированных институтах в Москве [8, л. 5]. Тесная координация центральных проектных бюро и институтов в Узбекской ССР и других республиках всех начинающих проектов была невозможна без единого стандартизированного языка.

Экономическая необходимость в использовании русского языка во всесоюзном масштабе, необходимость выстраивания единой союзной экономики, регулярная координация процессов индустриализации с центром привела к формированию единой системы администрирования на русском языке. Несмотря на это, в советское время поощрялось сохранение национальной самобытности народов всех республик СССР, причем категория «государственный язык» не вводилась, она была легализована в центральноазиатских республиках только в 1989 г.

В первой Конституции СССР в 1924 г. был введен перечень *официальных* языков — языков государственного управления и делопро-

изводства. В статье 34-й Конституции определялось, что общеупотребительными в СССР являются такие языки, как русский, украинский, белорусский, грузинский, армянский и тюрко-татарский (современный азербайджанский). На этих языках предписывалось публиковать все нормативные правовые акты, имевшие общесоюзное значение. В дальнейшем в 1931 г. в Конституцию СССР были внесены поправки, расширившие перечень языков Союза узбекским, туркменским, таджикским и др. [9, с. 158]. Параллельно развивались языки народов, проживавших в республиках Союза. До начала XX в. староузбекская письменность существовала на арабской графике. В 1920-е годы узбекский язык создал и модернизировал на основе северного диалекта (ташкентско-ферганских говоров) выдающийся тюрколог, ученик В. Наливкина К. Юдахин. Он перевел узбекский язык в 1929 г. на латиницу, в 1940 г. – на кириллицу. Одной из его заслуг считается создание в 1927 г. «Краткого узбекско-русского словаря».

В Конституции 1936 г. было введено понятие языка территориальной единицы Союза: союзной республики, автономной республики и автономной области. Законы СССР необходимо было переводить на все языки союзных республик. В Конституции также провозглашалось право граждан СССР на получение школьного образования на родном языке.

Сворачивание коренизации привело советское руководство к необходимости определить место русского языка в образовательном стандарте, которое было обозначено в 1938 г. в связи с принятием Постановления ЦК ВКП (б) и СНК СССР «Об обязательном изучении русского языка в школах национальных республик и областей». В 1938 г. газета «Правда» сообщала, что русский язык становится международным языком социалистической культуры. Происходила унификация письменности народов СССР, латинизированная ранее письменность народов СССР с 1937 г. переводилась на кириллический алфавит. К ноябрю 1939 г. уже все народы СССР (около 40), пользовавшиеся латинским алфавитом, перешли на кириллический, соответствующие законы принимались и в союзных республиках [9, с.154].

В 1950-е – 1960-е годы русский язык усиливал свои позиции во всех республиках Советского Союза, в том числе и в Узбекской ССР, несмотря на тот факт, что развивались средства массовой информации на узбекском языке, радио и телевидение на узбекском языке, узбекские поэты и писатели создавали произведения на узбекском языке. Неравномерное владение населением Узбекской ССР русским языком неоднократно становилось темой дискуссий на самом высоком правительственном уровне, это было вызвано в большей степени необходи-

мостью задействования в народнохозяйственном комплексе республики молодого трудоспособного населения из сельской местности. В Среднеазиатском государственном университете в Ташкенте (*ныне Национальный университет Узбекистана им. М. Улугбека – Ю.Ц.*) в 1959 г. был подготовлен отчет по итогам приема экзаменов у нерусских абитуриентов по русскому языку к.ф.н., старшего преподавателя А.С. Сафаева, председателя экзаменационной комиссии по русскому языку. В отчете отмечалось, что выпускники школ из отдаленных районов плохо владеют русским языком. Неудовлетворительные оценки по русскому языку получили 36% абитуриентов, прибывших из таких областей как Кашкадарьинская, Сурхандарьинская, Хорезмская и Бухарская, а также из Каракалпакской АССР [10, л. 22–23]. Система обучения русскому языку в вузах Узбекской ССР была организована таким образом, чтобы к моменту окончания обучения выпускники хорошо владели русским языком. Социально-экономическая модернизация государства и создание новых квалифицированных рабочих и научно-технических кадров была невозможна без знания русского языка.

К 1960-м годам русский язык занимал доминирующее положение практически во всех сферах жизни общества, особенно в городах Узбекской ССР, соответственно, диспропорции в знаниях русского языка нерусским сельским населением отслеживались и обсуждались. Отчасти это было связано с тем, что, по предположению американского исследователя Вильяма Фиермана, специализирующегося на изучении узбекского и казахского языков в советской и постсоветской Центральной Азии, позиции титульных языков в системе высшего образования были очень слабыми, даже в группах с узбекским языком обучения, студентам приходилось часть дисциплин осваивать на русском языке, либо учебники, задействованные в обучении, имелись только на русском языке [11, р. 1081].

Доминирующий статус русского языка был окончательно закреплен в рамках Программы Коммунистической партии Советского Союза, утвержденной на XXII съезде КПСС в 1961 г. Статус русского языка как первого среди равных языков СССР получил идеологическое обоснование в виде формулы «языка межнационального общения». При этом у каждого народа СССР, в том числе и узбеков, была возможность «обучаться на родном языке», это право гарантировалось Конституцией 1977 г. [9, с. 160]. Однако, у русского языка уже был статус универсального средства общения народов, очень необходимо-го в городской и производственной жизни.

В Узбекской ССР в 1959 г. было 12 педагогических институтов. В одном из отчетов Министерства просвещения Узбекской ССР в 1959 г. отмечалось, что проверки студентов выпускных курсов Бухарского, Ферганского, Наманганского, Хорезмского и др. пединститутов зафиксировали низкое качество знаний русского языка: «<...> в диктантах, предназначенных для средней школы, допускают по 10–20 ошибок. Студенты слабо знают стилистику русского языка, недостаточно владеют культурой устной речи, не имеют необходимых навыков делового письма. Многие студенты национальных групп (особенно из числа, окончивших сельские школы) плохо знают разговорную русскую речь, имеют ограниченный словарный запас русских слов, слабые навыки в чтении. Крайне низка письменная грамотность по русскому языку» [10, л. 30]. В отчете отмечается, что одной из проблем является отсутствие разработанного учебника по русскому языку для узбекских групп и т.д. Фактически изучение русского языка носило общеобязательный характер для всех групп населения, и государство даже в национальных республиках прилагало огромные усилия для приобщения нерусских народов СССР к знаниям русского языка.

Это косвенно подтверждается материалами из воспоминаний ташкентцев о советском периоде: «<...> в Узбекском республиканском педагогическом институте русского языка и в 1980-е гг. на главном корпусе (где находился ректорат) висел большой плакат, извещающий о том, что «в нашем институте говорить можно/нужно только по-русски» за подписью ректора (доктора филологических наук, профессора Щегловой Галины Николаевны). Раз я наблюдала такую сцену: вышедшая из «ректоромобиля» Г.Н. Щеглова шла по аллее ко входу в здание, на ее пути стояли студенты, что-то шумно обсуждавшие по-узбекски. Остановившись, ректор сделала им внушение: «В нашем институте говорить можно только по-русски, если еще раз замечу ...»» [12].

Повышенное внимание к изучению русского языка сельской молодежи Узбекской ССР очень часто трактуется как политика насильственной русификации, что ущемляло потребности национальной идентичности. В годы перестройки национально ориентированная узбекская интеллигенция открыто критиковала советскую национальную и языковую политику [13, с. 182]. При этом нужно отметить, что широкое использование русского языка в городах Узбекской ССР было следствием выбора граждан на этапе их включенности в состав окружавшей языковой среды.

Если рассматривать статистические данные по уровню владения русским языком другими этническими группами Узбекской ССР, то цифры не будут высокими (см. таблицу 1).

Таблица 1
Распределение населения по национальности и родному языку
по Узбекской ССР (городское и сельское население) по переписи
1959 г. [составлено по: 14, л. 1.]

Националь- ность	Всего	в том числе с родным языком			
		своей националь- ности	не своей национальности		
			русским	узбекским	таджикским
Все население	8105704	7727526	224220	73817	55855
Узбеки	5038273	4969727	17556	-	47780
Русские	1090728	1090106	-	369	34
Таджики	311375	295534	1636	13833	-
Армяне	27370	16130	11139	37	3

В. Фиерман отмечает, что в СССР родной язык строго привязывался к национальности [11, р. 1082], соответственно, анализируя итоги переписи 1959 г. и выделяя степень распространения русского языка у представителей «не своей национальности», необходимо понимать, что знание русского языка у этой группы населения было очень прочным, фактически для них это был ведущий язык. Высокий уровень владения русским языком показали армяне, среди которых 11 139 (40,6%) владели русским языком как свой родным. В 1959 г. 17 556 узбеков (0,3%) отметили, что владеют русским как своим родным. При этом русские хуже владели узбекским языком, только 369 человек (0,03%) признали, что владеют узбекским как родным.

В советское время, благодаря усиленным мерам государства, русский язык становится одним из «укоренившихся» языков республики, владение которым у титульного населения переросло в традицию русско-титульного билингвизма. Как и в других

республиках региона, русский стал здесь родным не только для собственно русских, украинцев и других европеизированных городских групп, но и для части титульного населения (самая высокая доля свободно владеющих русским была у казахов и киргизов в Казахстане и Кыргызстане), а также у представителей депортированных народов.

Если посмотреть на данные советских переписей 1970 и 1989 гг. по Узбекской ССР, то в 1970 г. из 7 724 715 проживающих в республике узбеков русский язык назвали родным 26 276 человек (0,3%) [15, с. 202]. В 1989 г. из 14 142 475 узбеков русский язык считали родным 63 568 человек (0,4%) [16, с. 92]. Это были те узбеки, которые думали, говорили и писали на русском языке лучше, чем на узбекском; в эту группу узбеков входили и те, кто вообще не владели узбекским языком.

В 1980-е годы в момент ослабления роли союзного центра обострились внутриэлитные противоречия в союзных республиках, которые стали использовать языковой вопрос в целях обоснования необходимости предоставления им национального суверенитета. Ответом союзного центра стала попытка проведения более жесткой языковой политики. Так, 24 апреля 1990 г. вышел Закон СССР «О языках народов СССР», в котором впервые за всю историю советской власти русский язык был провозглашен официальным языком Советского Союза, что еще раз доказывает, что союзный центр рассматривал ориентацию на русский язык как ключевой консолидирующий фактор.

Литература

1. Morrison A. The Russian Empire and the Soviet Union: Too Soon to Talk of Echoes? // *Echoes of Empire: Memory, Identity and the Legacy of Imperialism* / Edited by K. Nicolaidis, B. Sebe, G. Mass. London, 2015. P. 155-174.
2. Мартин Т. Империя «положительной деятельности». Нации и национализм в СССР / Пер. с англ. О.Р. Щелоковой. М., 2011.
3. Национальный архив Республики Узбекистан (НА РУз). Ф.Р-837. Оп.3. Д.592. Л.26.
4. Ubiria G. Soviet Nation-building in Central Asia. The Making of the Kazakh and Uzbek Nations. New York, London, 2016.
5. Аманжолова Д.А. Советский проект в Казахстане: власть и этничность. 1920 – 1930-е гг. М.-СПб., 2019.
6. НА РУз. Ф.Р.-837. Оп.5. Д.519. Л.208-209.
7. Fierman W. Kazakh Language and Prospects for Its Role in Kazakh “Groupness” // *Ab Imperio*. 2005. №2. P. 393-423.

8. Государственный архив Российской Федерации. Ф.5446. Оп.13.Д.2448. Л.5.
9. Арутюнова М.А. Языковая политика и статус русского языка в СССР и государствах постсоветского пространства // Вестник Московского университета. Сер. 25. Международные отношения и мировая политика. 2012. №1. С.155-178.
10. НА РУз. Ф.Р.-837. Оп.38. Д.9916. Л.22-23.
11. Fierman W. Russian in Post-Soviet Central Asia: a Comparison with the States of the Baltic and South Caucasus // Europa-Asia Studies. 2012. Vol.64, No.6. P. 1077-1100.
12. Шафранская Э. Русский язык Ташкента: фольклорно-мифологическая повседневность // «Письма о Ташкенте» — художественный исторический альманах. 30.04.2008. URL: <http://mytashkent.uz/2008/04/30/russkiy-yazyik-tashkenta-folklorno-mifologicheskaya-povsednevnost/> (последнее посещение 28.08.2022 г.)
13. Хидоятов Г.А. Национальный вопрос в СССР. Труды центра исследований национальных и межнациональных отношений при ТашГУ им. В.И. Ленина. Вып.1. Ташкент, 1991.
14. НА РУз. Ф.Р.1619. Оп.5. Д.63. Л.1.
15. Итоги Всесоюзной переписи населения 1970 г. Том IV Национальный состав населения СССР, союзных и автономных республик, краев, областей и национальных округов. М., 1973.
16. Национальный состав населения СССР: по данным Всесоюзной переписи населения 1989. М., 1991.

В.А. Чернов

***Из истории гостеприимства:
трансформация постоянных дворов в Дома крестьянина
на Дальнем Востоке***

Постоялые дома на Руси стали появляться с момента ослабления татаро-монгольского нашествия [1, с. 31]. Они возникали как на основных трактах, так и возле торговых площадей и мест в городах. Основное предназначение постоянных дворов заключалось в том, чтобы дать возможность отдыха лошадям, на которых совершалась перевозка людей и грузов, в связи с тем, что не осуществлялась смена лошадей, как на ямских станциях, или уже позднее на почтовых. Согласно «Положению о трактирных заведениях» помещения на постоянных дворах должны были быть «приспособлены для приюта и продовольствия проезжающих из простолудия и лошадей их» [2, с. 26].

Следует отметить, что постоянные дворы сильно отличались друг от друга, это зависело от многих условий: географии, контингента проезжающих, сезонности и т.д. Например, в Благовещенске, где до революции основным средством размещения были постоянные дворы (характерно это было и для Иркутска, и для Томска), наблюдались довольно благоустроенные номера, в которых останавливались купцы и промышленники со своим товаром. В то же время на Московско-Сибирском тракте, где насчитывалось более 500 постоянных дворов, деревенские дворы в основном обслуживали возниц, сопровождавших обозы, и условия в них были по принципу: «где приткнулся – там и родина».

Изначально постоянные дворы не облагались налогами и к ним не предъявлялись никакие требования. Но со временем и они попали в поле зрения властей, их то отчуждали в пользу государства, то отдавали на откуп, то облагали различными сборами, пытаясь повысить их доходность для казны [3]. Постоянные дворы иногда относили и к трактирным заведениям, или вовсе снимали с них соответствующие требования [4, с. 15–16].

Основным предназначением постоянных дворов на Дальнем Востоке в начале XX в. было предоставление приюта тем, кто оказался в дороге, или тем крестьянам, что не успели расторгнуть в городе за день привезённую сельхозпродукцию. Особое место здесь занимал Благовещенск, в котором было не 2–3, как обычно, постоянных двора, а 2–3 десятка на любой «вкус». Связано это было с тем, что город был не только областным центром, но и центром сельскохозяйственной отрасли Дальнего Востока, золото- и судно-промышленности, торговли с Китаем, Амурского казачества и т.п., куда, в основном, приезжали либо с обозами, либо на своих лошадях [5].

Переход от капитализма в новую социалистическую эпоху для индустрии гостеприимства проходил очень болезненно, и её восстановление затянулось на длительное время. Наивысшего расцвета индустрия достигла в 1913 г. – в год 300-летия Дома Романовых, когда все отрасли продемонстрировали свои достижения. В Хабаровске в это время проходила грандиозная и по современным понятиям выставка Приамурского края. Наплыв посетителей оказался потрясающим, и Хабаровск с этим справился. Практически каждый день прибывала делегация не только из Приамурского края, но и зарубежья. На выставке одним из основных стал сельскохозяйственный отдел, где была устроена выставка животноводства и продемонстрирована новейшая сельскохозяйственная техника. Для знакомства с достижениями во всех сферах на выставку за счёт Агрономической организации При-

морской области прибывали группы крестьян – по одной из каждого агрономического участка области, включавшей в себя всё российское побережье Тихого океана [6].

За период с начала империалистической (1914 г.) и до окончания гражданской войны на Дальнем Востоке (1922 г.) гостиничная отрасль сократилась не только количественно, но и, ещё заметнее, – качественно. Высококласные отели, практически, перестали существовать, остальные гостиницы переживали не лучшие времена, и многие из них в начале 1920-х гг. были муниципализованы. Остались «владеть» своё существование постоялые дворы [7].

С уходом из страны крупных промышленников, предпринимателей, купцов система продовольственного снабжения городов была совсем разлажена. Кроме того, наступил период «военного коммунизма» и помимо введения продразвёрстки, городские власти задумывались о продовольственном снабжении населения с помощью местного крестьянства, пытались создавать условия для торговли на городских рынках сельхозпродукции.

Существовала и ещё одна проблема, свойственная, в основном, для столиц и крупных городов, – это крестьянские ходоки и делегаты, которые направлялись в города для получения новой информации по «встраиванию» в «новую жизнь», управлению в деревне, агрономическим достижениям и т.п. Все они испытывали большие затруднения с поиском в городах мест для ночлега. Кроме того, ещё одна категория крестьян испытывала потребность в ночлеге – ими были прибывавшие на заготпункты для сдачи зерна и сельхозпродукции.

Власти некоторых городов стали создавать временные места для ночлега указанных категорий крестьян. В некоторых случаях для этого использовались бывшие ночлежные дома, где-то постоялые дворы, а где-то и другие помещения, приспособленные под временное пребывание.

Все мы помним о крестьянах-ходоках к В.И. Ленину ещё в первые годы Советской республики. Созданный Декретом II Всероссийского съезда Советов в 1917 г. Наркомат земледелия РСФСР (Наркомзем, НКЗ) стал заниматься решением многих вопросов, возникавших у крестьян. Кроме того, в партийных и советских структурах были сформированы различные отделы и комиссии по работе в деревне. Также, в некоторых городах с 1919 г. появились «Дома крестьянина».

Постановление об организации таких домов было принято Президиумом ВЦИК 18 марта 1920 г. Основной задачей данных учреждений стало «дать приезжающим крестьянам возможность найти и получить ответ и разрешение их нужд и запросов по местной крестьянской жиз-

ни» [8]. На Дома крестьянина возлагалась задача обслуживания материальных и культурных нужд прибывавших в города командированных крестьян. В соответствии с этим при таких домах должны были быть организованы общежитие, клуб-столовая, библиотека-читальня, а в случае возможности, кино и сельскохозяйственная выставка. Кроме того, данные дома планировалось организовать по всей РСФСР с вхождением их в ведение НКЗ и его местных органов [9].

О задачах Дома крестьянина всероссийский «староста» М.И. Калинин, обращаясь к Наркомзему, говорил следующее: «Сумейте сделать так, чтобы в нашем «Доме крестьянина» ярче горела лампа, чем на постоялом дворе частного спекулянта-кулака. В нашем доме крестьянин должен найти более дешёвые и гораздо лучшие ночлег и закуску. В нашем доме крестьянин должен найти свою газету. Наш «красный трактирщик» должен быть толковым человеком, чтобы дать совет и разъяснение каждому постояльцу» [10].

По ходатайству Наркомзема, Малый Совнарком закрепил под Центральный Дом крестьянина здание национализированной для этой цели Сибирской гостиницы в Москве. Данным учреждением была намечена большая работа по обслуживанию не только прибывавших в Москву из различных губерний крестьян-ходоков, но и по организации агрономической пропаганды среди красноармейских частей московского гарнизона [11], т.к., демобилизовавшись, вчерашние воины, как правило, возвращались в свою деревню. 12 ноября 1922 г. состоялось торжественное открытие Центрального Дома крестьянина (ЦДК).

Вчерашний пятиэтажный дворец, где раньше останавливались только зажиточные купцы, для многих, прибывших из глуши и ошеломлённых шумной Москвой с мчащимися авто и трамваями, крестьян показывал совершенно новую жизнь. Сразу после регистрации в коммундатуре ЦДК дорогого гостя провожали в ванную комнату, после которой ему вручали уже продезинфицированное его бельё, а оттуда – в комнату с чистыми постелями. Изысканность сопровождала гостей во всём: в мебели, посуде, обстановке. Самое основное, с крестьянина снималось много проблем с хождением по многочисленным инстанциям для решения вопросов, ради которых его командировала деревня. Пока работники Дома решали его вопросы, крестьянин посещал лекции и выставки, знакомился с достижениями, читал «полезную» и пропагандистскую литературу.

Одной из своих первоочередных задач, которые ЦДК ставил перед собой, было создание сети Домов крестьянина в уездных городах, и в дальнейшем в волостях, и даже в отдельных селениях. Уже на 1 июля

1925 г. в СССР было открыто 11 центральных Домов крестьянина (в союзных республиках), 60 губернских и 164 уездных [12].

На Дальнем Востоке немного по-другому складывалась организация Домов крестьянина. Зачастую так стали именовать уже сложившиеся постоянные дворы, где останавливались крестьяне, приезжавшие для торговли. При этом какой-то сильной агитации или пропаганды среди них не велось.

Были и другие примеры. Во Владимиро-Александровской волости в Дом крестьянина переоборудовали стоявший уже три года разрушенным «Народный дом» [13]. В Приморье к 1925 г. уже существовали Дома крестьянина в Ольгинской, Покровской волостях, Никольске-Уссурийском, Спасске, Черниговке, Шкотово, на пристани Тетюхе, на станции Гродеково и др.

Одним из хорошо оборудованных являлся Спасский Дом крестьянина имени М.И. Калинина, который начал свою работу по инициативе Укома РКП(б) 26 августа 1923 г., в отремонтированном, ранее полуразрушенном 2-этажном здании. В Доме располагалось общежитие из 8 меблированных комнат на 50 человек, зал-аудитория на 300 человек, библиотека-читальня из 4000 книг в 2-х комнатах, 4-е комнаты для агро-, полит- и культ-уголков, а также столовая из 2-х комнат. Надворные постройки состояли из 4-х конюшен на 85 лошадей, пакуза для сельскохозяйственных машин, автомобильного гаража, ледника, сарая для рогатого скота и т.д. За два года своей работы Дом крестьянина превратился из «крестьянской гостиницы» в очаг советской культуры и постепенно вышел из состояния повседневной нужды в денежном отношении [14].

Мысль об организации во Владивостоке Дома крестьянина возникла ещё в 1924 г., но практически к разрешению этого вопроса никто не подходил. Лишь в марте 1925 г. руководство Владивостокского уездного исполнительного комитета (УИК) взяло на себя инициативу по организации учреждения, нашло удобный участок на Семёновском базаре с двумя каменными одноэтажными домами, составило смету по ремонту, оборудованию и содержанию домов на ближайшие полгода приблизительно на 8000 рублей и созвало совещание из представителей различных хозяйственных и государственных учреждений города, но никакой материальной помощи совещание не оказало [15]. После многих мытарств Дом крестьянина был открыт во Владивостоке 18 августа 1925 г., там разместился заезжий двор для крестьянских подвод, суточная плата за ночлег была установлена не высокой – 15 коп. в сутки [16]. Позже здесь открылись ленинский и ряд других уголков,

хорошая столовая, сельскохозяйственная выставка, библиотека-читальня, справочный стол и т.д.

Многие вновь созданные Дома крестьянина старались организовать настоящую работу в помощь крестьянам, приезжающим в город, но далеко не везде данные процессы проходили гладко. Где-то УИК отдавал на откуп Дом крестьянина или закрывал глаза на творящиеся там безобразия, антисанитарию и пьянство, как бывало в некоторых постоянных дворах, где крестьян иногда специально спаивали, чтобы скупить у них за бесценок сельхозпродукцию для последующей перепродажи. В тех местах, где ещё не были созданы Дома крестьянина, сами крестьяне требовали организации таких домов, в частности, это было в Имане, Сучане, Свободном и др.

Хабаровский Дом крестьянина был учреждён в доме дореволюционного постоянного двора вблизи Нижнего рынка, по сути, там не было номеров и комнат, а в спальном помещении нары заменили на 28 коск, стоявших вплотную друг к другу. Не было и отдельного общежития для женщин. Ежедневно здесь пребывало не менее 150 крестьян. Отмечается, что люди спали на полу, в столовой под столами, под кроватями и т.д. Кроме того, крестьяне спали во дворе, обедали стоя на ногах, кипяток добывали буквально с бою. Не лучше обстояло дело и с культурно-политической работой. При доме числился красный уголок, но он был размещён в кабинете администрации. При этом в нём имелось лишь несколько газет и журналов на столике и около десятка стульев [17].

Долгое время было не до Дома крестьянина, так как город испытывал острейшую нехватку жилых помещений в связи с переездом в 1924 г. столицы Дальнего Востока из Читы в Хабаровск. «В Хабаровске имеются три коммунальные гостиницы и все они заполнены до отказа, – сообщала газета, – часто приезжие по командировкам ночуют в коридорах, ваннных, а то просто на берегу Амура. С наступлением зимы этот вопрос ещё обострится» [18].

Наконец, в 1930 г., в связи с решением Дальневосточного съезда советов о необходимости постройки Дома крестьянина в Хабаровске, Крайисполком и окрисполком утвердили смету на постройку в 200 тысяч рублей, но к постройке не приступили. Признавая, что Дом крестьянина совершенно не соответствует своему назначению, президиум окрисполкома вновь поставил перед КИК вопрос о необходимости постройки нового Дома крестьянина [19].

В апреле 1931 г. ЦК ВКП(б) вынес постановление о работе Домов крестьянина, отметив их слабую работу [20]. Через год и Дальневосточный крайисполком заслушал информацию о работе Домов крестья-

янина в крае [21], признав её неудовлетворительной. Всего в Дальневосточном крае на тот момент было только 27 Домов крестьянина, и далеко не в каждом районе. Крайисполком возложил ответственность за общее руководство Домами крестьянина в районах на РИКи и горсоветы. При орготделе крайисполкома был создан сектор по руководству Домами крестьянина. Хабаровский Дом крестьянина было решено реорганизовать в показательный краевой Дом крестьянина, который должен обслуживать всех приезжавших колхозников и трудящихся одиночников из различных районов края.

В 1933 г. Совнарком РСФСР утвердил план расширения сети Домов крестьянина, в котором по Дальневосточному краю планировалось построить два Дома крестьянина и приспособить под данные учреждения ещё шесть зданий. На это отпускалось 350 тысяч рублей за счёт местного бюджета, а также средства хозяйственных, кооперативных и общественных организаций [22]. Но и это не помогло, новый Дом крестьянина в Хабаровске так и не был построен.

В то же время за десять лет существования сеть Домов крестьянина в СССР численно выросла к 13-й годовщине Октября до 5.459 Домов [23].

Наступила новая эпоха – время колхозов, и многие дома уже были переименованы в Дома колхозника, а перед ними были поставлены новые задачи. Дома крестьян выполнили свою функцию, позволив крестьянам «устроиться» в городе и получить новые знания, но время таких учреждений постепенно уходило в историю. В большинстве случаев они выполнили свою ключевую задачу – стали местом «смычки» города и деревни, оказали значительную помощь крестьянству в духовном, культурном, сельскохозяйственном и даже на материальном уровне, предоставили товары сельхозназначения со значительными скидками или по оптовым ценам. Дальний Восток имел свои особенности в становлении индустрии гостеприимства, в развитии сельского хозяйства, своё отношение к крестьянству. В целом, Дома крестьянина помогли быстрее адаптироваться сельскому населению к новому укладу жизни после затяжного периода разрухи.

Литература

17. Чернов В.А. История отечественного гостеприимства (IX в. – 1917 г.). Хабаровск, 2016.
18. Чернов В.А. Становление гостиничного дела на Дальнем Востоке России: вторая половина XIX – начало XX вв.): дис... канд. ист. наук: 07.00.02. Хабаровск, 2012.

19. Чернов В.А. Петровские реформы гостиничной отрасли // Состояние и проблемы кадрового обеспечения сферы культуры и искусства Дальнего Востока России: сборник материалов научно-практической конференции. Ч. 1. Хабаровск, 2010. С. 289–293.
20. Чернов В.А., Затесова О.М., Кулинич Н.А. Системы классификации в индустрии гостеприимства. Хабаровск, 2019.
21. Чернов В.А. История становления и развития индустрии гостеприимства Благовещенска // Культура и туризм в современном мире: направления и тенденции развития: матер. Всеросс. науч.-практ. конф. с междунар. участием. Хабаровск, 2010. С. 140–152.
22. Чернов В.А. Съезды и выставки Приамурского генерал-губернаторства как фактор становления российской государственности // Россия на Тихом океане: роль личности в становлении российской государственности и проблемы безопасности (Шестые Крушановские чтения, 2009 г.). Владивосток, 2011. С. 300–305.
23. Чернов В.А., Курбанова Л.М., Затесова О.М. История отечественного гостеприимства (1918–2017). Хабаровск, 2017.
24. Яковенко В. Дом Крестьянина // Известия. 1922. № 104. С. 2.
25. Дома Крестьянина // Известия. 1922. № 93. С. 4.
26. Криницкий М. В «красном трактире» // Известия. 1922. № 185. С. 4.
27. Центральный «Дом Крестьянина» // Известия. 1922. № 146. С. 5.
28. Работа Домов Крестьянина // Известия. 1925. № 165. С. 5.
29. Скоро у нас будет дом крестьянина // Красное знамя. 1925. № 163. С. 3.
30. Лапардин. Спасский «Дом Крестьянина» // Красное знамя. 1925. № 69. С. 3.
31. И ещё о «Доме Крестьянина» во Владивостоке // Красное знамя. 1925. № 142. С. 6.
32. Дом Крестьянина во Владивостоке // Красное знамя. 1925. № 194. С. 3.
33. К.С. К осмотру Домов Крестьянина // Тихоокеанская звезда. 1930. № 144. С. 4.
34. Савин Д. Три предложения // Дальневосточный путь. 1924. № 196. С. 2.
35. Не откладывать постройку Дома Крестьянина // Тихоокеанская звезда. 1930. № 89. С. 4.
36. Дома крестьянина – пункты массовой работы // Тихоокеанская звезда. 1931. № 78. С. 3.
37. Дома крестьянина должны быть в каждом районе // Тихоокеанская звезда. 1932. № 245. С. 3.

38. Новые дома крестьянина в крае // Тихоокеанская звезда. 1933. № 69. С. 4.

39. Поступь культурного Октября. Народное образование в СССР к тринадцатой годовщине // Тихоокеанская звезда. 1930. № 261. С. 6.

Ю.Г. Чернышов, Е.А. Синенко
Персонафикация имиджа Алтайского края
на примере использования фигуры В.М. Шукшина

Прежде чем перейти непосредственно к теме статьи, хотелось бы сделать несколько предварительных замечаний. Имидж страны или региона представляет собой комплексный феномен, на формирование которого, по замечанию Э.А. Галумова, оказывают влияние разные факторы: условно-статичные, условно-динамичные и ожидаемые в будущем [1, с. 200–267]. Именно поэтому, оценивая потенциал конкретного региона с точки зрения его имиджевой привлекательности, всегда нужно учитывать множество объективных и субъективных факторов – от природных условий и историко-культурного наследия до особенностей социально-экономического развития, стиля политического руководства и т.д. Традиционно считается, что имидж состоит из «оболочки», которая со временем может подвергаться заметным изменениям, и относительно твердого устойчивого «ядра» [2, с. 105], однако все конструктивные элементы имиджа региона взаимосвязаны и должны быть рассмотрены в комплексе. С методологической точки зрения здесь необходимо использовать принцип конкретно-исторического подхода, учитывающий изменения в имидже края, связанные со сменой эпох, политических элит, культурных ориентиров. Также хотелось бы подчеркнуть, что имидж и образ, по нашему мнению, близкие, но не вполне тождественные понятия: «образ» во многом формируется «стихийно», под влиянием объективных факторов, в то время как формирование имиджа – целенаправленная работа по «выстраиванию» и продвижению того или иного образа, нужной «картинки». В данной статье мы остановимся вкратце на имиджформирующей политике региональных властей Алтайского края и использовании в качестве персонафицированного индикатора фигуры известного писателя, актера и режиссера В.М. Шукшина (1929–1974 гг.)*.

В современной научной литературе сложилось целое направление, посвященное творчеству В.М. Шукшина – так называемое «шукшино-

* Переработанный и более развернутый вариант исследования дан в статье, которая публикуется в №5 журнала «Известия Алтайского государственного университета» за 2022 г.

ведение». В частности, большой вклад внесли филологи Алтайского государственного университета (такие, например, как В.В. Десятов, С.М. Козлова, А.И. Куляпин, О.Г. Левашова, Н.В. Халина, В.А. Чеснокова, А.А. Чувакин) [3]; известным исследователем шукшинского наследия за рубежом стал Джон Гивенс [4]. Однако большинство работ посвящено литературоведческому анализу произведений В.М. Шукшина, а часть из них носит в основном биографический характер. При этом специальных обобщающих исследований, рассматривающих использование фигуры В.М. Шукшина как знакового символа при формировании имиджа региона, практически нет. Между тем, одним из важных структурных элементов региональной идентичности часто являются персоналистские идентификаторы, в основе которых лежит образ известной личности [5, с. 34]. Хронологическими рамками данной работы стал период с 1970-х гг. до настоящего времени. Условно данный отрезок времени может быть разделен на 2 больших этапа: «позднесоветский» (с 1970-х гг. до 1991 г., когда, кстати, в состав Алтайского края входила еще и Горно-Алтайская автономная область), а также «современный» – с 1991 г. до настоящего времени, в котором можно выделить субпериоды, связанные со сменой губернаторов и политических элит.

Имидж Алтайского края как субъекта федерации стал формироваться сравнительно поздно, и в настоящее время регион по-прежнему слабо дифференцирован от ближайшего соседа с похожим названием – Республики Алтай (феномен «двух Алтаев») [2, с. 107]. Тем не менее, «ядро» имиджа в значительной степени уже сформировано. Однако вопрос о его знаковой «наполняемости» остается открытым: есть довольно много различных символов, однако среди них нужно выбрать те, которые с наибольшим успехом могут быть инкорпорированы на концептуальном и аксиологическом уровнях в ядро имиджа края. Кроме того, выбранные символы должны быть уникальными, характерными только для Алтайского края, для успешной идентификации региона и закрепления его положительного образа в массовом сознании.

Среди известных людей, связанных с Алтайским краем, есть актеры, изобретатели, космонавты, писатели, политики, поэты, режиссеры, ученые (например, Михаил Евдокимов, Валерий Золотухин, Михаил Калашников, Иван Ползунов, Иван Пырьев, Роберт Рождественский, Екатерина Савинова, Герман Титов, Вячеслав Шишков и др.). Однако в силу ряда обстоятельств на первый план со временем постепенно вышла фигура уроженца села Сростки Бийского района Василия Макаровича Шукшина. Этому способствовал целый ряд факторов.

Прежде всего, конечно, нужно учитывать фактор известности. В брендинге территорий выделяют два способа продвижения, основанного на использовании потенциала известной личности: в качестве первого и наиболее легко реализуемого варианта применяется стратегия «мемориализации» личности в рамках территории – то есть, прямая «увязка» судьбы конкретной личности с конкретным местом [6, с. 197–198]. Второй вариант стратегии – более затратный, но и более эффективный, дающий возможность реализации «зонтичного бренда», выходящего за рамки брендируемой территории – соотнесение выдающейся личности с определенной системой ценностей территории. По мнению Н.Ю. Замятиной, в ситуации с выстраиванием имиджа Алтайского края через образ В.М. Шукшина применяется первая стратегия [6, с. 198]. Алтайский край позиционируется краевыми властями как «Родина Шукшина». Разумеется, данная стратегия не оригинальна: так, например, аналогичным способом идет продвижение Иркутской области, как «таежного края Валентина Распутина».

Комплекс мероприятий по увековечиванию памяти алтайского писателя, актера и режиссера реализуется в контексте сохранения памяти о нем как о великом земляке, выдающейся личности Алтая, однако обращения к мировоззрению и к ценностям В.М. Шукшина, соотносимым с менталитетом жителей региона, зачастую или не происходит, или оно идет «вторым планом». По мнению Н.Ю. Замятиной, использование образа В.М. Шукшина в брендинговании Алтайского края носит поверхностный характер, а сама фигура писателя имеет большой потенциал для продвижения региона при реализации стратегии именно по второму типу [6, с. 198].

Значимость персоналистских образов при построении имиджа региона отмечает и В.Д. Бедерсон [5]. На основе дискурс-анализа им предложена авторская классификация по типу связи персоналистского идентификатора с регионом. Автор выделяет следующие категории персоналий, несущих смысловую нагрузку в раскрытии потенциала региона и его идентичности: «первооткрыватель», «просветитель», «великий сын/дочь», «правитель-ностальгия», «персоналия, воплощающая в себе рефлексии по поводу какого-либо тревожного периода для региона и регионального сообщества», «герой «золотого века» [5, с. 36–38]. Практически все персоналистские идентификаторы, соотносимые на региональном уровне с Алтайским краем, находятся, по результатам исследования В.Д. Бедерсона, в категории «великий сын/дочь», куда также входит и В.М. Шукшин [5, с. 56–57]. Единственным, кто ассоциируется с Алтайским краем и попал в другую категорию («правитель-ностальгия»), стал «народный губернатор»

Алтайского края Михаил Евдокимов [5, с. 57], трагически погибший в автокатастрофе 7 августа 2005 года. Василий Макарович Шукшин и Михаил Сергеевич Евдокимов – две наиболее значимые фигуры для Алтая, «выдвижение» которых в качестве символов края происходило «снизу», на волне народной памяти.

Характерно, что образы этих двух «народных фигур» тесно связаны и имеют много общего как в жизненных поворотах судьбы, так и в системе ценностей, транслируемых устами их героев: происхождение «из народа», близость к простым людям и их сельскому укладу, самобытность, правдоискательство, свободолюбие. В литературе уже отмечалось, что популярность в народе и В.М. Шукшина, и М.С. Евдокимова во многом обусловлена тем, что они имеют ряд характерных черт, лежащих в основе «общественного запроса» [7, с. 91]. Неожиданная смерть каждого из них тоже вызывала в народе разные толки. Однако «судьба» фигур В.М. Шукшина и М.С. Евдокимова в символической политике Алтайского края сложилась по-разному. Личность В.М. Шукшина, его творческое наследие, вклад в культуру Алтая стали все больше использовать в брендировании края, в развитии туристической деятельности (событийный туризм). Образ М.С. Евдокимова, напротив, не стал значимым в официальном продвижении имиджа края, что было во многом связано, по-видимому, с его политической деятельностью в роли «народного губернатора» Алтайского края.

Признание В.М. Шукшина в качестве «великого сына» Алтая тоже произошло не сразу. Интерес к наследию земляка стал все более проявляться со стороны региональных властей уже после его смерти (подробнее см. Приложение 1), в то время как на столичном уровне еще при жизни В.М. Шукшин был удостоен звания Заслуженного деятеля искусств РСФСР за заслуги в области советской кинематографии. Многие члены писательской среды г. Барнаула вспоминали, что у них была возможность познакомиться с В.М. Шукшиным, но они этого не сделали, а известный в Барнауле писатель Марк Юдалевич даже вспоминал, как не дал тогда еще малоизвестному писателю денег на железнодорожный билет [8]. «Запоздалое» обращение к земляку со стороны алтайских властей скорее всего было продиктовано стремлением дожидаться официального признания В.М. Шукшина на всесоюзном уровне, ввиду его критичной общественной позиции. Также стоит отметить, что в столице высоко ценили режиссерскую работу В.М. Шукшина и в настоящее время помнят его в большей степени как актера и режиссера (о чем, например, может свидетельствовать мемориализация памяти В.М. Шукшина в Москве – памятник Шукшину как режиссеру на ул. Мосфильмовской, памятник в составе скульптурной композиции выпускни-

ков-режиссеров у ВГИКа, в скульптурной композиции «Они сражались за Родину» на Фрунзенской набережной), в то время как в региональном масштабе фигура В.М. Шукшина ассоциируется в первую очередь с писательской деятельностью и героями его произведений – «чудиками», для которых «нравственность есть Правда».

Фигура В.М. Шукшина во многом является ключевой для внутреннего имиджа Алтайского края, что подтверждается различными социологическими исследованиями, проведенными в Алтайском крае. Так, например, по результатам опроса «Литературное достояние Алтая», проведенного в 2011 году Алтайской краевой универсальной библиотекой им. В.Я. Шишкова, читателями было названо около 145 имен писателей Алтайского края, при этом бесспорное лидерство было отдано В.М. Шукшину, который лидировал в опросе со значительным отрывом от других алтайских писателей, среди которых были и современные [9, с. 10]. В ходе проведенного весной 2017 года опроса студенткой АлтГУ К. Лесных среди 178 студентов города, на вопрос «Каких известных деятелей культуры, прославивших Алтай, вы знаете?», 170 человек назвали имя В. Шукшина, 165 человек – актера В. Золотухина [10, с. 45]. В июле-августе 2021 года исследователями из АлтГУ был проведен экспертный опрос относительно региональной идентичности жителей Алтайского края и Республики Алтай и выявления «знаковых» символов для этих регионов, которые могли бы способствовать продвижению этих территорий. В результате опроса в качестве «знаковых» фигур для Алтая были названы: В.М. Шукшин (80% опрошенных), Г.С. Титов (60%), М.С. Евдокимов (52%) [11, с. 28].

В историческом аспекте персонализированным символом Алтайского края могли бы стать разные фигуры – например, Иван Ползунов или Герман Титов и т.д. Однако фигура В.М. Шукшина была, по сути, выбрана «снизу» самими жителями Алтайского края в качестве символа региона. Эта фигура по известности намного шире регионального масштаба. Во многом она уже стала общенациональным символом [6, с. 198], и в этом отношении встает вопрос, насколько подходит образ В.М. Шукшина как уникальный ресурс для продвижения имиджа региона. Из всех поисковых запросов в Yandex в 2020 году, связанных с использованием названия региона – «Алтайский край», наиболее тесная корреляция прослеживается у поискового запроса «В.М. Шукшин»: при более чем 80 тыс. запросов, около 700 связаны с Алтаем, в то время как на 1 млн 300 тыс. запросов «М.Т. Калашников» коннотация с Алтайским краем прослеживается только в 200 случаях (по данным исследования Д.М. Каменецкой и Н.В. Халиной, АлтГУ). В исследовании К.А. Кушнарева в результате опроса 150 человек выясни-

лось, что личность В.М. Шукшина и его творческое наследие тесно связаны с представлениями об Алтае, но только осведомленность респондентов о том, что Республика Алтай и Алтайский край – это разные субъекты Российской Федерации, крайне низкая [12, с. 271–272]. В данном отношении мы вновь и вновь сталкиваемся с ситуацией неразделенности образов «двух Алтаев» [2, с. 107]. Очевидно, необходимо дальнейшее изучение потенциала персонифицированного индикатора «В.М. Шукшин» и его связи с Алтаем (причем, каким именно Алтаем: как субъектом РФ – Алтайским краем, или как с российской частью географического Алтая?).

В последние десятилетия при реализации «символического направления» в имиджформирующей деятельности Правительство Алтайского края все больше делало акцент именно на образе В.М. Шукшина: так, на официальном сайте администрации Алтайского края (www.altairegion22.ru), в разделе «Даты, события, люди» есть полноценные портфолио по двум личностям, связанным с Алтайским краем – В.М. Шукшину (тема «Шукшинские дни на Алтае») и М.Т. Калашникову (тема «Юбилей М.Т. Калашникова») [13]. В «Стратегии социально-экономического развития Алтайского края до 2035 года» [14] Всероссийский фестиваль «Шукшинские дни на Алтае» упоминается в контексте событийного туризма, при этом никаких упоминаний про Всероссийский фестиваль народного творчества «Земляки!», проводимый в память М.С. Евдокимова, или про Литературный фестиваль «Рождественские чтения» в с. Косиха в честь Р. Рождественского, нет. Значимость Шукшина-символа для позиционирования Алтайского края подчеркивает тот факт, что большая часть важных мероприятий, посвященных В.М. Шукшину, проходит в реальном, а не виртуальном пространстве.

В 2014 году по инициативе региональных властей было издано 9-томное собрание сочинений В.М. Шукшина, куда вошли более 80 новых произведений, публикуемых впервые, в том числе письма, автографы, рабочие записи, киносценарий, наброски к различным художественным произведениям [15]. На сайте «ВизитАлтай» региональной организации «Алтайтурцентр», на которую возложено продвижение имиджа Алтайского края и имиджа Алтая как региона в целом, среди Топ-туристических мест, обязательных к посещению, фигурирует объект «Родина Шукшина» [16].

Образ В.М. Шукшина по мере трансформации в своеобразный символ Алтайского края на протяжении длительного времени подвергался определенным изменениям и иногда в некоторой степени даже терял связь с реальной личностью. Ряд событий из реальной жизни

В.М. Шукшина замалчивался (например, ситуация с арестом отца по политической статье; развод с первой женой Марией; непростые отношения с советской властью), в то время как некоторые другие факты упорно тиражировались (например, фактически легендой стало «покорение столицы» и поступление во ВГИК «в солдатских сапогах»). Очевидно, что причиной такой символической политики стало стремление руководителей региона формировать исключительно положительный имидж региона, в связи с чем считалось, что акценты, расставляемые в процессе его персонификации, также должны быть безупречными.

Потребность в стереотипизации фигуры В.М. Шукшина и изображения его «простачком» из народа, писателем «от сохи» была тесно связана с задачами региональной власти в имиджформирующей политике, а именно, «увязкой» с традиционной региональной идентичностью, с аграрной специализацией. Образ «писателя из народа», его связь с малой Родиной (Шукшин неоднократно писал, что Родина наполняет его животворной силой и однажды он мечтает навсегда вернуться в родные края) очевидно, отвечал потребностям региональных властей в транслировании идей патриотизма. В то же время исследователи отмечают «раздвоенность» Шукшина между городом и деревней: в глубине души он всегда стремился в Москву, понимая, что нигде в другом месте реализовать себя как режиссер не сможет. В рабочих записях есть такое упоминание: «Не могу жить в деревне. Но бывать там люблю – сердце обжигает» [17]. В настоящее время эти мифы о Шукшине как «крестьянине, случайно покорившем Москву», в значительной степени развенчаны исследователями [18].

Акцент в продвижении образа В.М. Шукшина делается на его творческом наследии (так как оценки самой личности Шукшина носят неоднозначный характер), однако его персонажи также могут оказывать нежелательные влияния на имидж края, что учитывается и корректируется при реализации имиджформирующей политики. Так, например, еще в 1989 году при установке памятника В.М. Шукшину скульптору посоветовали не ограничивать масштаб В.М. Шукшина исключительно «Калиной красной» [8]. У Вячеслава Клыкова, автора памятника В.М. Шукшину в Сростках, были разные варианты изображения Василия Макаровича, в том числе в образе его героев из фильмов «Калина красная», «Печки-лавочки». В итоге был выбран символический кадр из киноленты «Печки-лавочки», а сам скульптор на открытии памятника сказал: «Когда Шукшина не стало, я воспринял это как личную трагедию. Он был тем редким писателем, который мог донести до нашего общества живое слово о русском человеке. Василий

Макарович – символ русского народа» [19]. В настоящее время этот памятник, реализованный на пожертвования спонсоров и переданный впоследствии в дар Алтайскому краю, является знаковым символом региона и используется в том числе в сувенирной продукции (рис. 1, 2).

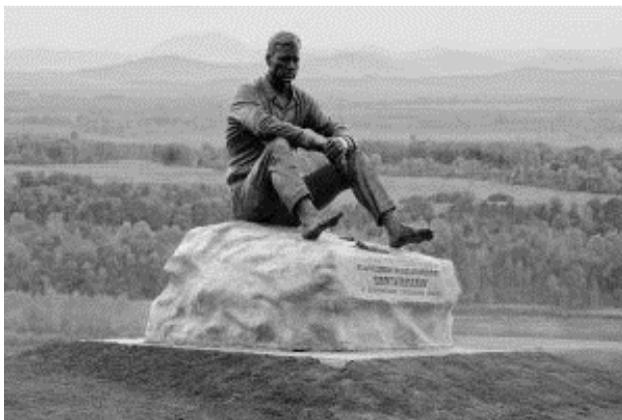


Рис. 1. Памятник В.М. Шукшину на г. Пикет в с. Сротки Бийского района Алтайского края. Фото В. Черкасова.



Рис. 1. Мини-копия памятника В.М. Шукшину в с. Сротки. Сувенир, отлитый из чугуна на Рубцовском заводе «ЛИТКОМ»

Подводя итог, следует сказать, что выбор региональной властью фигуры В.М. Шукшина в качестве символа края представляется удач-

ным и перспективным с точки зрения позиционирования региона, выстраивания его идентичности. В результате продвижения в рамках персоналистского идентификатора «Великий сын» (на фоне и других известных талантливых личностей-уроженцев Алтайского края), происходит воплощение идеи об уникальности алтайской земли – «колыбели» и «кузнице» талантов, «самородков». Вторым немаловажным фактором успешного продвижения имиджа является узнаваемость его ключевых символов. В этом отношении образ В.М. Шукшина используется уже как своеобразный «бренд» Алтая, что, как мы видели, показывают и различные опросы. И, наконец, в-третьих – в образе В.М. Шукшина произошло совпадение «внешнего» персонифицированного имиджа региона с «внутренним»: Шукшин в качестве символа края был выбран самими жителями как «близкий по духу», и его продвижение изначально было внеинституциональным, на волне «народной памяти» – так же, как и у М.С. Евдокимова. В целом в персонифицированном имидже Алтайского края в лице В.М. Шукшина присутствуют как стихийные черты, так и акценты, целенаправленно поставленные. В образе Шукшина, который транслируется сейчас, слились воедино и образ прекрасной природы Алтая, и представления о простых людях алтайской «глубинки», полных душевности и любви к своей малой Родине, немного «чужаковатых», но необычайно талантливых.

Литература

1. Галумов Э.А. Международный имидж России: стратегия формирования. М., 2003.
2. Чернышов Ю.Г. Имидж региона и региональная идентичность (на примере Алтайского края) // Вестник Пермского университета. 2011. № 5. С. 105–112.
3. Творчество В.М. Шукшина: энциклопедический словарь-справочник. Т. 1: Филологическое шукшиноведение. Личность В.М. Шукшина. Язык произведений В.М. Шукшина / под ред. А.А. Чувакина. Барнаул, 2004.
4. Givens J. Prodigal Son: Vasili Shukshin in Soviet Russian Culture. Evanston, Illinois, 2000.
5. Бедерсон В.Д. Политика идентичности регионов современной России: сравнительные характеристики персоналистских идентификаторов // Политическая наука: научный ежегодник Института философии и права Уральского отделения РАН. 2016. Т. 16. Вып. 1. С. 33–91.
6. Замятина Н.Ю. «Продать Родину»: герои Василия Шукшина и потенциальный бренд Алтайского края // Культурная и гуманитарная география. 2012. № 2. С. 191–201.

7. Чернышов Ю.Г. Персонификация имиджа региона (В. Шукшин, М. Евдокимов и имидж Алтайского края) // Имиджевая политика Российской Федерации: теория и практика регионов. Материалы Всероссийской научно-практической конференции 2–4 июля 2012 г. / отв. ред. А.В. Кузьмин. Улан-Удэ, 2012. С. 88–94.

8. Боженко С.А. Памятник Шукшину, или как это было в Барнауле // Читальный зал АКУНБ им. В.Я. Шишкова. URL: <http://altlib.ru/chitalnyiy-zal/bozhenko-s-a-pamyatnik-shukshinu-ili-kak-eto-byilo-v-barnaule/?ysclid=14r7pfxuvm161750807>

9. Литературное достояние Алтая: отчет по итогам социологического исследования (март — июнь 2011 г.). Барнаул, 2011. URL: <http://akunb.altlib.ru/files/Lit/001.pdf?ysclid=14qr6x4e852976665>

10. Лякишева В.Г., Добрынина И.Ю. Имидж Алтайского края: влияние региональных брендов на уровень социально-экономического развития территории // Экономика. Профессия. Бизнес. 2017. № 4. С. 42–47.

11. Дерендяева А.Д., Чернышов Ю.Г. Региональная идентичность в контексте политики исторической памяти: опыт Алтайского края и Республики Алтай // Известия АлтГУ. Исторические науки и археология. 2021. № 6 (122). С. 24–31.

12. Кушнарв К.А. Творчество В.М. Шукшина как элемент процесса брендинга Алтайского края: процесс брендинга в контексте совместного экономического развития кластера регионов СФО // Алтайский фронт В.М. Шукшина: нравственность, витальность, языковой уклад: сборник статей I Международного научного форума «Алтайский фронт В.М. Шукшина: нравственность, витальность, языковой уклад» (Барнаул, 23-25 июля 2019) / под ред. С.А. Манскова и Н.В. Халиной. Барнаул, 2019. С. 266–273.

13. Даты, события, люди // Официальный сайт Алтайского края. URL: <https://www.altaregion22.ru/territory/remember/>

14. Доработанный проект «Стратегия социально-экономического развития Алтайского края до 2035 года. 19 мая 2021 года // Министерство экономического развития Российской Федерации. URL: https://www.economy.gov.ru/material/directions/regionalnoe_razvitie/strategicheskoe_planirovanie_prostranstvennogo_razvitiya/strategii_socialno_ekonomicheskogo_razvitiya_subektov_rf/dorabotannye_proekty_strategiy/dorabotannyy_proekt_strategii_socialno_ekonomicheskogo_razvitiya_altayskogo_kraya_do_2035_goda.html

15. Александр Карлин: «Мы гордимся тем, что каждые Шукшинские дни у нас отмечены реализацией достойного издательского проекта // Официальный сайт органов власти Алтайского края. 23 июля

2014. URL: https://www.altairegionru/territory/remember/shukshin_year/news/355109.html?PRINT=Y&ysclid=14ybb6tqwn476096366

16. Топ туристических мест // ВизитАлтай: международный портал Туристского центра Алтайского края. URL: https://visitaltai.info/where_visit/tourist_areas/

17. Культ Василия, или мифы о Шукшине // LiveJournal. URL: <https://yarodom.livejournal.com/1881409.html?ysclid=14r6jog6y6437216446>

18. Зюзин С. Почему Шукшин не любил Барнаул // Российская газета. 2007. URL: <https://rg.ru/2007/02/20/shukshin.html?ysclid=14yeop3ii3566373330>

19. Памятник Шукшину на горе Пикет // ВизитАлтай: международный портал Туристского центра Алтайского края. URL: https://visitaltai.info/where_visit/objects/monuments/8160/?

Г.П. Шейда

***Историко-культурное наследие Барнаула:
проблемы реализации потенциала
в рамках культурно-познавательного туризма***

Алтайский край, как и в совокупности «Большой Алтай», является регионом с высоким туристическим потенциалом, входит в число 7 туристско-рекреационных зон России. Вместе с тем Алтай – это не только уникальная природа, но и место значительных возможностей для оздоровления граждан.

Кроме того, регион представляет собою совокупность историко-культурных объектов, внесенных в реестры как федерального, так и регионального уровней. Также здесь находятся одна из четырех игорных зон России – Сибирская монета и единственный за Уралом город-курорт федерального значения – Белокуриха.

Туристическое направление в крае имеет нормативно-правовую основу. Так, в «Стратегии развития Алтайского края до 2035 г.» туристической, и в том числе культурно-познавательной сферам отводятся одни из ключевых ролей. Кроме того, туризм, наряду с аграрным и промышленным развитием, выступает как важная составляющая социально-экономического потенциала региона. Стоит подчеркнуть, что правительством региона в крае была также утверждена государственная программа «Развитие туризма в Алтайском крае» (от 23 марта 2020 г. № 125). Согласно «Стратегии», в ближайшие годы в регионе предполагается увеличение туристско-экскурсионного потока до 3,2 млн человек. Такие процессы отчасти решат и проблему со сферой занято-

сти, так как потребуется увеличение числа специалистов в сфере туризма в два раза: с 13400 до 26900 человек.

Важно отметить и то, что раскрытие туристического потенциала способствует и улучшению имиджа региона и, в конечном итоге, его инвестиционной привлекательности. В последнее время край стабильно попадает в рейтинг пяти наиболее инвестиционно привлекательных регионов Сибирского федерального округа. Этому же способствует и наличие региональной правовой базы для реализации проектов в форме государственно-частного партнерства. Отмечается, что за последние годы объем инвестиций в основной капитал составил 1,1 трлн руб. Фактически в крае сформировалась самостоятельная отрасль – туризм. Можно подчеркнуть, что за последние 12 лет количество предприятий туристической отрасли выросло в 12 раз, число мест для размещения туристов – в 1,8 раза, а ежегодный туристический поток превысил 2 млн человек.

Перед региональными властями даже ставится задача превратить Алтайский край в крупнейший центр российского и международного туризма. Так, за 4 года для продвижения туристического бренда «Алтай» на российские и зарубежные рынки было потрачено 282 млн рублей. Стоит отметить, что край ежегодно проводит 4 событийных мероприятия, таких, например, как «Цветение маральника» и т.д.

Ключевой целью данной статьи, является попытка на основе муниципального проекта «Барнаул – горнозаводской округ» (реализация проекта ведется с 2015 года в рамках федеральной программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в РФ 2011–2018 гг.») проанализировать вклад историко-культурного и познавательного направлений в развитии туристического потенциала региона. В статье использованы данные ряда информационных порталов региона [1–9].

Именно в Барнауле находится наибольшее количество объектов историко-культурного наследия. Так, по данным Министерства культуры Алтайского края, из 30 памятников архитектуры и истории 23 находятся в Барнауле. Всего же в туристический кластер Барнаула входит 140 объектов историко-культурного наследия, в том числе – 76 объектов-зданий.

За минувшие годы за счет федеральных, краевых средств и участия муниципалитета были введены в строй объекты инженерной инфраструктуры: сети электро-, газо-, водоснабжения и водоотведения, реконструированы мостовые сооружения, построена газовая котельная, обеспечивающая отопление исторического центра Барнаула.

Также предполагалось, что после модернизации коммунального обеспечения начнутся работы по восстановлению исторического центра, набережной вдоль реки Обь. Отмечалось, что строительство гостиниц,

объектов торговли и развлечений возьмет на себя бизнес в рамках государственно-частного партнерства и данная деловая активность поспособствует освоению правого берега реки Обь. Отчасти данные задачи были выполнены. Кроме того, появились такие объекты для посещения, как туристический центр и музей «Горная аптека», был восстановлен в Нагорном парке храм Иоанна Предтечи. Также был отреставрирован объект историко-культурного наследия регионального значения «Дом Морозова». В данный момент здесь формируется экспозиция «Один дом – две эпохи». Восстановлена «историческая справедливость», связанная со зданием «Дома Яковлева» благодаря настойчивости внука предпринимателя и депутата Барнаульской городской Думы С.Я. Яковлева – Владимира Игоревича Станченко-Ярославцева. Кроме того, продолжается работа по восстановлению следующих зданий: «Аптека Крюгера», «Дом купца Шадрина» (Русский чай), «Торговый дом Сухова».

Стоит отметить вклад предпринимателей в сохранение исторического облика Барнаула. Среди них можно выделить С.В. Корепанова, В.П. Куликова, С.А. Мухортова. Благодаря им появились большие надежды на восстановление объекта «Сухов и сыновья», так как за реставрацию объекта выступил Е.Г. Лишин. Кроме того, подготовлена Инвестиционная карта исторических зданий и достопримечательностей в Барнауле. На ней обозначены исторические здания, которые требуют реставрационных и восстановительных работ. Предлагается их сдача в аренду, приватизация. В целом, по данным Министерства экономического развития, край в 2021 г. вошел в число лучших 20 регионов России по реализации проектов государственно-частного партнерства. Несмотря на это, представители бизнеса не всегда активно включаются в сферу восстановления историко-культурных объектов.

Прежде всего, так и не началось восстановление основного объекта проекта «Барнаул – горнозаводской округ», жемчужины Барнаула – многофункционального инновационного туристического комплекса «Барнаульский сереброплавильный завод». До сих пор этот объект закрыт для посещения. Общественное внимание к проекту поддерживается, в значительной мере, усилиями общественного движения «Волонтеры Спички» и архитектором А.Ф. Дерингом, которые на протяжении нескольких лет борются за сохранение и реставрацию ансамбля уникальных заводских построек XVIII–XIX вв., едва ли не единственных за Уралом.

Однако приходится констатировать тот факт, что за то время, когда данный объект в 1995 г. получил статус памятника федерального значения, сделано было очень мало. Отсюда возникают вопросы. В чем причины низкой инвестиционной активности бизнеса? Почему,

несмотря на помощь со стороны государства в решении инфраструктурных проблем историко-культурного кластера, сделано меньше запланированного?

Стоит также отметить, что Барнаул по размеру туристического потока уступает Белокурихе, районам Бирюзовой Катунь и Горной Колывани, соленым озерам Ярового, Завьялово и Романово. Различные специалисты подчеркивают, что такие проблемы, как наличие инфраструктурных ограничений, низкая транспортная доступность, отсутствие необходимого количества и разнообразия условий сервиса для автопутешественников, сезонность, несоответствие цены и качества предоставляемых туристических и сопутствующих услуг, слабое присутствие бренда «Алтай» на международном рынке, необходимость оплаты земельного налога при выкупе объектов историко-культурного значения понижают туристическую привлекательность города. Кроме того, город за последнее время потерял ряд значимых памятников, даже несмотря на сопротивление общественности. К таким объектам можно отнести: гостиницу «Империал», контору купца Морозова, усадьбу купца Михайлова, кинотеатры Пионер и Первомайский. Также шли общественные баталии по поводу сноса здания Речного вокзала.

Стоит выделить, что предполагается сделать и что уже делается для того, чтобы туристический поток в Барнаул заметно вырос, была преодолена сезонность. Среди прочих мер отмечается развитие международного сектора барнаульского аэропорта, строительство федеральной автодороги Барнаул — Павлодар.

Кроме того, для повышения качества оказания туристических услуг создана система подготовки кадров, которая ежегодно выпускает до 450 дипломированных специалистов. Также активизировалось взаимодействие общественной организации туроператоров – Алтайской региональной ассоциации туризма с органами власти, регулярно проблема развития туристического кластера обсуждается Общественным советом при Управлении Алтайского края по развитию туризма и курортной деятельности. И даже вводится обязательная аттестация экскурсоводов (гидов).

В этом году Барнаул стал местом проведения 9-го съезда экскурсоводов и инструкторов Сибири (12 апреля 2022 г.) и собрал более 100 участников из многих регионов России. На съезде были внесены рекомендации по повышению качества оказываемых экскурсионных услуг, а также регулирования работы гидов. Также город является активным участником федеральных конкурсов, целью которых становится привлечение в туристическую отрасль федеральных средств.

Стоит отметить, что большую роль в повышении историко-культурного потенциала играют общественные структуры, ассоциации гидов, конкретные личности – архитекторы, историки, руководители турпредприятий. Так, отмечается, что общественные организации края пытаются привлечь средства на проект «Сохранение исторической памяти» федеральные и региональные гранты. В целом, объем грантовой поддержки внутри края составляет 33,6 млн рублей: общественные организации могут получить до 180 тыс. рублей, предприниматели – до 500 тыс. руб. Кроме того, развиваются сетевые сообщества любителей истории и архитектуры Барнаула. Появилась плеяда молодых историков, краеведов, гидов, которые ведут огромную просветительскую деятельность.

Тесное взаимодействие всех заинтересованных лиц, учет интересов, активное участие в федеральных, краевых и муниципальных программах позволят сделать Барнаул и в целом направление культурно-познавательного туризма более привлекательным для посещений жителями Сибири, России, дальнего зарубежья.

Литература

1. Барнаул — горнозаводской округ. URL: <https://www.altaregion22.ru/info/tour/barnaul/barnaul-gornozavodskoy-gorod.php>
2. Портал Барнаул исторический. URL: <https://barnaul.org/gorod/tourism/barnaul-istoricheskij/>
3. Города получают коды. URL: <https://altapress.ru/turizm/story/dlya-treh-gorodov-altayskogo-kрая-bridumayut-turistskie-kodi-292421>
4. Инвестиционная карта Барнаула. URL: <https://maps.kosmosnimki.ru/api/index.html?10D3A7A8612B4A688EDF3A014C319EFF>
5. Материалы Министерства экономического развития Алтайского края. URL: <http://econom22.ru/press-centre/news/detail.php?ID=17012>
6. Стратегия развития Алтайского края до 2035 года. URL: https://econom22.ru/prognoz/strateg_plan/dokumenty-strategicheskogo-planirovaniya-altayskogo-kрая/strategiya-sotsialno-ekonomicheskogo-razvitiya-altayskogo-kрая/index.php
7. Программа «Развитие туризма в Алтайском крае» 2020 г. URL: <https://tourism.alregn.ru/uploads/files/45bea08aba262f9cd82367728905f499.rtf>
8. Объекты культурного наследия федерального и регионального значения: URL: https://culture.alregn.ru/kultura_altaja/kulturnoe_nasl/index.php?sphrase_id=82590
9. Алтайская региональная ассоциация туризма. URL: <http://arat.su/>

Информация об Алтайской школе политических исследований

АШПИ возникла в 1996 г., статус учебно-научной лаборатории Алтайского государственного университета Школа получила в 1998 г.

Директор АШПИ — доктор исторических наук, профессор кафедры всеобщей истории и международных отношений АГУ, руководитель Алтайского отделения Российской ассоциации политической науки Юрий Георгиевич Чернышов.

Деятельность Школы направлена на развитие межфакультетского и межвузовского сотрудничества в области политических наук. Главные принципы Школы — неангажированность, научность, демократизм. АШПИ стремится объединить ученых самых разных специальностей — историков, политологов, международников, социологов, экономистов, юристов и др. В работе Школы уже приняли участие десятки известных отечественных и зарубежных экспертов, докторов и кандидатов наук. В проектах Школы участвуют также представители власти, общественные деятели, предприниматели, журналисты. Студенты и аспиранты приобретают ценные практические навыки по организации научных конференций и проведению прикладных политологических исследований (в частности, в рамках молодежного отделения АШПИ — студенческой организации «Международник»).

Одно из главных направлений работы Школы — *проведение международных научно-практических конференций, издание сборников* по актуальным проблемам политической жизни.

Конференции, материалы которых были изданы в виде выпусков «Дневника АШПИ»:

28 мая 1996 г. — Тоталитаризм и его преодоление: актуальные уроки истории.

16 июля 1996 г. — Принципы самоуправления в федеральных системах России и Германии.

31 января 1997 г. — Власть и собственность: к итогам губернаторских выборов в России.

16–18 июля 1997 г. — Политическая система и политическая жизнь в современной России (проблемы федерального и регионального уровней).

27 января 1998 г. — Интеллигенция и власть.

17–18 июля 1998 г. — Становление гражданского общества в России: проблемы и перспективы.

30–31 июля 1999 г. — Роль парламента в демократическом государстве.

- 28 января 2000 г. — Интеллигенция и «новый авторитаризм».
- 16 мая 2000 г. — Становление демократического, правового, социального государства и профсоюзы: практика, проблемы, перспективы.
- 15–16 июля 2000 г. — Россия после выборов: перспективы экономического и политического развития.
- 10–11 февраля 2001 г. — Западная Сибирь: регион, экономика, инвестиции.
- 15–16 мая 2001 г. — Человек и мир работы: социально-политические, профессиональные, антропологические аспекты профсоюзной деятельности.
- 14–15 июля 2001 г. — Современная Россия и мир: альтернативы развития.
- 16–17 июля 2001 г. — Республика Алтай и реформы в экономике и федеративном устройстве России.
- 8 октября 2001 г. — Проблемы и перспективы сотрудничества третьего сектора с властью.
- 22 января 2002 г. — Реформа образования и гражданское общество.
- 2 июля 2002 г. — Современная Россия и мир: альтернативы развития. Вступление России в ВТО. Борьба с международным терроризмом. Женщина и политика.
- 1–2 июля 2003 г. — Современная Россия и мир: альтернативы развития. Постсоветское пространство: проблемы интеграции. Женщина и выборы.
- 29 апреля 2004 г. — Региональные выборы 2004 г. — волеизъявление народа или триумф технологий?
- 1–3 июля 2004 г. — Современная Россия и мир: альтернативы развития (трансграничное сотрудничество и проблемы национальной безопасности).
- 1–2 июля 2005 г. — Современная Россия и мир: альтернативы развития (национальная, региональная идентичность и международные отношения).
- 4–5 июля 2006 г. — Современная Россия и мир: альтернативы развития (этноконфессиональные конфликты и вызовы XXI века).
- 27–28 сентября 2007 г. — Современная Россия и мир: альтернативы развития (международный имидж России в XXI веке).
- 13–14 сентября 2008 г. — Современная Россия и мир: альтернативы развития (роль российских регионов в формировании имиджа страны).
- 19–20 сентября 2009 г. — Современная Россия и мир: альтернативы развития (роль политических лидеров в формировании имиджа страны и региона).

17–18 сентября 2010 г. — Современная Россия и мир: альтернативы развития (Россия и Западная Европа: влияние образов стран на двусторонние отношения).

23–24 сентября 2011 г. Современная Россия и мир: альтернативы развития (Разрешение межгосударственных конфликтов: актуальный опыт истории и современность)

20–21 сентября 2012 г. Современная Россия и мир: альтернативы развития (Информационные войны в международных отношениях)

26–28 сентября 2013 г. Современная Россия и мир: альтернативы развития (Запад и Восток: межцивилизационные взаимодействия и международные отношения)

25–27 сентября 2014 г. Современная Россия и мир: альтернативы развития (Трансграничные мигранты и общество страны пребывания: взаимное восприятие и проблемы межкультурного взаимодействия).

28–30 сентября 2015 г. Современная Россия и мир: альтернативы развития (Запад и Восток: регионы в трансграничном взаимодействии).

29–30 сентября 2016 г. Современная Россия и мир: альтернативы развития (Сепаратизм и его роль в мировом политическом процессе).

28–29 сентября 2017 г. Современная Россия и мир: альтернативы развития (Имидж страны как фактор «мягкой силы» в международных отношениях).

27–28 сентября 2018 г. Современная Россия и мир: альтернативы развития (Ресурсы «мягкой силы»: опыт использования государственными и негосударственными акторами).

26–27 сентября 2019 г. Современная Россия и мир: альтернативы развития (Политика памяти и формирование международного имиджа страны).

24–25 сентября 2020 г. Современная Россия и мир: альтернативы развития (Глобальные исторические события XX века и национальные варианты политики памяти).

28–29 сентября 2021 г. Современная Россия и мир: альтернативы развития (Формирование региональной идентичности и политика исторической памяти).

26–27 сентября 2022 г. Современная Россия и мир: альтернативы развития (Историко-культурный, имиджевый и туристический потенциал региона).

Кроме этого, Школа постоянно занимается *просветительской работой* — организацией «круглых столов», чтением лекций, публикацией статей в газетах и т.д. Эксперты Школы много раз выступали с оценками политической ситуации в СМИ. Руководитель АШПИ пред-

ставлял Алтайское отделение РАПН на Конгрессах политологов, проходивших в Москве; участвовал в работе Гражданского Форума в Москве и Санкт-Петербурге, в Конвенте РАМИ в МГИМО (У) МИД РФ и т.д.

Еще одно направление деятельности — *консультирование, проведение прикладных политологических исследований*. Во время выборов депутатов Государственной Думы, президентских и губернаторских выборов эксперты АШПИ неоднократно проводили фокус-группы, телефонные и анкетные опросы. Итоги большинства этих опросов опубликованы в печати.

Результаты научной деятельности АШПИ подробно представлены на интернет-сайте, где размещены тексты всех «Дневников АШПИ», а также отдельные статьи экспертов, материалы исследований, разнообразные информационные ресурсы. Это издание занимало призовые места во Всероссийском конкурсе научных работ, проведенном Российской ассоциацией политической науки, было лауреатом IV Интернационального конкурса «Имидж-директория» и было отмечено Почетным дипломом в номинации «Проект года в имиджологической науке» и т.д.

АШПИ продолжает научно-просветительскую работу и приглашает к сотрудничеству всех, кто умеет самостоятельно мыслить, кто стремится сделать жизнь россиян более достойной и свободной.



✉ 656049 г. Барнаул,
просп. Ленина, 61, к. 310
☎ Tel./fax (3852) 29-12-74
✉ E-mail: ashpi@hist.asu.ru
🌐 <http://ashpi.asu.ru/ic/>

Информация об авторах

Аршинцева Ольга Алексеевна

Кандидат исторических наук, доцент кафедры всеобщей истории и международных отношений Алтайского государственного университета, г. Барнаул

Богатова Ольга Анатольевна

Доктор социологических наук, доцент, профессор Национального исследовательского Мордовского государственного университета им. Н.П. Огарёва, г. Саранск

Бетмакаев Алексей Михайлович

Кандидат исторических наук, доцент кафедры ВИМО АлтГУ, г. Барнаул

Добрынина Инна Юрьевна

Аспирант кафедры региональная экономика и управление МИЭМИС АлтГУ, г. Барнаул

Дорофеева Любовь Андреевна

Кандидат географических наук, и.о. заведующей кафедрой географии и методики обучения Красноярского государственного педагогического университета им. В.П. Астафьева, г. Красноярск

Дергачева Влада Евгеньевна

Аспирант кафедры ВИМО АлтГУ, г. Барнаул

Казаков Михаил Анатольевич

Доктор политических наук, профессор кафедры «Политология» ННГУ им Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород

Калашникова Софья Константиновна

Аспирант кафедры политических институтов и прикладных политических исследований факультета политологии Санкт-Петербургского государственного университета, г. Санкт-Петербург

Капустян Лариса Анатольевна

Кандидат экономических наук, заместитель директора института гуманитарных наук по учебной работе, доцент кафедры региональная экономика и управление МИЭМИС АлтГУ, г. Барнаул

Козулин Вячеслав Николаевич

Кандидат исторических наук, доцент кафедры ВИМО АлтГУ, заместитель директора АШПИ, г. Барнаул

Кротов Александр Викторович

Магистрант группы 9.207 АлтГУ

Курныкин Олег Юрьевич

Кандидат исторических наук, доцент кафедры ВИМО АлтГУ, г. Барнаул

Кушнарeva Елизавета Михайловна

Студентка Института истории, социальной коммуникации и права Алтайского государственного педагогического университета, г. Барнаул

- Ларионова Юлия Сергеевна**
Аспирант кафедры кафедры ВИМО АлтГУ, г. Барнаул
- Леханов Александр Игоревич**
Студент направления «Политология» АлтГУ, г. Барнаул
- Лякишева Валентина Григорьевна**
Доцент кафедры региональной экономики и управления МИЭМИС АлтГУ, г. Барнаул
- Малышева Нина Сергеевна**
Кандидат исторических наук, доцент кафедры кафедры ВИМО АлтГУ, г. Барнаул
- Мардасова Елена Владимировна**
Старший преподаватель кафедры экономической географии и картографии ИНГЕО АлтГУ
- Маскаева Елена Николаевна**
Старший научный сотрудник «Научного центра социально-экономического мониторинга», г. Саранск
- Миловидов Андрей Александрович**
Аспирант кафедры ВИМО АлтГУ, магистр в сфере международных отношений, г. Томск
- Монгина Дарья Владимировна**
Магистрант ФГАОУ ВО «Дальневосточный федеральный университет», г. Владивосток
- Нелюбин Павел Геннадьевич**
Аспирант кафедры ВИМО АлтГУ, г. Северобайкальск
- Письменская Елена Борисовна**
Кандидат физико-математических наук, генеральный директор Kids Fashion Retail, преподаватель МГУ им. М.В. Ломоносова, Центр креативных индустрий, г. Москва
- Плаксенко Анна Анатольевна**
Аспирант кафедры кафедры ВИМО АлтГУ, г. Барнаул
- Поликарпов Дмитрий Сергеевич**
Студент факультета политологии Санкт-Петербургского государственного университета, г. Санкт-Петербург
- Савоськин Алексей Максимович**
Аспирант кафедры ВИМО АлтГУ, г. Барнаул
- Синенко Екатерина Андреевна**
Кандидат исторических наук, старший преподаватель кафедры гуманитарных наук Алтайского государственного медицинского университета, г. Барнаул
- Скоробогатых Ирина Ивановна**
Доктор экономических наук, профессор, заведующая кафедрой маркетинга РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Москва
- Стариков Евгений Анатольевич**
Аспирант кафедры ВИМО АлтГУ, г. Барнаул

Таненкова Анна Владимировна

Магистр экономики, старший преподаватель Алтайского государственного медицинского университета, г. Барнаул

Тимин Даниил Олегович

Студент факультета политологии Санкт-Петербургского государственного университета, г. Санкт-Петербург

Ульянов Павел Владимирович

Кандидат исторических наук, доцент кафедры ВИМО АлтГУ, г. Барнаул

Филиппов Василий Рудольфович

Доктор исторических наук, ведущий научный сотрудник Центра изучения стран Тропической Африки Института Африки РАН, г. Москва

Харитонов Валерия Валерьевна

Аспирант кафедры ВИМО АлтГУ, г. Барнаул

Цыряпкина Юлия Николаевна

Кандидат исторических наук, доцент, кафедра всеобщей истории Алтайского государственного педагогического университета, г. Барнаул

Чернов Владислав Афиногенович

Кандидат исторических наук, доцент Высшей школы медиа, коммуникаций и сервиса Тихоокеанского государственного университета, г. Хабаровск

Чернышов Юрий Георгиевич

Доктор исторических наук, профессор кафедры ВИМО АлтГУ, директор АШПИ, г. Барнаул

Шейда Геннадий Петрович

Член Общественной палаты Алтайского края, доцент кафедры философии и политологии АлтГУ, г. Барнаул

Широкова Марина Алексеевна

Доктор философских наук, профессор кафедры философии и политологии АлтГУ, г. Барнаул

Шишацкий Николай Георгиевич

Кандидат экономических наук, ведущий научный сотрудник Института экономики и организации промышленного производства СО РАН, г. Красноярск

Щербанова Елена Евгеньевна

Аспирант кафедры ВИМО АлтГУ, преподаватель истории колледжа АлтГУ, г. Барнаул

Содержание

ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНЫЙ, ИМИДЖЕВЫЙ И ТУРИСТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ РЕГИОНА.....	3
<i>Чернышов Ю.Г. Историко-культурный потенциал и имидж региона (к итогам дискуссии)</i>	<i>4</i>
1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ТЕМЫ	11
<i>Аришнцева О.А. Геополитическое своеобразие Центральной Азии: меняющиеся реалии.....</i>	<i>11</i>
<i>Бетмакаев А.М. Понятие «Центральная Европа» в интерпретациях современных российских исследователей.....</i>	<i>19</i>
<i>Дорофеева Л.А., Шишацкий Н.Г. Туристический потенциал как фактор инклюзивного развития региона</i>	<i>26</i>
<i>Широкова М.А., Леханов А.И. Региональная идентичность и национальная политика как факторы формирования российского национального самосознания в постсоветский период: позиции исследователей</i>	<i>31</i>
2. МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ	39
<i>Дергачева В.Е. «Монументальная» политика США в столичном регионе (на примере Vietnam Veterans Memorial).....</i>	<i>39</i>
<i>Ларионова Ю.С. Социально-политические аспекты языковой политики в Республике Казахстан</i>	<i>45</i>
<i>Мальшиева Н.С. Социально-культурные последствия деиндустриализации Рурской области</i>	<i>53</i>
<i>Миловидов А.А. Об интеграции ЕАЭС в сфере пищевой промышленности и создании евразийского бренда</i>	<i>57</i>
<i>Нелюбин П.Г. Историко-культурный потенциал деревень тайных христиан в Японии.....</i>	<i>65</i>
<i>Савоськин А.М. Формирование западными СМИ образа народа-жертвы на примере боснийских мусульман.....</i>	<i>71</i>
<i>Стариков Е.А. Роль Католической церкви в сохранении идентичности переселенцев на примере немецкого населения Северного Казахстана (конец XIX – начало XX в.)</i>	<i>77</i>

<i>Таненкова А.В. Конфликт идентичностей в Украине на примере Львовской и Донецкой областей (2003–2013 гг.)</i>	82
<i>Ульянов П.В. Памятники Первой мировой войны в Лондоне и их культурно-историческое значение для формирования имиджа региона</i>	88
<i>Филиппов В.Р. «Романтический туризм» в Тропической Африке</i>	95
<i>Харитонов В.В. Международный имидж города Уханя до и во время пандемии COVID-2019</i>	101
<i>Щербанова Е.Е. Политика памяти в постсоциалистической Монголии как инструмент формирования имиджа государства</i>	109
3. ОТЕЧЕСТВЕННЫЙ ОПЫТ (В ТОМ ЧИСЛЕ В АЛТАЙСКОМ КРАЕ И РЕСПУБЛИКЕ АЛТАЙ)....	119
<i>Богатова О.А. Коммеморация жертв массовых репрессий в Мордовии: культурная травма и «вестерн» (опыт насыщенного описания)</i>	119
<i>Казаков М.А. Паломническо-туристический кластер «Арзамас-Дивеево-Саров» в контексте трансформаций памяти</i>	125
<i>Калашикова С.К. Роль политических институтов и государственных инициатив в реализации политики идентичности в Санкт-Петербурге</i>	132
<i>Козулин В.Н. Образ Сибири в записках западноевропейцев XV–XVII вв.</i>	141
<i>Кротов А.В., Мардасова Е.В. Предпосылки развития круизного и водного экскурсионно-прогулочного туризма по Оби на территории Алтайского края</i>	151
<i>Курныкин О.Ю. Реализация проекта «Большой Алтай»: имиджевый и туристический потенциал</i>	158
<i>Кушнарёва Е.М. Хозяйственная аккультурация русских переселенцев и коренного населения Туркестана в конце XIX - начале XX в.</i>	167
<i>Лякишева В.Г., Капустян Л.А., Добрынина И.Ю. О роли социально-экономической политики региона и его историко-культурных традиций в формировании позитивного имиджа Алтайского края</i>	172

<i>Маскаева Е.Н. Выявление гастрономического бренда в Республике Мордовия</i>	180
<i>Монгина Д.В. Коммуникационные инструменты продвижения Дальнего Востока России</i>	186
<i>Письменская Е.Б., Скоробогатых И.И. Народные художественные промыслы – возможность для развития экономики и несырьевого экспорта</i>	193
<i>Плаксенко А.А. Историко-географический образ Алтая в путевых записках Дж.Д. Кокрена</i>	200
<i>Поликарпов Д.С., Тимин Д.О. Формирование бренда региона: кейс Санкт-Петербурга</i>	205
<i>Цыряпкина Ю.Н. Особенности формирования языковой политики в Узбекской ССР</i>	214
<i>Чернов В.А. Из истории гостеприимства: трансформация постоянных дворов в Дома крестьянина на Дальнем Востоке</i>	222
<i>Чернышов Ю.Г., Синенко Е.А. Персонификация имиджа Алтайского края на примере использования фигуры В.М. Шукшина</i>	230
<i>Шейда Г.П. Историко-культурное наследие Барнаула: проблемы реализации потенциала в рамках культурно-познавательного туризма</i>	240

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АЛТАЙСКОЙ ШКОЛЕ ПОЛИТИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ	245
ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ	249

Серийное научное издание

**Дневник Алтайской школы политических исследований №38.
Современная Россия и мир: альтернативы развития
(Историко-культурный, имиджевый и туристический
потенциал региона)**

Сборник научных статей

Издательство Алтайского государственного университета
Издательская лицензия ЛР 020261 от 14.01.1997.

Подписано в печать 10.11.2022.

Дата выхода издания в свет 18.11.2022.

Формат бумаги 60x84/16. Усл. печ. л. 14,88.

Бумага офсетная. Печать цифровая.

Тираж 30 экз. Заказ № 548.

Отпечатано в типографии Алтайского государственного университета:
656049, Алтайский край, г. Барнаул, ул. Димитрова, 66