

Международные гуманитарные связи

*Материалы заочных сессий
ежеквартальной студенческой научной конференции*

Том IV:

Материалы четвертой заочной сессии (1-9 июня 2014 года)

Санкт-Петербург

2014

УДК 327

ББК 94

М 43

М 43 Международные гуманитарные связи: материалы заочных сессий ежеквартальной студенческой научной конференции. Том IV: Материалы четвёртой заочной сессии (1-9 июня 2014 года) / У. Миропольская, Э. Покидова, В. Быкова, А. Ковжик, А. Рыбчак, А. Терехова, Лу Тианинь. — Санкт-Петербург: Оргкомитет ежеквартальной студенческой научной конференции «Международные гуманитарные связи», 2014. — 68 с.

В четвёртом томе сборника материалов заочных сессий ежеквартальной студенческой конференции «Международные гуманитарные связи» представлены доклады, поступившие на четвёртую заочную сессию конференции, проходившую с 1 по 9 июня 2014 года. Доклады публикуются в авторской редакции.

**УДК 327
ББК 94**

ISSN: 2310-9203

Оглавление

Официальная внешняя культурная политика США: британское направление (<i>Ульяна Миропольская</i>).....	4
Актуальные проблемы деятельности международных спортивных организаций в гуманитарной сфере (на примере УЕФА) (<i>Элина Покидова</i>).....	11
Проблема спонсорства в Олимпийском движении (<i>Виктория Быкова</i>).....	20
Правовая основа российско-испанского гуманитарного сотрудничества на современном этапе (<i>Анита Ковжик</i>).....	27
Проблема информационных войн на примере конфликта интересов России, Украины и США (<i>Анна Рыбчак</i>).....	34
Формирование иммиграционной политики на примере Европейского Союза и Французской республики (<i>Анастасия Терехова</i>).....	43
Особенности восприятия Санкт-Петербурга в общественном мнении современного Китая (<i>Лу Тианинь</i>).....	56

Ульяна Миропольская

Санкт-Петербургский государственный университет
mir_uliana@mail.ru

Официальная внешняя культурная политика США: британское направление

Аннотация. Данная статья посвящена британскому направлению официальной внешней культурной политики США. В ней была предпринята попытка проанализировать деятельность и функции основных государственных институтов Соединенных Штатов, занимающихся внешней политикой. Были рассмотрены наиболее заметные и популярные программы Бюро по делам образования и культуры при Государственном департаменте, а также мероприятия Посольства США в Великобритании, которое находится в Лондоне. Культурное и образовательное направления их деятельности за рубежом объясняются необходимостью государства взаимодействовать с общественностью других стран в целях продвижения идей и интересов своей политики. Одной из причин, по которым население одной страны может оказывать поддержку другому государству, является интерес, уважение и благоприятное отношение к его культуре, быту и народу. Именно поэтому формирование положительного образа своего государства за рубежом выступает одной из обязательных задач внешней политики. Взаимоотношения США и Великобритании в культурной сфере представляют собой особый интерес для исследования в связи с общностью богатой истории и неразрывных культурных связей двух государств.

Ключевые слова: внешняя культурная политика, публичная дипломатия, образ, имидж, Госдепартамент США, образовательные обмены.

Abstract. The article is dedicated to the British course of the official foreign cultural policy of the United States. The article presents an attempt to analyse the activities and the functions of the main state insitutes of the USA, responsible for the foreign policy. There is a review of the most prominent and popular programmes of Bureau of Educational and Cultural Affairs of the Department of State, as well as social events, sponsored and organized by the US Embassy that is situated in London, UK. The cultural and educational course of their work abroad can be explained by the necessity of a country to interact with the public of other countries in order to promote the ideas and achieve the goals of its foreign policy. One of the reasons why people of a country may support another country in the world community is their interest, respect and favourable attitude towards this country's culture, life and nation. For that, one of the essential aims and tasks of the foreign policy should be to form a positive image of the state abroad. US-UK relationships in the cultural sphere are especially interesting to study and investigate because of the evident connections between their rich history and culture.

Keywords: foreign cultural policy, public diplomacy, image, Department of State, academic exchanges.

В современном мире, благодаря процессам демократизации и большей открытости государств, общественность стала играть важную роль в политике, так как может оказывать влияние на правительство и принимаемые им решения. В связи с этим, «борьба за умы»

людей с каждым годом становится активнее и масштабнее. Формирование положительного образа государства среди иностранной аудитории стало одним из обязательных направлений внешней политики. Специалисты в сфере международных отношений также все большее внимание начинают уделять понятиям образа, имиджа государств. Сложившиеся на мировой арене образы государств оказывают заметное влияние не только на проведение их собственной внешней политики, но и на ее восприятие другими государствами и, как следствие, на их ответные действия. В связи с этим, можно утверждать, что создание, формирование и контроль своего образа за рубежом должны быть одним из стратегических аспектов внешней политики государства.

. Взгляды на то, что подразумевает собой понятие образа государства, отличаются большим многообразием. Как считает отечественный исследователь А.В. Федякин, взгляды ученых можно разделить на две группы в зависимости от трактовки данного понятия: объективистской и субъективистской. Сторонники объективистской трактовки полагают, что образ – это некая совокупность, комплекс характеристик страны и ее государственной системы. Образ формируется стихийно в индивидуальном и общественном сознании. Согласно субъективистской трактовке, образ государства строится целенаправленно и состоит из совокупности представлений о государстве [13]. В парадигме последней трактовки образ воспринимается как имидж, то есть намеренно искаженное представление о стране, деятельность по формированию которого преследует определенную цель – произвести нужное впечатление [16]. Как правило, такое впечатление, имидж специально создается для того, чтобы дать возможность государству в дальнейшем реализовать свои внешнеполитические намерения и интересы.

Неоспоримым остается то, что образ страны в целом и как она воспринимается за рубежом – это явление массового сознания граждан другой страны, а не отдельно взятой личности. Следовательно, как явление массового сознания, образ склонен поддаваться формированию и манипуляциям [4]. В том числе именно для этих целей создаются определенные программы, которые финансируются правительством и направлены на информирование и оказание воздействия на общественное мнение в других странах [19]. Подобные программы являются мерами публичной дипломатии по формированию положительного образа государства за рубежом. Образ страны за рубежом составляют многие факторы, например, такие, как внутренняя и внешняя политика государства, его экономика, дипломатические действия, культура.

Культурный фактор формирования образа страны за рубежом очень важен в связи с тем, что распространяет свое влияние не только на правящие круги и экономическую элиту других государств, а на все население в целом. Это способствует закреплению образа государства среди иностранных граждан, а в современном мире, особенно учитывая глобализационные процессы, их мнение, в свою очередь, не может не учитываться правящими кругами и экономической элитой в странах с демократическими ценностями.

Несомненно, важность положительного образа своей страны среди населения за рубежом осознают главы ведомств, ответственных за реализацию публичной дипломатии, мер по взаимодействию с общественностью других стран. Например, бывший заместитель госсекретаря США по публичной дипломатии Джудит Макхейл в своем выступлении «Публичная дипломатия: национальный стратегический императив» в июне 2009 года подчеркнула, что правительства других государств, пусть и склонные поддерживать политику США, перестанут делать это, если их население потеряет доверие к США. Дж. Макхейл отмечает, что такой негативной тенденции можно будет избежать, «если развивать

связи с народами всего мира, если они станут доверять нам [США] как партнеру» [2].

Трудно оспаривать позицию С.Анхольта и Дж.Хильдрета, утверждающих, что США с самого начала построения государства «умело, изобретательно, мощно, упорно и страстно» занимались формированием своего имиджа и заботились о репутации свободной и справедливой страны [18, с.33]. Уже на протяжении долгих лет для жителей многих стран Соединенные Штаты служат «неким объектом «вожделения», своеобразным миражом, мечтой» [14, с.90]. Люди стремятся повторять американский образ жизни, следовать американским стандартам и включать в свою жизнь определенные черты американских традиций. Во всем мире наблюдается высокий спрос на продукты американской культуры. Такого отношения к ценностям и культуре США за рубежом удалось добиться, в том числе, благодаря внешней культурной политике США.

Внешняя культурная экспансия США со времен идеологического противостояния в течение «холодной войны» с СССР является частью их официальной внешней культурной политики и служит важным инструментом распространения американских ценностей, мировоззрения, традиций, взглядов, а следовательно, и американского влияния во всем мире [14].

Официальная внешняя культурная политика США в первую очередь представлена Бюро по делам образования и культуры Государственного департамента США. Итак, Бюро считает своей миссией укрепление взаимопонимания между народами США и народами других стран, используя для этого академические и образовательные программы, которые способствуют развитию мирных международных отношений. Спрос на подобные программы особенно увеличился в связи с глобализацией, что привело к большей мобильности в сфере образования [1]. Также Бюро по делам образования и культуры развивает программы культурного и образовательного обмена и направления сотрудничества с общественным и частным сектором.

Одна из самых известных и престижных программ обмена в сфере образования, финансируемых Бюро по делам образования и культуры, носит название The Fulbright Program. Данная программа была создана в 1945 году по инициативе сенатора Уильяма Фулбрайта, который считал обмен студентами в сфере культуры, образования и науки важным аспектом внешней политики, необходимым для улучшения взаимопонимания наций в первую очередь для избежания конфликтов и войн в будущем. С тех пор и до наших дней программа дает возможность иностранным студентам и ученым получать гранты на получение образования или прохождения стажировки в университетах Соединенных Штатов. Программа действует в 155 странах мира, в том числе и в Великобритании [12].

Сотрудничество двух государств в рамках данной программы началось 22 сентября 1948 года с заключения договора о создании Комиссии Фулбрайта. Программа Фулбрайта ставит своей целью улучшение взаимопонимания между культурами через образовательные обмены. Работа Комиссии финансируется и британской, и американской сторонами, а также другими спонсорами и партнерами программы. Однако, согласно финансовому отчету за 2012 год, Государственный департамент США, представленный Бюро по делам образования и культуры, потратил на £86,401 больше, чем его британские партнеры [20]. Финансирование программы определяет Конгресс США. За все время существования Британско-Американской Комиссии Фулбрайта более 15 тысяч студентов из Великобритании прошли обучение в различных университетах и колледжах Соединенных Штатах, воспользовавшись грантами, полученными по программе Фулбрайта. Среди европейских стран Великобритания по количеству студентов, получивших эти гранты, уступает лишь Германии [11], [17].

Проанализировав деятельность Госдепартамента США в лице Бюро по делам образования и культуры и направленность его образовательных и культурных программ, можно сделать определенные выводы относительно роли и значения Великобритании в формировании официальной внешней политики США. Стоит отметить, что Великобритания не является основной целью США в программах по сохранению мирового культурного наследия, развития музейной деятельности и кросс-культурного диалога в области музыки, театра, танца и других творческих сфер. Бюро представляет небольшое количество исключительно культурных программ, участниками которых могут стать граждане Великобритании. Однако граждане Великобритании имеют возможность участвовать практически во всех образовательных программах Госдепартамента, а также получают достаточное количество информации о престижности американских вузов и уровне их образования, которая формирует положительный образ системы образования Соединенных Штатов и влияет на желание британцев поступать в американские учебные заведения. Интерес и стремление к получению образования в США отражается на статистике, показывающей большое количество британских студентов, обучающихся в Соединенных Штатах, и указывающей на ведущую роль Великобритании среди европейских государств в «поставке» иностранных студентов в США.

Большое значение в реализации внешней политики по распространению американской культуры и позитивного отношения к Соединенным Штатам в Великобритании имеет Посольство США, находящееся в Лондоне. Оно обращается к различным видам и формам мероприятий по представлению культуры, истории, традиций, достижений и быта своего государства. В структуре Посольства США в Лондоне выделен Офис Культурных Связей (The Cultural Affairs Office), целью которого является поддержание связей между США и Великобританией в сфере культуры и образования, продвигая американское искусство, музыку, литературу и кинематограф. Государственный Департамент США спонсирует несколько профессиональных программ обмена, в которых могут принять участие жители Великобритании. Например, Посольством представлена программа для преподавателей в рамках комиссии Фулбрайта, а также программы для членов Парламента и членов Правительства Великобритании [10]. На сайте Посольства в разделе Офиса Культурных связей опубликован обширный список, включающий более 30 музеев, церквей, библиотек и других центров, мест и заведений Лондона, в которых проводятся концерты, семинары, конференции и встречи, посвященные американской культуре, культурным связям двух государств и свидетельствующие об их общей истории [8]. Офис Культурных Связей также отвечает за работу Бюро Спикеров от Посольства США [9]. Данное Бюро занимается организацией встреч и конференций с представителями Посольства для групп школьников и студентов, журналистов и представителей СМИ, членами неправительственных организаций и лицами, связанными с управлением культурными мероприятиями и программами. Целью подобных встреч и конференций является предоставление возможности жителям Великобритании ближе познакомиться не только непосредственно с деятельностью Посольства, но и американской историей, культурой и политикой в целом. Участники встреч могут напрямую обратиться к представителям Посольства США и задать интересующий их вопрос. Встречи могут освещать такие темы, как культура, политика, выборы, СМИ, образование, спорт, законодательство и бизнес Соединенных Штатов. Встреча организуется бесплатно, а представители могут приехать на место конференции или же провести ее через интернет, используя современные технологии и веб-камеры. Подобные бесплатные мероприятия, несомненно, приближают американскую культуру к жителям Великобритании, открывают для них ценности и установки американского общества, что и должен отражать образ государства [3, с.200]. В определенной степени они вызывают интерес к культуре США

как раз за счет открытости представителей Посольства США и их готовности к диалогу и обмену мнениями и опытом, что, несомненно, способствует установлению диалога между двумя народами и формированию положительного имиджа Соединенных Штатов в Великобритании.

Посольство США в Лондоне курирует еще одну организацию, занимающуюся культурными и образовательными программами обменов. Британская Ассоциация Американских Исследований была основана в 1955 году и ставит перед собой следующую цель – развивать и поощрять изучение Соединенных Штатов в Великобритании, а также поддерживать университеты, колледжи и независимых ученых, занимающихся Американскими исследованиями [5]. Исследователи и ученые–члены Ассоциации имеют возможность участвовать в конкурсе на получение денежного гранта и других наград. Например, Ассоциация предлагает поддержку и содействие ученым, собирающимся отправиться в США с целью проводить исследование и собирать информацию и материалы по изучению американской истории, политики, общества, искусства, культуры и так далее [6]. Также денежные призы могут получить ученые и студенты за лучшую статью, эссе и изданную книгу на темы, входящие в сферу Американских исследований. Подобные конкурсы, несомненно, привлекают ученых и студентов, интересующихся Американскими исследованиями, так как позволяют им глубже погрузиться в изучаемую сферу, получить незаменимый материал для исследований и оказаться непосредственно в стране изучения. В дальнейшем информация об обществе и образе жизни Соединенных Штатов распространяется за рубежом посредством работ, публикаций, исследований и рассказов участников, получивших подобные награды. Это отвечает целям и задачам внешней культурной политике США о продвижении проамериканских настроений и формированию позитивного имиджа своего государства как открытого, готового к диалогу и предоставляющего множество возможностей для образования и работы. Британская Ассоциация тесно сотрудничает с лучшими университетами Великобритании, совместно с которыми организует лекции, семинары и конференции по темам, связанными со многими аспектами жизни и политики США. Так, в Оксфордском университете прошла серия семинаров, посвященных американской литературе, а в ближайшем будущем состоится интерактивный студенческий форум, на который приглашены преподаватели и студенты из США [7].

Анализ направлений деятельности Посольства США в Великобритании показал, что большинство программ и мероприятий Посольства объединяют в себе культурную, информационную и образовательную составляющую. Именно эти аспекты – культура, информация, образование – являются ключевыми для понятия «мягкая сила», согласно утверждению отечественного исследователя Г.Ю.Филимонова. Понятие «мягкая сила» подразумевает использование «культурных инструментов с информационно-пропагандистскими, образовательными» средствами в целях оказания влияния на общественность за рубежом, формируя у людей доброжелательное отношение, интерес к своей стране и также ее положительный образ [15, с.22]. Следовательно, официальная внешняя культурная политика США активно применяет «мягкую силу» и использует все ее необходимые компоненты в своей деятельности.

Проанализировав деятельность и направленность основных институтов США, проводящих официальную внешнюю культурную политику, можно отметить, что наиболее значимые и популярные программы и мероприятия, осуществляемые в британском направлении, в первую очередь связаны со сферой образования, что, в свою очередь, пользуется в Великобритании большим спросом. У двух стран есть множество общих моментов истории и

взаимосвязь их культуры – например, языка, литературы и музыки - не подвергается сомнению. Именно этот факт успешно используют США в составлении и планировании своих культурных программ и мероприятий в британском направлении с целью формирования своего положительного образа. Это способствует поддержанию и развитию более тесного сотрудничества между народами и поощрению взаимного уважения и интереса. Доброжелательное отношение жителей обеих стран друг к другу не может также положительно не сказаться на отношении стран уже на государственном уровне и на проведении внешней политики государств на международной арене.

Список источников и литературы:

1. Бондарева Т.Е. Академическая мобильность как цель и средство формирования межкультурной компетенции//Филологические науки. Вопросы теории и практики, № 4 (11). Тамбов, 2011. С. 22-25
2. Выступление Джудит Макхэйл «Public Diplomacy: A National Security Imperative»: <http://video.state.gov/en/video/26110211001>.
3. Галумов А.Э. Международный имидж России: стратегия формирования. М, 2003.
4. Кононенко В. А. Формирование национального образа Финляндии как аспект внешней политики современного государства. СПб, 2005;
5. Официальный сайт Британской Ассоциации Американских Исследований: <http://www.baas.ac.uk/>
6. Официальный сайт Британской Ассоциации Американских Исследований; гранты для исследований: <http://www.baas.ac.uk/awards/baas-founders-research-travel-awards/>
7. Официальный сайт Британской Ассоциации Американских Исследований; семинар по американской литературе в Оксфорде: <http://www.baas.ac.uk/american-literature-research-seminar-university-oxford-hilary-term/>
8. Официальный сайт Посольства США в Великобритании; раздел Офиса Культурных Связей: http://london.usembassy.gov/culture/cultural_connections.html
9. Официальный сайт Посольства США в Великобритании; раздел Офиса Культурных Связей; Бюро Спикеров от Посольства США: <http://london.usembassy.gov/ukspaspeakerprogram.html>
10. Официальный сайт Посольства США в Великобритании; раздел программ обмена: <http://london.usembassy.gov/eca/index.html>
11. Официальный сайт программы Фулбрайта: <http://www.fulbright.org.uk/about/what-we-do>
12. Сайт Государственного Департамента США, раздел Бюро по делам образования и культуры; программа Фулбрайта: <http://eca.state.gov/fulbright/>
13. Федякин А.В. Политика формирования позитивного образа российского государства (Теоретико-методологические и прикладные аспекты политологического анализа). М, 2010
14. Филимонов Г.Ю. «Мягкая сила» культурной дипломатии США. М, 2010
15. Филимонов Г.Ю. Роль «мягкой силы» во внешней политике США. Автореф. дисс. на

- соиск. уч. ст. д. политических наук. М, 2013.
16. Ширин С.С. Роль внешнеполитических факторов в формировании научных представлений об американской культуре в Великобритании и Германии. СПб, 2008.
 17. 2010-2011 Fulbright Annual Report:
http://eca.state.gov/files/bureau/2010_2011fsbannualreport.pdf
 18. Anholt S., Hildreth J. Brand America: The Mother of All Brands. 2004.
 19. Dictionary of International Relations Terms. Washington, D.C., 1987.
 20. Fulbright Program; US-UK Educational Commission Financial Statement For the Year Ended 2012: http://fulbright.org.uk/media/Commission_finstat_2012.pdf

Эллина Покидова

Санкт-Петербургский государственный университет
russianhermione@mail.ru

Актуальные проблемы деятельности международных спортивных организаций в гуманитарной сфере (на примере УЕФА)

Аннотация. В статье рассматриваются основные направления гуманитарной деятельности в спорте на примере одной из крупнейших региональных спортивных организаций – Союза европейских футбольных ассоциаций (УЕФА). Представлен анализ существующих в данной сфере программ, а также предпринята попытка дать объективную оценку эффективности предпринимаемых Союзом мер.

Ключевые слова: УЕФА, международные спортивные организации, гуманитарная деятельность, расизм, безопасность.

Abstract. The article examines the main areas of humanitarian activities of the Union of European Football Associations (UEFA), which is one of the largest regional sports organizations. The article particularly focuses on the analysis of humanitarian projects implemented by the Union and the assessment of efficiency of measures which are taken by the Union.

Keywords: UEFA, international sports organizations, humanitarian activities, racism, security.

Международные спортивные организации на сегодняшний день являются ключевыми институтами в системе международных спортивных связей. Помимо того, что они играют далеко не последнюю роль в установлении и налаживании отношений между различными государствами и народами, в последнее время к основным функциям международных спортивных организаций добавляются новые, прежде не характерные для их деятельности. К ним относится и деятельность гуманитарного характера, так как решение гуманитарных вопросов и проблем на сегодняшний день остаётся как никогда актуальным. Среди крупнейших региональных спортивных организаций своей гуманитарной деятельностью особенно выделяется Союз европейских футбольных ассоциаций или УЕФА, занимающийся развитием самого популярного вида спорта на планете – футбола. В целом гуманитарная деятельность УЕФА представляет собой довольно обширный комплекс мер в различных областях, основными из которых являются борьба с дискриминацией и расизмом, обеспечение безопасности игроков и болельщиков, поддержка особых социальных групп, а также пропаганда здорового образа жизни.

Традиционно одно из первых мест в списке приоритетов в гуманитарной деятельности международных спортивных организаций занимает борьба с расизмом и нетерпимостью в спорте, в частности, в футболе. И это неслучайно. В трудах многих исследователей спорта как глобального феномена выражается единое мнение, что спорт невозможно оценивать только с одной стороны. Научное сообщество привыкло к положительной оценке спорта и его влияния на международные отношения, и, как правило, большинство источников придерживается позиции, выраженной Генеральным секретарём ООН Кофи Аннано на

международной конференции «Воспитание и спорт для культуры и мира» (Париж, 5-7 июля 1999 г.): «...В спорте проявляется возможность превзойти национальные, политические, этнические и культурные различия. <...> Спорт выступает как способ налаживания взаимоотношения между людьми. <...> Это очень мощное оружие в войне против дискриминации и насилия» [16, с. 51]. Однако придерживаться такой идеалистической точки зрения в сегодняшних условиях было бы крайне неразумно, и совершенно логичным представляется вопрос, которым сейчас задаются многие: не противоречит ли соревновательный характер спорта реализации в системе международных отношений таких гуманистических ценностей, как мир, дружба, взаимопонимание, толерантность, ненасилие и др.?

Ещё в 30-е годы XX века британский писатель Олдос Хаксли (Aldous Huxley) писал: «В мире, который не имеет общей религии или философии жизни, но где каждая национальная группа практикует свое собственное частное идолопоклонство, международные футбольные матчи и атлетические соревнования не могут принести почти ничего другого, кроме вреда» [16, с. 55]. Немало десятилетий прошло с момента написания этих строк, но, к сожалению, отчасти они остаются актуальными и сегодня. Следовательно, очевидно, что пропаганда и воспитание в игроках и болельщиках благородного отношения к соперникам становится первоочередной задачей международных спортивных организаций, и УЕФА не является исключением.

В первую очередь необходимо отметить сотрудничество УЕФА и FARE – сетью национальных меньшинств, групп поддержки, неправительственных организаций (НПО), народных клубов и активистов, которые объединяют усилия на местном, национальном и международном уровнях для борьбы с дискриминацией в футболе. Совместно УЕФА и FARE проводят конференции «Вместе против расизма», организуют акции, такие, как Неделя FARE. В ходе Недели FARE проводятся различные мероприятия, как, например, турниры, дебаты и прочие акции. В 2013 году в ходе очередной недели FARE на всех стадионах, где с 22 по 24 октября проходили еврокубковые матчи, был показан снятый УЕФА ролик, в котором видные фигуры из мира футбола выразили поддержку кампании. Капитаны всех команд вышли на поле с повязками с символикой кампании «Нет расизму» [8]. Среди прочих свою поддержку кампании выразили такие звезды, как Лионель Месси, Йохан Кройфф и Франк Рибери. Многие клубы проявили собственную инициативу и сняли свои видео-ролики в поддержку кампании. Не остались в стороне и болельщики, что особенно выделяет данную акцию. Необходимо добавить, что в борьбе с расизмом и дискриминацией УЕФА также получает помощь от ФИФПро (FIFPro) – «организации, объединяющей футбольные профсоюзы со всего мира» [4, с. 39]. Перед финалом Лиги Европы УЕФА сезона 2009-2010 в Гамбурге УЕФА совместно с ФИФПро выпустил буклет с обращением к болельщикам и призывом присоединиться к борьбе с расизмом и нетерпимостью в футболе [22].

В 2013 году борьба УЕФА с расизмом вышла на новый уровень благодаря принятому в мае Дисциплинарному регламенту УЕФА. Более жёсткие санкции в борьбе с расизмом основаны на принципе «нулевой терпимости». Статья 14 нового Регламента оговаривает санкции, которые будут применены к клубам, футболистам и официальным представителям команд, замешанным в расизме. Игроки и официальные представители команды за расистское поведение могут получить как минимум 10-матчевую дисквалификацию, а руководители национальных ассоциаций или клубов могут быть отстранены от футбола на определённый период. Ужесточены и наказания для зрителей, уличённых в расизме. В случае первого инцидента часть трибун будет закрыта для болельщиков, а повторное нарушение приведёт к матчу без зрителей и штрафу в 50 тысяч евро [1].

Конкретный план действий по борьбе с различными видами дискриминации содержится в принятой в мае 2013 года Резолюции под названием «Европейский футбол объединяется против расизма» [13]. Резолюция содержит указания для судей, игроков, тренеров и клубов, какие меры должны быть предприняты в данном направлении. Помимо Резолюции, руководством к действию является выпущенное в 2003 году Руководство УЕФА по борьбе с расизмом [2]. Что примечательно, Руководство содержит не только конкретные рекомендации по проведению антирасистских акций, поддержанию порядка на стадионах, популяризации борьбы с расизмом в СМИ и т.д., но и историю расизма в футболе, и примеры расистских акций, когда-либо имевших место на футбольных матчах.

Пропагандистская деятельность УЕФА в сфере борьбы с расизмом, несомненно, приобрела значительный масштаб, однако, к сожалению, сказать, что действия Союза достаточно эффективны, нельзя. Об этом свидетельствует тот факт, что на всех уровнях соревнований, в том числе и на международном, время от времени происходят инциденты, связанные с расизмом. Невозможно не упомянуть в качестве примера недавний случай, который достаточно широко освещался в СМИ, с участием футболиста из клуба «Манчестер Сити» Яя Туре. По словам Туре, во время матча Лиги чемпионов УЕФА между ПФК ЦСКА-Москва и «Манчестер Сити» на стадионе «Арена-Химки» в Москве с трибун в его адрес «раздавались оскорбления расистского характера» [11]. Помимо того, что в отношении ЦСКА было возбуждено дисциплинарное расследование, администрация УЕФА незамедлительно провела собственное внутреннее расследование, чтобы выяснить, почему матч не был остановлен и почему не были предприняты необходимые меры по задержанию нарушителей. В результате был освобождён от занимаемой должности организационный директор матча, который был повинен в том, что не дал соответствующее объявление по стадиону, а также Дисциплинарным комитетом УЕФА было принято решение закрыть одну из трибун на стадионе «Арена Химки» на ближайшем матче Лиги чемпионов с участием футбольного клуба ЦСКА [19]. Однако недисциплинированные болельщики так и не были найдены и наказаны, что заставляет усомниться в эффективности принятых в данном случае мер. В целом, лишь в немногих из подобных случаев нарушители, уличённые в неподобающем поведении, были найдены и понесли наказание, но это, как правило, случаи с участием нарушителей-футболистов, а не болельщиков. Кроме того, большинство таких случаев не попадало под юрисдикцию УЕФА, и расследованием занимались национальные футбольные федерации.

При итоговой оценке деятельности УЕФА по борьбе с расизмом и нетерпимостью необходимо рассматривать два аспекта. Первый – пропагандистская деятельность, который можно оценить однозначно положительно. Активность УЕФА в этом плане действительно заслуживает похвалы, так как, во-первых, она охватывает весь европейский континент, во-вторых, включает в себя разнообразные формы мероприятий, и, в-третьих, привлекает различные социальные группы, каким-либо образом связанные с футболом. Второй аспект – дисциплинарный, его, к сожалению, нельзя оценить однозначно. Деятельность Союза в данном случае ограничивается слабыми, неэффективными мерами, которые не приносят должных результатов. Другими словами, УЕФА следует привести в соответствие принципы, которые он провозглашает в теории, с действиями, реализуемыми на практике.

Безопасность игроков и болельщиков – ещё одна чрезвычайно важная проблема гуманитарного характера, которая не могла остаться без внимания УЕФА. По некоторым данным, за минувшие сто лет в результате различных происшествий, связанных с проведением только футбольных матчей, погибли около 6 тысяч и получили ранения свыше 7 тысяч человек [7, с. 100]. Причём причиной жертв являлась как небезопасная конструкция

стадионов, так и поведение разъярённых болельщиков. Сегодня звучат заявления о том, что хулиганство футбольных болельщиков стало угрозой национальной безопасности целого ряда стран, таких как Германия, Италия, Испания, Голландия и др. [7, с. 100]. Приведём лишь несколько наглядных примеров того, как в XX веке халатность организаций и клубов, в том числе и УЕФА, приводили к массовым человеческим жертвам.

В 1946 году 33 человека погибли под обрушившейся стеной стадиона во время матча на Кубок Футбольной ассоциации в Англии между «Болтоном» и «Стоком» [12, с. 23]. В 1960-х годах более 600 болельщиков погибли в инцидентах на стадионах [12, с. 27]. Причинами гибели людей были как небезопасные конструкции стадионов, так и беспорядки на трибунах. Однако ни ФИФА, ни новообразованный УЕФА, ни даже сами клубы-хозяева стадионов не предпринимали никаких мер. Клубы тратили всё более крупные суммы на талантливых игроков, но упорно отказывались выделять средства на обеспечение безопасности, что снова и снова приводило к катастрофическим последствиям. В 1971 году 66 зрителей погибли и 150 – получили травмы, спускаясь с крутой лестницы после матча «Рейнджерс – Селтик» на стадионе «Айброкс Парк» в Глазго [12, с. 29].

80-е годы XX столетия стали кульминацией в истории трагедий на футбольных стадионах. В 1982 году в Москве на обледенелых трибунах и лестницах стадиона им. Ленина во время матча на Кубок УЕФА «Спартак» – «Хаарлем» погибли более 300 советских болельщиков [12, с. 30]. В 1985 году 56 футбольных фанатов сгорели заживо, около 200 получили травмы, когда на стадионе «Брэдфорд Сити» в Англии загорелась старая деревянная трибуна [12, с. 30]. Невнимание к обеспечению безопасности стало причиной трагедии в Брюсселе на матче финала Кубка европейских чемпионов в том же 1985 году, когда болельщики «Ливерпуля», спровоцированные фанатами «Ювентуса», снесли непрочную решетчатую ограду, разделявшую сектора, и ринулись на болельщиков противника. Последних оттеснили к несущей стене, которая не выдержала напора и рухнула, став причиной гибели 39 фанатов «Ювентуса». Поразителен тот факт, что матч, несмотря на жертвы, не был прерван, и за это впоследствии УЕФА и её секретаря Ханса Бангертера привлекли к ответственности в бельгийском суде [12, с. 30].

Реальные меры последовали только после очередной катастрофы, хорошо известной всем футбольным болельщикам. В 1989 году 95 болельщиков «Ливерпуля» были затоптаны насмерть перед матчем с «Ноттингем Форест» на стадионе «Шеффилд Веднсдейз Хиллсборо». Причиной стали грубые нарушения полицейскими основных правил безопасности. После данного происшествия были предприняты радикальные меры: по требованию премьер-министра Великобритании Маргарэт Тэтчер был составлен «Отчёт Тэйлора», в котором матчи высшей лиги предписывалось проводить на стадионах только с сидячими местами [12, с. 31]. Данное требование было поддержано УЕФА, и новые стадионы начали строить по всей Европе. Именно с этого момента Союз всерьёз начал заниматься вопросами безопасности на стадионах в Европе и продолжает работу на данном направлении и по сегодняшний день.

В структуре УЕФА за деятельность в данном направлении отвечает Комитет по делам безопасности и стадионам. Работу Комитета можно рассмотреть по двум направлениям: 1) определение системы мер по организации работы с болельщиками и их объединениями; 2) разработка комплекса мер по улучшению общественной безопасности на объектах спорта [7, с. 100]. В рамках первого направления одним из важных решений Комитета было начать рассаживать противоборствующих команд на максимально удалённом расстоянии друг от друга. Кроме того, УЕФА следит за тем, чтобы клубы проводили работу со своими фанатами

и пропагандировали правомерное поведение во время матчей.

В рамках второго направления особенно выделяется подготовка стюардов, следящих за безопасностью во время матчей. В этом плане стоит отметить проект в области обеспечения безопасности во время финальной стадии Чемпионата Европы-2012, который был совместно разработан Комитетом УЕФА по стадионам и безопасности и панъевропейской группой экспертов по безопасности в футболе Think Tank. Основная цель программы – «обучение полиции посредством мультимедийных презентаций по целому ряду ключевых тем, практических наблюдений на крупных футбольных матчах и интерактивной проработки различных ситуаций» [21]. Также в 2012 году при участии специалистов УЕФА, Футбольного союза Сербии (ФСС) и представителей сербского правительства стартовала в Сербии программа, включившая недельные занятия. В них приняло участие 30 человек со стороны МВД Сербии и ФСС, которые в дальнейшем будут инструктировать стюардов, работающих на футбольных матчах на территории страны [17]. По словам вице-премьера Сербии Ивицы Дачича, данная программа «повысит <...> возможности правильно реагировать на проблемы, связанные с беспорядками на футболе» [17]. Нужно отметить, что в связи с известной агрессивностью сербских фанатов необходимость проведения данной программы именно в Сербии, бесспорно, очевидна, хотя, на наш взгляд, такого рода проекты были бы уместны и в других странах-членах УЕФА.

Представляется целесообразным выделить в качестве отдельного аспекта сотрудничество УЕФА с Европейским союзом (ЕС). К примеру, прошедший в марте 2012 года в Нидерландах пятидневный образовательный семинар для сотрудников полиции из 20 стран получил финансовую поддержку ЕС. Семинар стал частью масштабной программы, в рамках которой всего к осени 2012 года обучение прошли 250 сотрудников полиции [14]. Также совместно с ЕС УЕФА проводит ежегодные конференции по вопросам безопасности.

Ко второму направлению также относится консультативная деятельность УЕФА, которая проявляется в выпуске специальных руководств по строительству стадионов, консультации со странами-организаторами различных турниров и т. д. Например, в Справочнике УЕФА по качеству стадионов [15] отражены рекомендации по всем аспектам строительства стадионов, начиная от стратегии материально-технического обеспечения и заканчивая торжественным открытием объекта. Для того чтобы строители новых сооружений получили «наглядное представление о высококачественных проектах европейских стадионов, различающихся по времени создания, масштабам и географическому положению» [15, с. 120], в конце справочника приведены пять примеров стадионов Европы, построенных «по самым высоким стандартам» [15, с. 120].

Из вышесказанного можно сделать вывод, что Союз проводит достаточно активную работу по содействию обеспечению безопасности на европейских стадионах. Несмотря на то, что большая часть ответственности в данной области лежит на клубах-владельцах стадионов и национальных федерациях, УЕФА принимает все необходимые меры по оказанию помощи и тем, и другим. Результатом этой деятельности можно считать практически полное отсутствие за последние 20 лет масштабных катастроф, связанных с небезопасностью конструкций европейских стадионов [10]. Однако Союзу необходимо продолжать активную работу по наведению порядка на футбольных трибунах, так как проблема хулиганства и столкновений между болельщиками во время матчей, к сожалению, остаётся актуальной.

Наконец, третье важнейшее направление гуманитарной деятельности УЕФА, как и любой современной международной спортивной организации, – реализация в спорте прав особых категорий населения: детей и подростков, инвалидов, а также работа, направленная на их

разноплановую поддержку.

В отличие от проблем, уже рассмотренных в данной статье, проблема детского и юношеского спорта всегда была на повестке дня УЕФА, начиная с первых лет деятельности Союза. Деятельность УЕФА в данной сфере долгое время сводилась лишь к созданию и организации отдельных турниров для юниоров (до 17 лет) и молодёжи (до 21 года). Однако, в связи с активным включением детских и юношеских соревнований в систему международного спортивного движения, возник вопрос о необходимости формирования соответствующей воспитательной среды в соревновательном процессе [16, с. 204]. Так, деятельность УЕФА приобрела новый вектор – воспитание подрастающего поколения и забота о нём, в частности, о его здоровье. В первую очередь, хотелось бы отметить кампанию «Уважение» («Respect»), которая имела место во время Чемпионата Европы-2012. Кампания «подчеркивает неослабное стремление УЕФА бороться с дискриминацией в любой ее форме, заботиться о болельщиках с ограниченными физическими возможностями, пропагандировать здоровый образ жизни посредством физической активности и стимулировать межкультурный диалог между болельщиками и городами ЕВРО» [9]. Под эгидой кампании были объединены четыре программы. Одна из них – «Уважай свое здоровье» («Respect your Health-Euroschools 2012») – была призвана пропагандировать здоровый образ жизни среди детей и их семей, делая акцент на профилактике курения, здоровом питании, умеренном потреблении алкоголя и пропаганде физической активности. В рамках программы в городах Польши и Украины, которые принимали матчи Чемпионата, проводились соревнования для детей, семинары и уроки в школах, были организованы специальные оздоровительные лагеря и т. д. Для того, чтобы наглядно ознакомить детей с принципами здорового образа жизни и объяснить, почему так важно его придерживаться, был выпущен специальный «Гид» («Guide») [23] – своеобразное руководство для ребёнка по ведению здорового образа жизни, а также активному взаимодействию с обществом.

Весьма интересной представляется ещё одна форма пропаганды здорового образа жизни среди детей, а именно выпуск в сентябре 2008 года поваренной книги для детей «Ешь и забивай!» («Eat for Goals!») [5]. Книга, выпущенная УЕФА совместно с федерацией World Heart и Европейской комиссией, направлена на борьбу распространённой среди детей в Европе болезни – ожирение. Книга содержит рецепты любимых блюд 13 футболистов и футболисток мирового уровня; кроме того, в ней даются советы по правильному питанию и рассказывается о пользе физических упражнений. Издание получило большое количество одобрительных отзывов. Стоит отметить, что, несмотря на то, что целевая аудитория издания – дети от пяти до одиннадцати лет, УЕФА заявляет, что оно подойдёт всем, «кто хочет узнать больше о сбалансированном питании» [5].

Помимо этого, УЕФА сотрудничает с различными неправительственными организациями и помогает им в проведении мероприятий для детей из разных стран Европы. Так, Союз поддерживает партнёрство с программой Футбольных школ «Open Fun» [20], запущенной в 1998 году и направленной на организацию школ в регионах Европы, где недавно шли военные действия. Также ключевым партнёром УЕФА является организация «Terre des hommes» (TDH), вместе с которой Союз осуществляет проект «MOVE» [18] – комплекс мероприятий, привлекающих детей разного этнического происхождения из Румынии, Молдовы и Албании к занятию спортом. Ко всему прочему стоит добавить, что Союз широко практикует деятельность по поддержке детей-сирот, главным образом, путём предоставления им возможности бесплатного посещения матчей международного уровня.

Следующая категория населения, поддержка которой является важным аспектом для УЕФА –

люди с ограниченными возможностями здоровья. Работа имеет два вектора: 1) обеспечение условий для болельщиков и игроков данной категории; 2) благотворительность. Говоря о первом векторе, необходимо упомянуть об уже названной кампании «Уважение» и её части – программы «Уважай безбарьерность» («Respect Inclusion»), которая была реализована во время Чемпионата Европы-2012 совместно с Центром доступа к футболу в Европе (Centre for Access to Football in Europe, SAFE). За счёт специально созданных путеводителей болельщикам с ограниченными возможностями был облегчён доступ к футбольным объектам; кроме того, параллельно с матчами турнира были проведены выставочные матчи с участием спортсменов с ограниченными возможностями. Данные мероприятия были призваны по словам А. Шармаха, посла ЕВРО-2012, «показать болельщикам и спортсменам, что люди с ограниченными возможностями тоже могут заниматься спортом и быть частью футбола наравне со всеми <...>» [3].

Что касается благотворительности, в этом плане УЕФА оказывает финансовую поддержку большому количеству организаций, которые борются с различного рода заболеваниями. Среди данных организаций: Национальная ассоциация для болельщиков с ограниченными физическими возможностями, Европейская ассоциация по борьбе с лейкодиistroфией (ЕАБЛ), Ассоциация спорта и досуга для больных церебральным параличом (The Cerebral Palsy International Sports and Recreation Association, CPISRA), Фонд Стефано Боргоново, Teenage Cancer Trust и др.

Помимо вышесказанного, необходимо также сказать о деятельности УЕФА по борьбе с бедностью. Союз поддерживает проведение так называемых ежегодных Матчей против бедности, проходящих под эгидой Программы Развития Организации Объединенных Наций (ПРООН). Главная задача Матчей – знакомство общественности с Целями развития тысячелетия и мобилизация ресурсов, которые пойдут на поддержку проектов, направленных на борьбу с бедностью. Вся прибыль, получаемая от спонсоров, продажи билетов и прав на трансляцию, а также в качестве добровольных пожертвований, направляется на борьбу с бедностью. К примеру, в 2010 году основная часть средств была потрачена на помощь миллионам пострадавших от землетрясения на Гаити в январе и от наводнений в Пакистане летом [6].

Стоит подчеркнуть, что перечисленные проекты и программы составляют далеко не полный список, характеризующий деятельность УЕФА в исследуемом направлении. Однако автору данной статьи именно указанные проекты представляются наиболее эффективными и полезными для изучения. В целом же деятельность УЕФА по поддержке и оказанию помощи таким слоям населения, как дети и подростки, люди с ограниченными возможностями здоровья, а также малоимущие граждане, заслуживает высокой оценки. Особенно примечательна работа с подрастающим поколением, которая характеризуется многообразием, креативностью и крупным масштабом. Однако дать в целом оценку результатам данной работы можно будет не раньше, чем через десятилетие, когда поколение, с которым УЕФА работает сегодня, достигнет зрелого возраста. Что касается работы с двумя другими категориями, можно сказать, что основной её формой является финансовая поддержка, а также сотрудничество с другими неправительственными гуманитарными организациями. УЕФА мало уделяет внимания организации собственных проектов в данной сфере, но, с другой стороны, оказывает существенную материальную помощь, что также заслуживает одобрения.

При анализе гуманитарного аспекта в деятельности УЕФА по конкретным направлениям становится очевидным, что её эффективность и масштабы различаются в зависимости от

направления. Можно сказать, что обеспечение безопасности для УЕФА является приоритетным вопросом, и на сегодняшний день есть подтверждения реальной эффективности мер, предпринимаемых в этой сфере. В то же время Союз объявляет непрерывную борьбу с расизмом и нетерпимостью своим приоритетом, однако действия, осуществляемые в рамках данной области, не представляются достаточно результативными, хотя и характеризуются широким масштабом и разнообразием. Что касается таких гуманитарных вопросов, как социализация детей и подростков, помощь лицам с ограниченными возможностями и малоимущим и т. д., можно утверждать, что УЕФА стабильно оказывает финансовую помощь указанным категориям, чего в большинстве случаев бывает достаточно. Таким образом, некоторые проблемы, как, например, расизм и нетерпимость в отношении игроков, остаются нерешёнными в силу недостаточных конкретных мер, принимаемых в отношении нарушителей. В целом же усилия УЕФА в гуманитарном направлении заслуживают высокой оценки при наличии указанных оговорок.

Список источников и литературы:

1. Вместе против расизма. // UEFA.org. URL: <http://ru.uefa.org/socialresponsibility/antiracism/news/newsid=1987387.html>. Дата обращения: 2.02.2014
2. Вместе против расизма в Европе. Рекомендации УЕФА. URL: <http://ru.uefa.org/newsfiles/82820.pdf>. Дата обращения: 2.02.2014.
3. Выставочные матчи на ЕВРО-2012. // UEFA.org. URL: <http://ru.uefa.org/socialresponsibility/respect/news/newsid=1829608.html>. Дата обращения: 2.02.2014.
4. Гужов А. А. Профессиональные союзы в спорте: история и современность // Спорт: экономика, право, управление: Науч.-практ. и информ. изд. - 2010, № 4. С. 26-30.
5. "Ешь и забивай!" в мягкой обложке. // UEFA.org. URL: <http://ru.uefa.org/socialresponsibility/eatforgoals/news/newsid=1568428.html>. Дата обращения: 2.02.2014.
6. Звёзды помогли борьбе с бедностью. // UEFA.org. URL: <http://ru.uefa.org/socialresponsibility/charity/news/newsid=1579057.html#звезды+помогли+борьбе+бедностью>. Дата обращения: 2.02.2014.
7. Иглин А. В. Проблемы безопасности в спорте. // Симбирский научный вестник. 2012, №4 (10). С. 122-124.
8. Итоги Недель FARE по борьбе с расизмом. // UEFA.org, 1.11.2013. URL: <http://ru.uefa.org/socialresponsibility/antiracism/news/newsid=2017877.html>. Дата обращения: 2.02.2014.
9. Кампания "Уважение". // UEFA.org. URL: <http://ru.uefa.org/socialresponsibility/respect/index.html>. Дата обращения: 2.02.2014.
10. Крупные ЧП во время футбольных матчей в мире в 1902-2012 гг. // РИА Новости. URL: <http://ria.ru/spravka/20121020/904205544.html>. Дата обращения: 19.02.2014.
11. Расследование дела в Химках. // UEFA.org. 30.10.2013. URL: <http://ru.uefa.org/disciplinary/news/newsid=2017373.html>. Дата обращения: 2.02.2014.

12. Реднидж К. Футбол. / пер. с англ. У. В. Сапциной, О. В. Павловой. – М.: ЗАО «РОСМЭН-ИЗДАТ», 2007.
13. Резолюция: Европейский футбол объединяется против расизма. URL: http://ru.uefa.org/MultimediaFiles/Download/EuroExperience/uefaorg/Anti-racism/01/95/54/86/1955486_DOWNLOAD.pdf. Дата обращения: 2.02.2014.
14. Семинар для сотрудников полиции. // UEFA.org. URL: <http://ru.uefa.org/footballfirst/matchorganisation/stadiumsecurity/news/newsid=1766834.html>. Дата обращения: 2.02.2014.
15. Справочник УЕФА по качеству стадионов. URL: <http://s-bc.ru/issueview/3916bf70-files/Справочник%20УЕФА%20по%20качеству%20стадионов.pdf>. Дата обращения: 2.02.2014.
16. Столяров В. И., Баринов С. Ю., Орешкин М. М. Современный спорт и олимпийское движение в системе международных отношений: Учебное пособие. – М.: «Анкил», 2009.
17. Стюардов готовят в Сербии. // UEFA.org. URL: <http://ru.uefa.org/footballfirst/matchorganisation/stadiumsecurity/news/newsid=1801144.html>. Дата обращения: 2.02.2014.
18. Футбол воспитывает уважение. // UEFA.org. URL: <http://ru.uefa.org/socialresponsibility/corepartnership/news/newsid=1790058.html>. Дата обращения: 2.02.2014.
19. ЦСКА наказан за расизм частичным закрытием стадиона. // Би-Би-Си. Русская служба. 30.10.2013. URL: http://www.bbc.co.uk/russian/sport/2013/10/131030_russia_cska_verdict.shtml. Дата обращения: 2.02.2014.
20. Школы во благо мира. // UEFA.org. URL: <http://ru.uefa.org/socialresponsibility/corepartnership/news/newsid=2028551.html>. Дата обращения: 2.02.2014.
21. Эксперты продолжают учиться. // UEFA.org. URL: <http://ru.uefa.org/footballfirst/matchorganisation/stadiumsecurity/news/newsid=1623453.html>. Дата обращения: 2.02.2014.
22. Hamburg 2010: the final challenge. Fan Leaflet. URL: http://www.uefa.com/MultimediaFiles/Download/Publications/competitions/-Publications/01/47/93/04/1479304_DOWNLOAD.PDF. Date of access: 2.02.2014.
23. Respect your health. Guide. URL: http://respectyourhealth.eu/htdocs/files/download/Respect_your_Health_guide-Euroschoools_2012.pdf. Date of access: 2.02.2014.

Виктория Быкова

Санкт-Петербургский государственный университет
viktoriab@list.ru

Проблема спонсорства в Олимпийском движении

Аннотация. В статье рассматривается финансовая составляющая функционирования спортивной дипломатии на примере спонсорства спортивных мероприятий в рамках Международного Олимпийского движения. Автор обращается к статистическим данным о проведении Олимпийских игр недавней истории, отчетам спонсирующих их транснациональных корпораций, теоретическим разработкам в области спортивного маркетинга и спортивной дипломатии, а также наглядным примерам крупных событий, освещенных в наиболее авторитетных СМИ. Уделено внимание положению спонсорства в рамках теоретических основ спортивного маркетинга и его влияния на спортивную дипломатию в целом. В качестве основного ставится вопрос о роли спонсорства в Международном Олимпийском движении и его эффектах.

Ключевые слова: спортивная дипломатия, спортивный маркетинг, олимпийский маркетинг, «мягкая сила», спонсорство, Олимпийские Игры.

Abstract. In this article, financial aspect of sport diplomacy's implementation is considered in the form of International Olympic Movement's sponsorship. The author refers to recent statistics of Olympic Games, reports of multinational corporations as major sponsors, theoretical framework of sport marketing and sport diplomacy, and significant events in this sphere highlighted by the respected Mass Media. Special attention is paid to the role of sponsorship in the light of sport marketing theory, and to its influence over sports diplomacy as a whole. The most crucial issue brought about in this article is the role of sponsorship in International Olympic Movement and its consequent effects.

Keywords: sport diplomacy, sport marketing, Olympic marketing, “soft power”, sponsorship, Olympic Games.

Популяризация использования методов спортивной дипломатии для осуществления внешнеполитических задач государства представляет собой одну из актуальнейших тенденций современного мирового развития.

В рамках внутренней структуры функционирования спортивной дипломатии государством, как правило, ставятся долгосрочные цели – укрепление «мягкой силы» в рамках общей внешнеполитической линии, повышение внимания отечественной и зарубежной общественности как к спорту в целом, так и к отдельным его мероприятиям. Данные задачи могут быть рассмотрены с макроэкономической точки зрения в рамках функционирования спортивного маркетинга: как известно, главной его задачей выступает также популяризация спортивных мероприятий, однако целью здесь выступает повышение уровня продаж как компаний-организаторов, так и иных, ассоциированных с ними через продажу сопутствующей продукции. Рассмотрение механизмов спортивного маркетинга позволяет изнутри взглянуть на деятельность других крупных игроков спортивной дипломатии – бизнес-структур, которые находятся, как может показаться, в совершенно иной плоскости

интересов.

Наиболее интересным для анализа и актуальным для рассмотрения в рамках современной международной политической обстановки компонентом является спонсорство спортивных мероприятий. Не секрет, что в последнее время идеалистическая составляющая спонсорства претерпевает коренные изменения: если ранее оно обладало исключительно филантропичным характером и вписывалась в область определения благотворительности, то сейчас такого утверждать нельзя: цели и ожидания от спонсорства оказались существенно преобразованы и изменены [11, р. 8].

Как правило, в настоящее время под спонсорством понимают «право присоединиться или напрямую ассоциироваться с продуктом (товаром) или событием с целью получения определенных выгод, полученных в результате этого сотрудничества или ассоциации» [10, р.315]. Чтобы быть более конкурентоспособными, компаниям приходится прибегать к изощренным формам рекламы своей продукции, которая бы позволяла установить более тесное общение с существующим и потенциальным потребителем [13, р. 263]. Так, в контексте функционирования спортивной дипломатии, спонсорство спортивных мероприятий крупными компаниями, имеющее собственные цели, может приводить к конфликту интересов с государствами, принимающими крупное спортивное мероприятие в целом.

Наиболее интересным и наглядным объектом для анализа является проблема спонсорства в контексте проведения Олимпийских Игр. Данное спортивное мероприятие мирового масштаба зародилось как символ мира и согласия между странами, их единения и общепризнанный отказ от войн, пусть даже на небольшой промежуток времени и на ограниченной территории, как средства проявления естественной человеческой агрессии с заменой на честное спортивное состязание, способствующее укреплению и национального духа, и космополитических воззрений. В настоящий момент, с учетом современной экономизации международных отношений, Олимпийскому движению придается совершенно иной характер, выражающийся в рассмотрении его бизнесом как основной площадки для реализации своих интересов.

В процентной структуре финансирования Международного Олимпийского комитета отмечается, что половину средств, полученных для проведения одной Олимпиады, составляют доходы от прав на транслирование мероприятий в сравнении с 40% доходов от спонсоров [2]. Однако именно данный источник финансирования представляет собой наиболее интересный объект для анализа. Несмотря на то, что особый акцент делается на спонсорстве транснациональных корпораций, программа государственно-частного партнерства также доказывает свою эффективность на современном этапе организации спортивных мероприятий, поэтому также заслуживает особого внимания.

Самая дорогая за всю свою историю Олимпийские игры в Пекине имели бюджет в 43 млрд долларов, что является мировым рекордом по расходам. К Олимпиаде в 2008 году было возведено 12 новых объектов, обновлено 11 и установлено 8 временных, в изготовлении которых были использованы новейшие, в том числе, «экологически чистые» технологии. Финансовые вложения Китая и стремление его воплотить в большей мере теоретические концепции «мягкой мощи» и возможности олимпийской дипломатии в форме усиления влияния на мировой арене, демонстрации достойного технологического уровня в развитии науки и техники в целом, быстрых темпов экономического роста, богатого культурного наследия и т.д. [5].

Анализируя прибыльность и убыточность для страны Олимпийских игр в целом и учитывая отрицательный опыт стран, для которых проведение Игр было убыточным, в частности, недавний опыт Греции в 2004 г., где перерасход бюджета составил 796%, и весьма показательный пример Канады в 1976 г., когда страна оказалась в долгу, который выплачивала в течение тридцати лет [5], можно легко оценить степень риска, которому была подвержена такая относящаяся к категории развивающихся страна, как Китай. Журналистское исследование показывает, что олимпийские объекты в полной мере окупают себя, поскольку в них нашел применение туристический бизнес, а также другие спортивные мероприятия, проводятся соревнования и развлекательные услуги для населения. Маркетинговый план Олимпиады был настолько удачен, что процент продажи билетов составил 95, 6% [5]. Расширенное в процессе подготовки к мероприятию метро функционирует на отменном уровне, вдвое выросла мощность энергосистемы как следствие строительства большего числа электростанций. Традиционная для Китая экологическая проблема в форме смога начала обретать своё решение посредством увеличения линий дорог. Несмотря на то, что доля государственного финансирования Китая была достаточно высока, интерес к инвестициям со стороны иностранных компаний также оказал благоприятное воздействие на итоги проведения Олимпийских игр. Исследование, проведенное на основе сопоставления последствий проведения Олимпиад на протяжении всей истории их существования, показало, что при преобладании государственного финансирования события чаще всего не достигают отметки окупаемости. Однако в случае с Китаем взвешенное партнерство и государства, и бизнеса, позволили воплотить в жизнь государственные надежды и намерения, связанные с фактом проведения Олимпиады [7].

Ввиду масштабной маркетинговой компании одного из главных постоянных спонсоров Международного Олимпийского комитета компании Coca-cola, посредством поддержки Олимпийских игр в Пекине в 2008 году удалось охватить аудиторию страны-хозяина в 500 миллионов человек [18], а компания Nielsen признала её «самым узнаваемым и эффективным спонсором олимпийских игр в Пекине 2008» [15].

Активизация деятельности корейской корпорации Samsung, главного мирового партнера Олимпийских игр, наблюдалась с особой четкостью в 2008 г.: компания искала способ воспользоваться любыми возможностями для участия в масштабной китайской модернизации, а опыт участия в подготовке Олимпийских игр в Сеуле добавлял уверенности в перспективах помощи в этом процессе Пекину. В результате подобных актов сотрудничества двусторонняя торговля Китая с Южной Кореей достигла объемов в 156 миллиардов долларов и продолжила своё увеличение до 200 к 2012 году [17, р. 4]. Улучшившиеся экономические отношения повлекли за собой более тесные связи: главы государств подписали несколько экономических договоров и заговорили об инвестициях в энергетику, связь, финансовый сектор и транспорт, в также добились участия Северной Кореи в строительстве в Китае ядерной электростанции.

Обращаясь непосредственно к политическим целям, в планах правительства Северной Кореи было закрепить пост-Олимпийские выгоды обещаниями Китая в разрешении проблем северокорейских беженцев, которая заключалась в отсылке их на родину против воли [17, р. 5]. Олимпийские игры в Пекине стали показательным примером перерастанием экономического участия мирового спонсора Олимпийских игр в процессе их подготовки в полноценную тенденцию к улучшению Южнокорейско-китайских отношений в области экономики, эволюционировавших затем в политическую сферу.

Переходя к примеру Лондонских Олимпийских игр 2012 года, можно отметить, что в

идеологическом плане у Великобритании не была поставлена столь масштабная задача, нежели у Китая: у страны не было потребности впервые заявить о себе на весь мир, главной задачей, скорее, было показать стабильный уровень политического и экономического развития, укрепить доверие мировых инвесторов к своей национальной валюте, сохранить и преумножить уже имеющийся «мягкосиловой потенциал». Инфраструктура в Лондоне уже была достаточно хорошо развита, поэтому на подготовку к проведению Олимпиады ушло не более 10 млрд фунтов стерлингов [3]. Данный пример наиболее показателен ввиду отношений со спонсорами – главными партнерами МОК. Так, креативность маркетинговых кампаний главных партнеров МОК вышла на новый уровень, создав у телезрителей запоминающиеся образы, и, соответственно, способствовал повышению узнаваемости бренда и уровня продаж: так, в числе рекламных компаний-лидеров выделяют «Спасибо, мама» от Procter&Gamble, «Маленький побеждает» автомобильной марки Mini Cooper, которые были основаны на трогательных и понятных видеороликах, затрагивающих и эмоции каждого человека, и олимпийскую аудиторию в целом. Интересной предстала олимпийская кампания McDonald's «Выиграй, когда США выиграет золото», поскольку представляла в своей продукции только американских олимпийских спортсменов и основывалась на утверждении, что при успешном выступлении американского спортсмена потребитель, в чьих руках оказалось его изображение, также получает приз. Этот ход можно рассмотреть неоднозначно: стремление включить зрителей всех стран в процесс поддержки игроков американской сборной через финансовые стимулы является весьма смелым шагом, можно сказать, «тяжелой артиллерией» мягкой мощи. Именно этот факт влияния масштабных олимпийских спонсоров как выразителей интересов страны своего базирования может быть рассмотрен как столкновение интересов транснациональных корпораций и стран-хозяев Олимпийских игр.

Безусловно, одним из наиболее актуальных примеров для рассмотрения в данном контексте являются Олимпийские игры в Сочи - 2014. Россия ставила перед собой одной из важнейших целей повышение мирового престижа страны, укрепление ресурсов «мягкой силы» (категория, которая, в свою очередь, отражена в новой концепции внешней политики [10]), что подразумевало продвижение в мире культуры страны, демонстрация достижений в области научно-технического прогресса. Большая часть средств, выделявшихся на подготовку к Играм, была направлена на развитие инфраструктуры региона в форме строительства новых спортивных объектов. За всю историю проведения зимних Олимпийских игр Сочи 2014 г. стали самыми дорогими, затраты на их проведение по официальным заявлениям составили 50 млрд долларов [6]. Большие надежды связываются с дальнейшим функционированием олимпийских объектов в регионе и высокое их участие в поддержании высокого уровня развития спорта в стране.

В данном случае в рамках взаимодействия Оргкомитета Сочи - 2014 с глобальными партнерами МОК интересны, прежде всего, аспектом политическим: со стороны международной организации Human Rights Watch исходили неоднократные призывы в адрес глобальных спонсоров МОК к кардинальным изменениям против несоблюдения некоторых прав человека (в частности, введение закона о запрещении пропаганды однополых отношений [4]) в рамках проведения данного события [1], а также упоминалось о случаях протеста группой граждан США, выраженного компании Coca-Cola за сам факт участия в спонсировании «ущемляющего права» мероприятия [8].

Что касается непосредственно экономической деятельности спонсоров Олимпиады, самостоятельная область их конкуренции также имеет место быть: так, в СМИ говорится о настоящей «войне» компании Samsung, генерального спонсора МОК, против Apple, который

спонсором Олимпийских игр не является [9]. Учитывая неясность того утверждения, запрещал ли прямо Samsung использовать спортсменам продукцию других производителей (особо среди них выделялся Apple) или нет, при содействии МОК в области защиты прав спортсменов была сделана оговорка о том, что им нельзя использовать продукцию других производителей в рекламных целях, то есть, при использовании необходимо было закрывать логотип. Официальные заявления Samsung подтверждают данную политику [13], однако их маркетинговый ход, заключающийся в том, чтобы в качестве подарка каждому спортсмену преподнести Samsung Galaxy Note 3, возымел сильное действие, что заставило некоторых судить о небольшой победе корейской корпорации над своим американским конкурентом [13].

Таким образом, в контексте взаимодействия глобальных олимпийских партнеров и российской политики по проведению Игр в Сочи важно отметить повышенное внимание к политической линии России в отношении сексуальных меньшинств, которая, скорее всего, отрицательным образом скажется на ближайшем будущем американских транснациональных корпораций – мировых спонсоров Олимпийских игр (Coca-cola, McDonalds, VISA payment system) [13].

Итак, рассматривая сферу взаимодействия транснациональных корпораций и государства, можно убедиться в тесном переплетении экономических и политических намерений и эффектов, имеющих место быть в рамках такого масштабного события, как Олимпийские игры. Транснациональные корпорации, преследуя, прежде всего, экономические цели, могут подвергаться определённого рода давлению со стороны других международных организаций и странам своего базирования и зачастую, служить выразителем их главных интересов. В таком контексте Олимпийские игры можно рассматривать в качестве арены столкновения не только главных политических интересов непосредственно в них участвующих государств, но также латентного столкновения интересов экономических, что, в свою очередь, находит своё воплощение в совершенно другом наборе государств-участников.

Спонсорство спортивных мероприятий со стороны бизнес-структур является тем механизмом, который служит импульсом к установлению особого рода их отношений с государствами страны проведения и государствами базирования своих головных компаний. Рассмотрение практики взаимодействия спонсоров в рамках такого масштабного события, как Олимпийские игры, представляет собой перспективный материал для анализа. С точки зрения идеалистической составляющей данного события, выражающейся в громких речах и оглашении нерушимых идеалов спорта, спонсорство может быть рассмотрено как чужеродная сила, препятствующая их воплощению. Однако данное утверждение верно лишь отчасти: более глубокий анализ через призму спортивного маркетинга позволяет говорить о значимости роли спонсорства в популяризации спортивных мероприятий в мире, которое, в свою очередь, позволяет более эффективно использовать механизмы спортивной дипломатии для осуществления важных политических целей.

Список источников и литературы:

1. Гей-активисты в США призвали к бойкоту Coca-Cola, спонсирующей Олимпиаду в Сочи//газета.ru/http://www.gazeta.ru/business/news/2013/08/29/n_3144385.shtml// Дата обращения: 08.04.2014.
2. Исключение по правилам: Кирилл Журенков — о том, как Китай не разорился на Олимпиаде// Коммерсант.ru/http://www.kommersant.ru/doc/2330451// Дата обращения:

- 05.04.2014.
3. Концепция Внешней политики Российской Федерации 12 февраля 2013//http://www.mid.ru/brp_4.nsf/0/6D84DDEDEDBF7DA644257B160051BF7F// дата обращения: 05.04.2014.
 4. Корпорации должны обрести голос и поддержать правозащитную реформу МОК//Human Rights Watch – официальный сайт//<http://www.hrw.org/ru/news/2013/11/19/gossiya-olimpiiskie-sponsory-khranyat-molchanie-po-povodu-narushenii-v-sochi>// Дата обращения: 08.04.2014.
 5. Мишин Е.О. Проведение Олимпийских игр: доходы и расходы//<http://sibac.info/2009-07-01-10-21-16/50-2011-12-21-06-47-18/2011-12-21-06-47-43/2857-2012-05-27-05-34-53>//Дата обращения: 05.04.2014.
 6. Президент РФ подписал закон о запрете пропаганды гомосексуализма среди несовершеннолетних//ИА «ГАРАНТ»//<http://www.garant.ru/news/481391/>//Дата обращения: 07.04.2014.
 7. 2008 Annual Review: The Coca-Cola Company//Coca-Cola company// <http://www.coca-colacompany.com/investors/2008-annual-review/>//Date of access: 04.04.2014.
 8. Samsung победила Apple на Олимпиаде в Сочи// Новости Hi-Tech.Mail.Ru// <http://hi-tech.mail.ru/news/misc/samsung-sochi-2014.html>//Дата обращения: 07.04.2014.
 9. Did Samsung Demand Athletes Cover Apple iPhone Logos At 2014 Sochi Winter Olympics? IOC Denies Initial Reports// International Business Times// <http://www.ibtimes.com/did-samsung-demand-athletes-cover-apple-iphone-logos-2014-sochi-winter-olympics-ioc-denies-initial/>//Date of access: 08.04.2014.
 10. Dmitrii Medvedev's interview with CNN//http://article.wn.com/view/2014/01/22/Dmitry_Medvedevs_interview_with_CNN_Prime_Minister_of_the_Ru// Date of access: 20.02.2014.
 11. Mullin, Bernard J, Hardy, Stephen & Sutton, William A. (2007). Sport Marketing. 3rd ed. Champaign: Human Kinetics, cop. 2007.
 12. Oladunny Roselyn Abiodun. The Significance of Sponsorship as a Marketing Tool in Sport Events. 2011. //https://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/24945/Student_Abiodun_Oladunni.pdf// Date of access: 04.04.2014.
 13. Olympic sponsorship: Is it worth it?// CNNMoney – A service of CNN, Fortune and Money// <http://money.cnn.com/2014/01/29/news/companies/sochi-sponsors-investment/>//Date of access: 06.04.2014.
 14. Shank, Matthew D. (2009) Sports Marketing: A Strategic Perspective. 4th ed. Upper Saddle River (NJ): Pearson Prentice Hall: Pearson Education International cop. 2009.
 15. Snyder S. China-Korea Relations: Post-Olympic Hangover: New Backdrop for Relations// Comparative connections A Quaterly E-Journal on East Asian Bilateral Relations.//http://csis.org/files/media/isis/pubs/0803qchina_korea.pdf//Date of access: 07.04.2014.
 16. The Final Report of the IOC coordination commission. Games of the XXIX Olympiad, Beijing 2008// International Olympic Committee.

- [//http://www.olympic.org/Documents/Reports/EN/Br-Beijing-ENG-web.pdf](http://www.olympic.org/Documents/Reports/EN/Br-Beijing-ENG-web.pdf)// Date of access: 05.04.2014.
17. The London 2012 Olympic Games and Paralympic Games: post-Games review// National Audit Office [//http://www.nao.org.uk/wp-content/uploads/2012/12/1213794.pdf](http://www.nao.org.uk/wp-content/uploads/2012/12/1213794.pdf)//Date of access: 05.04.2014.
18. Who were the real winners of the Beijing Olympics? September, 2008.// Nielsen company//http://cn.en.nielsen.com/site/documents/Olympic_en.pdf//Date of access: 05.04.2014.

Анита Ковжик

Санкт-Петербургский государственный университет
annita.k@mail.ru

Правовая основа российско-испанского гуманитарного сотрудничества на современном этапе

Аннотация. В статье проводится анализ российско-испанских договоров и соглашений в области гуманитарного сотрудничества, являющегося основой двусторонних отношений данных государств в целом. Автор определяет основные направления и механизмы взаимодействия государств, акторов внешней культурной политики и значение гуманитарных вопросов в договорной системе. В статье приводится анализ разработанности культурно-гуманитарной сферы и оценка эффективности принятой документации.

Ключевые слова. Российская Федерация, Испания, российско-испанское гуманитарное сотрудничество, двусторонние соглашения, внешняя культурная политика.

Abstract. The article analyzes the Russian-Spanish treaties and agreements in humanitarian cooperation, which is the basis of bilateral relations of the two countries. The author identifies the main directions and mechanisms of interaction between the states, actors of external cultural policy and the role of humanitarian issues in the treaty system. The article provides an analysis of the degree of elaboration of cultural and humanitarian spheres and evaluation of bilateral documentation.

Keywords. The Russian Federation, Spain, the Russian-Spanish humanitarian cooperation, bilateral agreements, external cultural policy.

На современном этапе связи на высшем уровне между Россией и Испанией были установлены во второй половине 1970-ых годов, с падением диктатуры Франко. С этого момента, с «перевалочным» пунктом в 1990-ых, две страны уверенно движутся в направлении сближения своих политических позиций и укрепления дружбы и сотрудничества в различных сферах.

Начало же нового десятилетия ознаменовалось очередным этапом российско-испанских отношений, в том числе в гуманитарном аспекте. Необходимость поддержания и укрепления, в частности, культурного сотрудничества между двумя странами неоднократно выделялась различными государственными деятелями в качестве приоритетного направления развития двусторонних связей [5], [2]. Однако установление тесных культурных, гуманитарных и дипломатических связей в целом невозможно без создания прочного фундамента – нормативно-правовой базы сотрудничества.

Эта ступень также является самой сложной во внешнеполитической деятельности современных государств, так как гармонизации законодательств, дипломатических концепций и правовой базы в целом всё ещё нельзя назвать реальностью. В целом с момента установления дипломатических отношений в 1977 году [15] между Российским государством и Королевством Испания было подписано около полусотни договоров и соглашений, из них около десятка в гуманитарной сфере. Стоит отметить, что правовая база сотрудничества двух

государств сформирована достаточно практично и целенаправленно, включает различные аспекты культурно-гуманитарного взаимодействия и постоянно обновляется и дополняется. Подписание двусторонних соглашений о сотрудничестве [4] и стратегическом партнерстве [3] можно считать глубоким поворотным моментом в истории российско-испанских отношений, однако, если первый документ стал началом нового этапа, то второй призван стабилизировать и укрепить уже сложившуюся сеть международных связей. Именно на правовую базу начала XXI века должны опираться современные международные отношения.

Как уже было сказано, основными, контрольными точками развития двусторонних отношений России и Испании являются три (а вернее четыре) документа – собственно, взаимные ноты об установлении дипломатических отношений 1977 года [6], Договор о дружбе и сотрудничестве 1994 года и Декларация о стратегическом партнёрстве 2009 года. Впрочем, ноты от 1977 года не несли собственного смыслового характера, но именно они положили начало интенсификации сотрудничества между странами.

Договор о дружбе и сотрудничестве [4], подписанный Российской Федерацией и Испанией в апреле 1994 года закрепил основные направления российско-испанского партнёрства в условиях последних международных событий – распада Советского Союза и преемственности РФ, образования СНГ и ЕС. Это комплексный документ, фиксирующий заинтересованность государств в развитии сразу всех сторон сотрудничества, включая культурно-гуманитарную сферу. Этому вопросу посвящены в частности статьи X и XXI. В качестве приоритетных и поддерживаемых направлений провозглашаются художественный обмен, расширение связей в области науки, образования, спорта, особое внимание уделяется аспекту преподавания языков. Отдельной строкой прописана институциональная составляющая гуманитарного сотрудничества – расширение взаимодействия не только между правительствами стран, но и отдельными общественными учреждениями, фондами, ассоциациями, культурными центрами. В Договоре зафиксирована и особая роль научно-технического прогресса, и необходимость внедрения инновационных методов в процесс культурного обмена. В итоге, документ закрепил взаимное стремление России и Испании продолжать развивать двусторонние связи в том числе в гуманитарной сфере и дал толчок целому ряду отраслевых соглашений, учреждению новых внешнекультурных организаций и общему сближению.

Последним крупным межправительственным документом двух стран стала Декларация о стратегическом партнерстве [3], подписанная в марте 2009 года в Мадриде. Перевод двусторонних связей на стратегический уровень стал важнейшим шагом на пути стабилизации и укрепления не только непосредственно отношений России с Испанией, но и со всем Европейским Союзом. Прежде всего стоит отметить, что сам факт фиксирования гуманитарной сферы в двух статьях (4E, 4F) такого важного с политической точки зрения документа автоматически повышает в статусе отдельные отраслевые договоры и соглашения данной тематики.

Пункт 4E Декларации посвящен области науки и техники. Помимо стандартных строк о развитии фундаментальных и инновационных технологий, обмене информацией и опытом, в статье также фиксируется «активизация мобильности преподавателей и учёных» и установление прямых связей между научно-исследовательскими центрами и учебными заведениями двух стран. Это говорит о переходе к тесному сотрудничеству не только на государственном уровне, но и на региональном и институциональном. Принцип непосредственного взаимодействия отдельных организаций широко распространен в мире и, в частности, в Европе, теперь же он становится и российской реальностью.

Стратегия сотрудничества России и Испании в области культуры и образования зафиксирована в пункте 4F. Из общих направлений данной сферы выделяется вопрос распространения русского и испанского языков в странах-партнерах. Данное положение внешней культурной политики является приоритетным и для России, и для Испании, что зафиксировано в Концепции внешней политики РФ [7] и Национальном плане внешней культурной деятельности Испании [16] (пункт 4.). Кроме того, как и в предыдущем пункте, большое значение придается государственным институтам и неправительственным организациям, а также формированию прямых контактов между ними.

Анализ важнейших договоров между Россией и Испанией показывает, что гуманитарная сфера всё прочнее входит в повестку внешнеполитической деятельности стран. Мы видим, что научная, культурная и образовательная области находятся под особым контролем государств и поддерживаются на всех исполнительных уровнях. Предложенные документы в свою очередь обеспечивают основу для отраслевых, более детальных и прикладных двусторонних соглашений, которые будут рассмотрены далее.

Как уже было отмечено, строительство разветвленной договорно-правовой системы в сфере науки и культуры началось сразу после установления дипломатических отношений. В ближайшие годы было подписано сразу 4 межправительственных соглашения [14]. Если договоры о научном и культурном сотрудничестве, подписанные в 1979 и 1983 годах, носили скорее декларативный характер, то соглашение 1985 года представляло собой непосредственно программу деятельности двух государств на два ближайших года. Данная программа включала проекты по преподаванию языков, художественным обменам, взаимной передаче материалов национальных архивов и библиотек. И уже с начала 1980-ых все эти планы и задачи начали реализовываться. Однако, в активную фазу гуманитарное взаимодействие России и Испании вступило в 1990-ых.

Сфера культурного сотрудничества представлена в правовом аспекте наиболее широко. Мы подробно рассмотрим Соглашение о сотрудничестве в области культуры и образования 1994 года [12] и Соглашение о деятельности культурных центров 2001 года [11], а также проследим эволюцию культурного аспекта в договорной базе российско-испанских отношений.

Прежде всего стоит определить основные направления культурного сотрудничества, обозначенные в Соглашении в качестве приоритетных. Во-первых, к таковым относятся художественный обмен объектами культурного наследия, также специалистами в различных областях искусства. Во-вторых, организация совместных проектов на базе библиотек, музеев, галерей (включая договоренность по вопросу незаконного ввоза/вывоза предметов культурного наследия). В-третьих, раскрытие архивов и взаимный обмен материалами публичных библиотек. В-четвертых, открытие культурных центров и всесторонняя поддержка их деятельности. Важно отметить также особенность распределения задач по институтам внешней политики: координаторами двусторонних гуманитарных связей названы министерства иностранных дел России и Испании при образовании особой Смешанной российско-испанской комиссии, в качестве же исполнителей данной политики обозначены будущие культурные центры - представительства РФ и Испании – РЦНК и Институт Сервантеса соответственно, и отдельные общественные организации, фонды, культурные учреждения, чья самостоятельная роль во внешней культурной политике повышается.

Конкретно пункт о деятельности культурных центров спустя несколько лет был подкреплен самостоятельным Соглашением [11]. Данный документ предварял учреждение в Москве филиала Института имени Сервантеса [8] (на подготовку открытия Российского центра науки

и культуры в Мадриде потребовалось значительно больше времени [1]). Большая часть соглашения посвящена юридическим основам деятельности центров, нас же интересует политическая ниша, предоставленная данным институтам в деле развития и укрепления двустороннего сотрудничества.

Прежде всего, Соглашение определяет цель внешнекультурной деятельности центров – это распространение языка и культуры представляемой страны, а также предоставление общей информации о различных сторонах общественной жизни в данном государстве. В тексте документа закреплено определяющее значение покровительства государств данных центров и их поддержки. Оба представительства объявлялись находящимися под руководством дипломатических миссий государств, под непосредственным контролем министерств иностранных дел Испании и России (изначально предполагалось, что контроль над РЦНК будет осуществлять Правительство РФ, однако Протоколом от 2007 года данная обязанность была передана МИДу [9]). Статья 4 Соглашения дает детальное описание механизмов деятельности центров, включающие образовательные, просветительские, досугово-развлекательные функции.

С 1994 года Договор о сотрудничестве в сфере культуры не обновлялся и действует до настоящего момента, Соглашение по культурным центрам, с небольшими поправками, также действительно. Других межправительственных договоров между Россией и Испанией не было, однако стоит вспомнить Декларацию 2009 года, поднявшую уровень гуманитарного вопроса в двусторонних отношениях. В целом, несмотря на фиксацию процедурных деталей, оба рассмотренных документа предоставляют достаточно большую свободу действий общественным организациям, открывая возможность прямых связей. В то же время, контрольным органом в обеих странах является МИД, что говорит о беспрецедентном интересе правительств к вопросу гуманитарного сотрудничества.

Другим важным направлением гуманитарного партнерства, поддерживаемого Россией и Испанией, является область науки и образования. В качестве объектов анализа будут рассмотрены Соглашение 1990 года о взаимном признании документов об образовании и ученых степеней [13], Соглашение 2001 года о научном и технологическом сотрудничестве [10], частично упомянутое выше Соглашение 1994 года о сотрудничестве в области культуры и образования.

Первый документ – о признании образовательных документов и степеней – стал сугубо отраслевым и включал только положения о процедуре сопоставления образовательных шкал в России и Испании. В то же время – и это зафиксировано в преамбуле Соглашения – заявленная цель и объективные последствия этого акта охватывали намного более широкий круг областей гуманитарного сотрудничества. Ведь данный шаг открывал советским (впоследствии, российским) и испанским гражданам возможность не просто посещать страну-партнера, но и проходить исследовательскую практику, стажироваться, работать на полноценной основе; такая мобильность образованных слоев населения способствовала интенсификации экономического и культурного обмена между странами. С другой стороны, болонский процесс в высшем образовании европейского пространства поставил государства перед новыми современными реалиями данной области.

Образовательная политика в контексте двусторонних связей России и Испании была затронута также в Соглашении 1994 года [12]. Статьи 10 и 11 закрепляют базовые положения о развитии контактов между образовательными учреждениями и сообществами студентов и преподавателей; также обозначается приоритетное значение распространения языков. Интересная деталь, в Статье 10 упоминается создание совместных комиссий для выработке

учебных планов по вопросам, связанным с более тесным знакомством со страной-партнером – истории, географии, общественно-экономическому развитию.

На смену Соглашению о научно-техническом сотрудничестве от 1979 года пришел новый документ [10], в полной мере отвечающий реалиям современного общества. Именно область научного сотрудничества наиболее детально представлена в договорно-правовой базе российско-испанских связей, хотя и состоит из одного соглашения, но включающего не только декларативные цели содействовать научно-технологическому прогрессу, но и подробный план их реализации. Как и в вопросах культурного взаимодействия, в Соглашении устанавливается создание Смешанной российско-испанской комиссии для выработки и анализа совместной деятельности. Особое внимание уделяется вопросам распределения прав на интеллектуальную собственность, которым посвящено несколько статей основного текста Соглашения и два Приложения. Всё это говорит о твердом стремлении государств соответствовать духу времени, поддерживать процесс всеобщей информатизации и обеспечивать при этом высокий уровень защиты прав человека.

В целом, XXI век предоставил странам новый формат сотрудничества – межрегиональный и межинституциональный. Всё больше контактов формируется между отдельными регионами России и автономиями Испании, конкретными культурными и научными учреждениями, без непосредственного вмешательства правительств и министерств иностранных дел. Возможно, этим объясняется отсутствие большого количества двусторонних соглашений исполнительского и процедурного характера.

Подводя итог, можно сделать вывод о том, что гуманитарное направление является весьма разработанным в российско-испанских отношениях, уступая только разве что экономическому. Культурная близость наших народов регулярно подчеркивается лидерами стран и не вызывает сомнений, а значит именно эта область обладает наилучшими перспективами в дальнейшем развитии и укреплении дружеских контактов России и Испании.

Мы видим, что культурная и научно-техническая области сотрудничества освещены не только в независимых отраслевых соглашениях, но и на общеполитическом уровне, в том числе в Декларации о стратегическом сотрудничестве, что безусловно ставит данное направление в ряд наиболее важных аспектов внешнеполитической деятельности государств. Оценивая рассмотренные документы со стороны России, можно заметить, что с самого образования Российской Федерации в начале 1990-ых годов гуманитарное направление внешней политики стало распространяться далеко за пределы соседних государств и пространства СНГ. Отсутствие у России стратегических военно-политических интересов на Пиренейском полуострове, тем не менее, не мешает и только способствует особому развитию культурно-гуманитарных связей с Испанией. Для Королевства в свою очередь непосредственно Россия также не является приоритетным направлением внешней политики, однако наша страна является стратегическим партнером Европейского Союза, а Испания – его член. К тому же, в последние десятилетия в России наблюдается устойчивый спрос на изучение испанского языка и культуры в целом, а спрос, как известно, всегда порождает предложение. Таким образом, и Россия, и Испания определили для себя привлекательные стороны двустороннего сотрудничества и вот уже больше 20 лет активно их развивают. Остается надеяться, что то нестабильное положение, которое занимает Российская Федерация на мировой арене в политическом контексте, не станет препятствием для дальнейшего укрепления ее контактов с партнерами в гуманитарной сфере.

Список источников и литературы:

1. В Мадриде открылся Российский Центр Науки и Культуры. 05.12.2011 // Россотрудничество // URL: <http://rs.gov.ru/node/28401> Дата обращения: 04.03.2014.
2. Год Испании в России – хороший повод для развития всей гаммы наших контактов в различных областях. 17.02.2011. // Международная жизнь. // URL: <http://interaffairs.ru/print.php?item=644> Дата обращения: 21.02.2013.
3. Декларация о стратегическом партнёрстве между Российской Федерацией и Королевством Испания от 3 марта 2009. Мадрид. // Публикация официального сайта Президента России // URL: <http://archive.kremlin.ru/text/docs/2009/03/213562.shtml> Дата обращения: 12.04.2014.
4. Договор о дружбе и сотрудничестве между Российской Федерацией и королевством Испания. От 12.04.1994. Мадрид. // Публикация официального сайта МИД РФ // URL: http://www.mid.ru/bdomp/spd_md.nsf/0/629EF52567EDA9B444257C9800383E7D Дата обращения: 12.04.2014.
5. Медведев Д.А. Вступительная речь на открытии Года Испании в России и Года России в Испании, 25.02.2011. // kremlin.ru: Президент России // URL: <http://news.kremlin.ru/news/10438/print> Дата обращения: 04.03.2013.
6. Обмен нотами об установлении дипломатических отношений. 9.02.1977. // Сборник действующих договоров, соглашений и конвенций, заключенных СССР с иностранными государствами. Вып. 33 - М.: Междунар. отношения, 1979. – С.39. (494с.)
7. Основные направления политики Российской Федерации в сфере международного культурно-гуманитарного сотрудничества (Приложение № 1 к Концепции внешней политики Российской Федерации от 18 декабря 2010 г.). // Публикация официального сайта МИД РФ // URL: [http://www.mid.ru/bdomp/ns-osndoc.nsf/e2f289bea62097f9c325787a0034c255/fd3aa5ccb0c5f96b442579ec004ec849!](http://www.mid.ru/bdomp/ns-osndoc.nsf/e2f289bea62097f9c325787a0034c255/fd3aa5ccb0c5f96b442579ec004ec849!OpenDocument) OpenDocument Дата обращения: 12.04.2014.
8. Открытие Института Сервантеса в Москве. 5.02.2002. // РИА «Новости» // URL: <http://ria.ru/society/20020205/66493.html> Дата обращения: 04.03.2013.
9. Протокол о внесении изменений в Соглашение между Российской Федерацией и Королевством Испания о деятельности культурных центров от 15 ноября 2001 г. От 24.09.2007. // Публикация официального сайта МИД РФ // URL: http://www.mid.ru/BDOMP/spd_md.nsf/0/D6F01EC2093A1D5F44257CBD00281C8F Дата обращения: 18.04.2014.
10. Соглашение между Правительством РФ и Правительством Королевства Испания о научном и технологическом сотрудничестве. От 15.11.2001. Мадрид. // Публикация официального сайта МИД РФ // URL: http://www.mid.ru/BDOMP/spd_md.nsf/0/FFC73A7D872B4ABD44257CBD002819CC Дата обращения: 17.04.2014.
11. Соглашение между РФ и Королевством Испания о деятельности культурных центров. От 15.11.2001. Мадрид. // Публикация официального сайта МИД РФ // URL: http://www.mid.ru/BDOMP/spd_md.nsf/0/A0695ED647C8258E44257CBD00281AB9 Дата обращения: 14.04.2014.

12. Соглашение между РФ и Королевством Испания о сотрудничестве в области культуры и образования. От 11.04.1994. Мадрид. // Публикация официального сайта МИД РФ // URL: http://www.mid.ru/bdomp/spd_md.nsf/0/E4465AAF7093CEF844257C9800383F67
Дата обращения: 10.03.2014.
13. Соглашение между СССР и Испанией об эквивалентном и взаимном признании документов об образовании и ученых степеней. От 26.10.1990. Мадрид. // Законодательство России // URL: <http://russia.bestpravo.ru/fed1991/data02/tex12319.htm>
Дата обращения: 15.04.2014.
14. España-URSS, unas especiales relaciones de cultura // El País Archivo // URL: http://elpais.com/diario/1985/05/13/cultura/484783203_850215.html Дата обращения: 07.04.2014.
15. Inminentes relaciones diplomáticas España-URSS. 3.02.1977. // El País Archivo // URL: http://elpais.com/diario/1977/02/03/portada/223772402_850215.html Дата обращения: 07.04.2014.
16. Plan nacional de acción cultural exterior. Madrid. 2011. // El sitio official del Ministerio de Educacion, Cultura y Deporte // URL: http://www.mcu.es/gabineteprensa/notas/25062011/plannacaccult_a4_b.pdf Дата обращения: 21.02.2014.

Анна Рыбчак

Санкт-Петербургский государственный университет
anyarybchak@gmail.com

Проблема информационных войн на примере конфликта интересов России, Украины и США

Аннотация. Статья посвящена феномену информационной войны, ее теоретическому осмыслению и анализу ее практического применения в украинском конфликте. Продемонстрированы типовая модель и ключевые приемы информационного вмешательства. Автором выявлены основные институты, ответственные за проведение информационной политики в Соединенных Штатах, Российской Федерации и Украине. Кроме того, в статье произведен мониторинг освещения ключевыми американскими, российскими и украинскими средствами массовой информации событий на Майдане, в Крыму и на Юго-востоке Украины. Сформулированы выводы об особенностях информационных стратегий трех стран. На основе проведенного исследования автор определяет степень эффективности информационной политики в целом, а также условия для достижения государством наибольшего успеха в данной сфере.

Ключевые слова: Информационная война, информационная безопасность, фрейм, информационная политика, пропаганда

Abstract. The article is devoted to the phenomenon of information warfare, its theoretical base and analysis of its practical application in the Ukrainian conflict. The exemplary model and the key information on intervention techniques are demonstrated. The author identifies main institutions responsible for information policy in the United States, the Russian Federation and the Ukraine. Moreover, the article presents a monitoring of the coverage by American, Russian and Ukrainian mass media of events on the Maidan, in the Crimea and in the South-East of Ukraine. Conclusions about features of information strategies of the three countries are formulated. Basing on the research, the author determines the degree of effectiveness of information policy in general, as well as conditions for achieving the greatest success by the state in this area.

Keywords: Information warfare, information security, frame, information policy, propaganda

Введение

Один американский сенатор как-то сказал, что внешняя политика – это то, что мы о ней говорим. И действительно, в сегодняшней международной обстановке, информация играет важнейшую роль в трактовке событий. Если о произошедшем рассказали, значит, оно действительно случилось. Если же нет, то никто о нем не узнает. Средства массовой информации формируют современную реальность. Являясь не просто ретранслятором, они имеют возможность преподнести ее вместе со своей точкой зрения.

В этой связи проблема информационно-психологических войн чрезвычайно актуальна, так как наиболее выгодную в мировой политике позицию занимают государства, обладающие контролем над информацией. Противостояние переходит из открытой в закрытую фазу, при этом достигая не меньшего напряжения.

События, происходящие в Украине на протяжении последнего полугодия, наглядно демонстрируют эту проблему. Произошедшее освещается по-разному средствами массовой информации в России, Украине и США. Протекает «латентная» Холодная война.

Обзор литературы

Степень изученности истории возникновения и теории информационного противоборства достаточно высока. На эту тему опубликовано большое количество статей и монографий. Особый вклад в изучение феномена информационных войн внес специалист в области коммуникативных технологий Г.Г. Почепцов. В работе была рассмотрена научная и научно-публицистическая литература по проблеме информационных войн, а также были проанализированы наиболее известные средства массовой информации: популярные телеканалы, журналы, интернет-издания России, США и Украины.

Обзор документальных источников

Использованные документы можно разделить на две группы. Первая - национальные стратегии, концепции и доктрины. Вторая – ведомственные документы.

Цели, задачи

Целью данного исследования является определение степени эффективности действий средств массовой информации России, Украины и США в украинском конфликте с точки зрения достижения политических целей государств.

В свете этого требуют своего решения следующие основные задачи:

1. анализ теоретической базы концепции информационной войны, прослеживание ее истории становления;
2. рассмотрение основных стратегий ведения информационной войны США, России и Украины;
3. анализ способов преподнесения информации об украинских волнениях медиа США, России и Украины, выделение основных тенденций;
4. отслеживание влияния СМИ на общественные настроения.

Описание исследования

Феномен информационной войны возник на Западе во времена Холодной войны. Впервые термин был употреблен Алленом Даллесом в его книге «Тайная капитуляция» в 1967 году и обозначал специальные операции разведки [10]. Позже, в 1976 году, советник по науке министерства обороны Белого дома Томас Рона, проанализировав внутренние и внешние информационные потоки, пришел к выводу о том, что путем фальсификации внутригосударственной информации можно дезориентировать своего противника. Он утверждал, что такая тактика способна привести к тому, что другая сторона придет в замешательство и не сможет адекватно и быстро отреагировать на события. Если же она осознает свое незнание, то постарается предугадать все возможные варианты, что затратит значительное количество ресурсов. Можно сказать, что работа Томаса Рона была весьма инновационной для своего времени, поэтому, прежде чем у него появились последователи,

прошло почти два десятилетия [11].

Развитие идеи Рона можно подразделить на четыре этапа. В первом, относящемся к началу девяностых годов XX века, группа ученых Военно-воздушных сил США задумалась о психологическом состоянии военного во время боевых действий. Они пришли к заключению, что в будущем средства ведения войны станут почти совершенны, а самым слабым местом окажется мозг солдата. Здесь следует отметить работы Дж. Стейна и Р. Шафрански. Первый поднимал вопрос о роли информации в достижении национальных целей и о человеческом разуме, как конечной цели ведения информационной войны. Последний сосредотачивался на важности понимания менталитета и ценностей людей. Таким образом, впервые было затронуто человеческое измерение в контексте военной стратегии [11].

В последствие большее внимание стало уделяться техническим аспектам ведения войны. Второй этап связан с именем Джона Аркилла, американского аналитика и специалиста по международным отношениям. В конце 90-х гг. он впервые фундаментально осветил аспекты информационной войны: проблемы кибервойны, сетевой войны и информационной стратегии. Согласно ему, существуют конфликты низкой (сетевая война) и высокой интенсивности (кибервойна). Сам термин информационной войны с одной стороны слишком широк, так как он пытается охватить все, а с другой – довольно узок в силу своей сосредоточенности на технической составляющей. Дж. Аркилла говорит о превентивном ударе, как о единственном варианте обеспечения безопасности Соединенных Штатов. Современную войну он характеризует как «крутую» - здесь существует определенная игра английских слов «cold war» (холодная война) и «cool war» (крутая война). Американский аналитик делит потоки информации на два типа: процессные (обычная передача сообщений) и структурные (связанные с ценностями, целями и принципами) [11].

Интересным является понятие ноосферы и ноополитики, которые также изучали Дж. Аркилла и некоторые другие ученые. Они предвещали, что грядущие войны будут «войнами мудрости» («wisdom warfare»), прообразом которых можно считать Холодную войну [11]. Речь шла об использовании средств массовой информации в мировой политике для формирования общественного мнения посредством создания положительного или отрицательного имиджа тех или иных идей и ценностей [8].

На третьем этапе, в первом десятилетии XX века, методы стали активно применяться на практике, большая роль начала уделяться операциям влияния. Однако расширение практического применения не привело к росту теоретической базы. Поэтому последний этап еще не закончен, так как новые идеи пока не предлагаются или же не открываются общественности [11].

Следует отметить, что термин «информационная война» имеет скорее публицистическо-политическую окраску. Те, кто этим действительно занимаются, употребляют словосочетания «информационные операции», «психологические операции» или же «информационные действия». Различают два типа операций: с целью украсть информационный контент и с целью разместить свой. С последним гораздо тяжелее бороться [10].

Типовая модель информационного вмешательства состоит из трех пунктов: негативное интерпретирование искусственно или естественно созданной ситуации, становление закономерностью конкретного факта, акцентирование негативных последствий. Базовым элементом данной модели является фрейм – инструмент для интерпретирования действительности посредством создания ментальных конструкций. Он состоит из нескольких

валентностей. Например, если речь идет об агрессоре, необходимо присутствие жертвы и героя [10].

Борьба с фреймом - неправильная тактика, так как она приведет лишь к усилению его влияния. Поэтому в целях противостояния следует создать другой новый фрейм. К употреблению рекомендуются простые конструкции слов, так как они близки для понимания большинству людей. Фрейм можно расширить, придав ему больший масштаб, благодаря добавлению некоторых деталей: например, упоминания о собственной невинности [10].

Информационную кампанию помогут отличить следующие характеристики: интенсивность, внезапность, системность, чрезмерный негатив, богатая визуализация. Также можно заметить присутствие журналистов, специализирующихся на данной тематике и задействование начальства [10].

Наиболее влиятельным центром в сфере военных информационных технологий является американская корпорация «Рэнд» (RAND), сокращение от научно-исследовательских разработок (Research and Development). В рамках нее специалисты по разным областям работают на заказы Правительства США, авторитетных компаний, фондов и университетов. Главной особенностью «Рэнд» является высокая степень ее децентрализации. Например, доклады, которые являются конечным результатом работы группы специалистов, считаются выражением личного мнения авторов. Сама же корпорация отвечает за квалифицированность специалистов и за сроки выполнения работы. «Рэнд» – бесприбыльное учреждение, существующее за счет спонсорства [3].

Именно этот институт начал рассматривать возможность господства США в области информационного противоборства, а также создание элитарного клуба государств, доминирующих в данной сфере. Он же разделил стратегическое противоборство на два поколения. Первое поколение – это применение стратегического информационного воздействия в купе с другими методами достижения цели. Второе поколение – это полный отказ от обычных методов ведения войны в пользу информационного противодействия [3].

В 1998 году в Соединенных Штатах появляется «Доктрина проведения информационных операций» («Joint Doctrine of Information Operation»), в которой говорится уже не об оборонительных, а о наступательных акциях. В 1999 году создается новая структура International Public Information Group, основной задачей которой становится использование разведывательной информации в целях влияния на поведение иностранных акторов [3].

Огромную роль в формировании американской информационной политики играло Информационное агентство Соединенных Штатов, созданное в 1953 году и входящее в состав Государственного департамента с 1999 года. Его задача – пропаганда политики США за границей с помощью американских посольств. Сюда относится программа обмена в области культуры и образования, радио- и телевидение, гранты и многое другое [9].

В 2003 году была выпущена директива о создании Управления глобальных коммуникаций в аппарате Белого дома. Его основная задача - борьба с антиамериканскими настроениями в мире. А весной 2005 года в Госдепартаменте США иницируется Управление трансформацией политических режимов. По факту, это структура по осуществлению «демократических» переворотов в других странах, финансируемая за счет фондов и благотворительных организаций [9].

На сегодняшний день Соединенные Штаты обладают механизмом контроля за ключевыми ресурсами интернета – Интернет-корпорацией по присвоению номеров и адресов (ICANN). Такое положение дел не устраивает международное сообщество. В 2005 году на Всемирной

конференции по вопросам информационного общества в Тунисе была предпринята попытка пересмотра порядка управления «всемирной паутины». Европейский Союз, Россия, Индия, Китай и Бразилия выступили за альтернативную модель управления интернетом, однако Америка заблокировала эту и дальнейшие попытки корректировки [9].

Новые информационные технологии пришли в Россию сравнительно недавно. Поэтому ее информационная политика еще находится в стадии формирования. За информационную безопасность в России отвечают органы федеральной власти. Они разрабатывают информационную политику, собирают разведывательную информацию, обеспечивают защиту населения от иностранного воздействия, противодействуют антироссийской пропаганде и техническому вмешательству [7].

Наиболее важным документом в этой области в 2000 году стала Доктрина информационной безопасности Российской Федерации, утвержденная президентом В.В. Путиным. Являясь совокупностью официальных мнений, доктрина определяет информационную безопасность как защиту национальных интересов в информационной сфере в интересах личности, общества и государства. В ней отмечается большое количество угроз, которые можно поделить на внешние и внутренние: например, навязывание ложной информации извне и создание монополий на отечественном рынке. Методы борьбы с угрозами также вариативны: в основном, они направлены на совершенствование имеющихся и на формирование и разработку новых программ. Большое внимание уделяется правовому обеспечению информационной политики [5].

В Стратегии национальной безопасности до 2020 года отмечается, что глобальное информационное противоборство будет только усиливаться, что окажет негативное влияние на обеспечение национальных интересов России [12]. В Концепции внешней политики от 2013 года говорится, что информация является важным фактором в контексте влияния государств на международную политику [6].

Основным государственным органом, направленным на улучшение имиджа России за рубежом является Федеральное агентство по делам Содружества Независимых Государств, соотечественников, проживающих за рубежом, и по международному гуманитарному сотрудничеству (Россотрудничество). Оно проводит различные мероприятия, занимается вопросами образовательных обменов и русского языка и т.д.

Существует и ведет активную деятельность российский информационный телеканал, вещающий за рубеж – «Russia Today» («Россия сегодня»), финансируемый за счет средств федерального бюджета. Трансляция ведется на английском, арабском и испанском языках. Он был создан в 2005 году в целях донесения до иностранной общественности российской позиции по насущным международным вопросам. Стоит отметить, что канал является достаточно популярным в Европе и Вашингтоне, а его вещание на YouTube достигает рекордных отметок просмотра по сравнению с другими каналами [14].

Украинская информационная политика начала активно формироваться во время президентства В.А. Ющенко. В 2008 году Советом национальной безопасности и обороны Украины была выработана Концепция информационной безопасности. Был сделан упор на разработку национальной информационной политики. За ней последовало отключение некоторых российских телеканалов, изъятие из библиотек «коммунистической» литературы, запрещение некоторых российских фильмов. Также была взята цель на «выдавливание» российских средств информации из Крыма и Севастополя. Таким образом, был сделан акцент на «защиту» украинского суверенитета от влияния России в информационной сфере.

Однако стоит заметить, что в Украине не сформирована массовая культура: 80% украинцев не читают украинскую литературу.

В 2000 году было основано интернет-издание «Украинская правда». Большую помощь основателю Георгию Гонгадзе оказал Запад в лице США. Издание сильно помогло «Оранжевой революции» 2004 года.

Сегодня «Украинская правда» занимает открыто антироссийскую позицию. Борцов за федерализацию на Юго-востоке Украины в издании называют «террористами» и «сепаратистами». Россию характеризуют как «страну-агрессор, имеющую цель уничтожения украинской государственности». И это далеко не самое «плохое», что ей приписывают. Например, автор одной из статей считает, что «Российская Федерация как государственный и социальный институт сегодня является крупнейшей террористической организацией в мире». Её террористическую деятельность он определяет как развернутую против Украины «пропагандистскую кампанию». Поэтому он предлагает создать новую доктрину информационной безопасности в Украине, которая создаст «блокаду подобной пропаганде» [2]. Интересно, что хотя официально «Украинская правда» публикуется на русском и украинском языках, этой статьи в русском варианте не существует.

Во время государственного переворота, на Украине начали активно развиваться «волонтерские» проекты в информационной сфере. К примеру, гражданское телевидение, которое через прямой интернет стриминг с телефона формирует интернет канал. В социальных сетях большую роль в распространении информации сыграл хэштег #Євромайдан и многие другие.

В США ситуация государственную информационную политику проводят крупные медиа: CNN, Washington Post, New York Times и др. Они называют В.В. Путина «агрессором», вмешательство России «неправомерным», а переворот, совершенный в Украине, «легитимной сменой власти». Важная информация заведомо умалчивается. Создается впечатление, что крупные СМИ следуют указанной Госдепартаментом линии, таким образом вписываясь в американский политический дискурс.

Однако намечается тенденция альтернативного взгляда Америки на события в мире. Самая многотиражная газета USA Today уже признала противоборство Востока и Запада Украины её внутренним делом. А автор статьи в American Conservative считает возмущение Юго-востока весьма справедливым ответом на действия прозападной власти. Это можно объяснить тем, что «малые» СМИ в какой-то мере ориентируются на общественное мнение, согласно которому украинский вопрос не является делом США, в то время как «медиа-гиганты» скорее направлены на его формирование [1].

Идет информационная атака, и Россия вынуждена ей противодействовать с использованием тех же самых технологий. Другими словами, российская информационная политика направлена на противодействие западной пропаганде. Федеральные телеканалы придерживаются государственной линии трактовки событий, так как на кону государственные интересы.

Добиваясь успехов во внутренней политике (беспрецедентная поддержка общественного мнения, подъем национального духа), Россия теряет позиции на постсоветском пространстве. Виной этому упущение 20-летней давности, когда было приложено много сил для формирования позитивного образа России на Западе и оставлены без внимания настроения в союзных республиках. Соединенные Штаты, напротив, запустили активную прозападную и националистическую пропаганду в Украине. Результат содеянного – «майдановцы»,

поколение, выросшее в другой стране с другими ценностями и ориентирами.

Еще одна проблема информационной политики Российской Федерации - ее ориентация исключительно на внутреннее пространство. Она не учитывает менталитет современных украинцев, у большинства из которых есть российские федеральные каналы. Эти люди, склонные верить национальному телевидению, выражали еще больший протест на Майдане из-за манеры преподнесения информации об Украине в России.

Некоторые российские эксперты полагают, что России следует корректировать проводимую ей информационную политику, так как сегодня она действует стандартно, противодействуя масштабной критике, обрушенной на нее с Запада. Отмечается, что информационные действия против России имеют не краткосрочный причинный характер, а больше похожи на геополитическую операцию [13].

Заключение

Информационно-психологическая война – американское изобретение: сначала как дополнительный инструмент к обычной войне, а в последствие как самостоятельная геополитическая стратегия, затяжная продолжительная невидимая война, способная разрушать государства изнутри. Теоретическая база, основные концепции – все это изобреталось и применялось на практике впервые США, поэтому они значительно опередили Россию и Украину в этой сфере и «захватили» нужное информационное пространство. В противостояние такому положению дел пока сложно достичь эффективности. Основные силы Российской Федерации брошены на внутреннее пространство, что негативно сказывается на мнении о ней в мире.

Эта проблема более остро стоит на постсоветском пространстве, так как оно традиционно находилось в российской сфере влияния. Необходимо переориентировать информационную политику с учетом того, что на территории бывшего СССР также смотрят основные каналы российского телевидения. Сегодня не существует отчетливой информационной стратегии по пространству СНГ, в то время как ее необходимость становится все более очевидной.

Россия нуждается в стратегической информационной политике, которая будет выработана с учетом международной обстановки, места России в мире, а также существующих вызовов геополитического характера. Только такая тактика может быть эффективной в современных условиях.

Государственная информационная политика Украины на сегодняшний день представляет собой ряд мер по «изгнанию» России со своей территории. Безопасность, в понимании украинской политической элиты, означает устранение влияния своего большого соседа на юго-востоке страны, утверждение своей независимости. Однако такая политика при отсутствии своей массовой культуры означает полную ориентацию на Запад, что также ставит под сомнение ее «самостоятельность». Проблема Украины заключается в нестабильности власти, поэтому определение эффективности освещения событий средствами массовой информации с точки зрения государственной позиции является чрезвычайно сложной задачей. Если подразумевать под государством группу людей находящихся у власти, то «очернение» России в украинских медиа безусловно достигает своей цели. Однако все же если государство – это нечто более всеобъемлющее, аппарат, учитывающий интересы всей Украины, то настоящая информационная политика выстроена неправильно и не может оказаться стабильной в далекой перспективе.

США в сфере информационной политики определенно достигли наибольших успехов. Во-первых, в силу того, что информационно-психологическая война является их изобретением. Во-вторых, так как в последнем десятилетии XX века создались идеальные условия для ее воплощения. Институты, созданные в Америке для выработки и осуществления информационной политики, могут послужить полезным предметом для изучения.

Подводя итог, информационная политика государства может быть эффективна, если она проводится в соответствие с долгосрочной стратегией, продуманной специалистами. Во избежание недоразумений, она должна быть направлена как на внутреннее, так и на внешнее пространство. За границей тяжелее найти инструменты для проведения своей информационной линии, однако этому следует уделять наибольшее внимание.

Список источников и литературы:

1. Американские СМИ о ситуации на Украине // ИноСМИ Россия. Обзор 17 — 23 апреля <<http://inosmi.ru/overview/20140424/219817749.html>. Дата обращения: 26.04.2014.
2. *Біденко А.* Доктрина інформаційної безпеки для України // Украинская правда. 2014 <<http://www.pravda.com.ua/articles/2014/04/18/7022849>. Дата обращения: 26.04.2014.
3. *Богущ Д.А.* Кратко о RAND Corporation // Пси-фактор. 2005 <<http://psyfactor.org/lib/rand.htm>. Дата обращения: 30.04.2014.
4. *Гриняев С.Н.* Информационное противоборство в современную эпоху // Пси-фактор. 2012 <<http://psyfactor.org/infowar1.htm>. Дата обращения: 30.04.2014.
5. Доктрина информационной безопасности России // Российская газета. Архив старого сайта <http://www.rg.ru/oficial/doc/min_and_vedom/mim_bezop/doctr.shtm. Дата обращения: 26.04.2014.
6. Концепция внешней политики Российской Федерации от 2013 года <http://www.mid.ru/brp_4.nsf/0/6D84DDEDED7DA644257B160051BF7F. Дата обращения: 26.04.2014.
7. *Манойло А.В.* Государственная информационная политика в условиях информационно-психологической войны // Пси-фактор. 2003 <<http://psyfactor.org/lib/psywar25.htm>. Дата обращения: 30.04.2014.
8. *Никонов С.Б.* Ноополитика как инструмент продвижения экономических интересов государств // Мир и политика. 2012 <<http://mir-politika.ru/106-noopolitika-kak-instrument-prodvizheniya-ekonomicheskikh-interesov-gosudastv.html>. Дата обращения: 26.04.2014.
9. *Панарин И.Н.* Информационная война и геополитика. Информационная геополитика США. М.: Поколение, 2006 <http://www.e-reading.ws/chapter.php/123890/38/Panarin_-_Informacionnaya_voiina_i_geopolitika.html. Дата обращения: 30.04.2014.
10. *Почепцов Г.Г.* Информационные войны: базовые параметры // Пси-фактор. 2012 <<http://psyfactor.org/psyops/infowar9.htm>. Дата обращения: 30.04.2014.
11. *Почепцов Г.Г.* Информационная война: определения и базовые понятия // Пси-фактор. 2014 <<http://psyfactor.org/psyops/infowar25.htm>. Дата обращения: 26.04.2014.
12. Стратегия национальной безопасности Российской Федерации до 2020 года <<http://www.scrf.gov.ru/documents/99.html>. Дата обращения: 26.04.2014.

13. Эксперт: РФ нужно менять стратегию информационной войны // РИА Новости. 11.04.2014 <http://ria.ru/defense_safety/20140411/1003478663.htm. Дата обращения: 30.04.2014.
14. General info // RT <<http://rt.com/about-us>. Date of access: 26.04.2014.

Анастасия Терехова

Санкт-Петербургский государственный университет
tap131@inbox.ru

Формирование иммиграционной политики на примере Европейского Союза и Французской республики

Аннотация. Данная статья представляет собой попытку проанализировать ключевые документы Европейского Союза и Французской республики (как одного из участников данного объединения) в области иммиграционной политики. Автор уделяет внимание этапам развития иммиграционной политики Европейского Союза и Французской республики, делает обзор основных правительственных учреждений Франции, ответственных за осуществление политики в указанной области.

Ключевые слова. Иммиграция, Франция, Европейский Союз, международные отношения, иммиграционная политика.

Abstract. This article attempts to analyze the key documents of the European Union and France (as one of the members of the organization) in the field of immigration policy. The author focuses on the stages of development of the European Union and France immigration policy and also reviews the main governmental institutions responsible for policy realization in this field.

Keywords. Immigration, France, the European Union, international relations, immigration policy.

Проблема иммиграции в современном мире уже который год не теряет своей актуальности. А для европейского континента она стала задачей, требующей взвешенного, продуманного и сбалансированного решения, ведь иностранцы, иммигрирующие в ту или иную страну, оказывают значительное влияние на экономическую, социальную и политическую ситуацию, на настроения, преобладающие в общественном мнении, а также на её культурный фон. Среди причин, которые обуславливают увеличение миграционных потоков, можно выделить такие, как последствия экономической глобализации, явление «размывания границ» между государствами, недостаток трудовых ресурсов в развитых странах, вызванный демографическим спадом и старением населения (что особенно актуально для европейского континента и объясняет, почему Западная Европа стала своеобразным центром притяжения иммигрантов из разных уголков света) и так далее.

Франция является одной из старейших иммиграционных стран в Европе и мире, принимая иммигрантов практически со времен Великой Французской революции. Этому также есть и историческое обоснование, ведь нельзя забывать, что некогда Франция была одной из крупнейших колониальных держав. И даже несмотря на то, что колониальная система распалась в XX веке и уже больше не существует, данный фактор оказал большое влияние на характер и состав иммиграционного процесса. Кроме того, бывшие колонии, а также заморские территории Франции являются объектами французского культурного влияния, являющегося важной частью внешней культурной политики Франции.

Тем не менее, сам процесс иммиграции вызывает на территории Франции оживленные дискуссии, и зачастую вопросы о выдворении нелегалов из страны, сложный процесс

интеграции пребывающих иностранцев, в особенности иммигрантов-мусульман и тех, кто не разделяет европейские ценности и принципы, провоцируют общественные скандалы. Это ещё раз подтверждает животрепещущий характер данной проблемы во французском обществе.

При написании работы автор, в основном, опирался на тексты документов, законодательную базу по проблеме миграции в Европейском Союзе и Французской республике (программные документы, пакты, договоры, законодательные акты). Помимо этого, использовались работы исследователей, занимающихся данной проблематикой: Андреевой Т.[1], Даргель В.[2] Потемкиной О.[6], Сникаренко К.[7] Автор обращался к материалам официальных сайтов Министерства внутренних дел [4] и Министерства юстиций Французской республики [5], а также материалам на сайте периодического издания «Российская газета»[3].

Основные этапы формирования иммиграционной политики Евросоюза

Экономически развитые государства Европы являются привлекательным регионом для различного рода мигрантов. В Европейском Союзе (далее - ЕС) мигрируют как внутри границ самого союза (например, из стран Восточной Европы, которые относительно недавно были приняты в Союз и которые иммигрируют в более развитые страны), так и из-за пределов Европы (например, из Северной Африки).

Внутренняя миграция обусловлена Римскими договорами о создании Европейского Экономического Сообщества в 1957 году (Французская республика состоит в числе тех первых 6 государств, положивших начало строительству ЕС), которые предусматривали четыре вида свобод: свобода движения капитала, товаров, услуг и, наконец, свобода передвижения лиц. Несколько позже последовали Шенгенские соглашения и Шенгенское законодательство, которые объявляли устранение паспортного и визового контроля внутри ЕС, а также со странами, которые не входят в ЕС, но подписали Шенгенские соглашения (например, Лихтенштейн, Исландия, Норвегия, Швейцария). Что касается международной миграции, которая зачастую касается вопросов безопасности, связанных с распространением нелегальной миграции, то страны Европейского союза стараются выработать общую политику, способствовать совместным действиям по разрешению проблем в данной сфере.

По мнению кандидата исторических наук Потемкиной О.Ю., «с конца 1990-х годов регулирование миграционных потоков, предоставление убежища и охрана границ стали одним из самых динамично развивающихся и в то же время противоречивых направлений европейской политики»[6, с.42] По большому счету эта «противоречивость» объясняется тем, что государства-члены Европейского союза сталкиваются с дилеммой: либо продолжать проводить собственную политику в данной области, либо отдавать это в ведение наднациональных органов и при этом терять часть своего суверенитета.

По мнению Андреевой Т., старшего научного сотрудника ИМЭМО РАН, кандидата исторических наук, особенно плотно занимающейся темы иммиграции, «первым подходом к созданию общей иммиграционной политики стран Евросоюза стало Шенгенское соглашение 1985 г. и Конвенция 1990 г. об имплементации Шенгенского соглашения, которая предусматривала создание Шенгенской зоны с полной отменой регулярного паспортного контроля, унифицированной визовой политикой, политическим и судебным сотрудничеством»[1, с.101]

В становлении «общей европейской политики» в сфере иммиграции можно выделить следующие этапы и переходные периоды:

- Подписание Маастрихтского договора в 1992 г. (вступил в силу в 1993 г.) стало отправной

точкой для стран Евросоюза в их пути к достижению скоординированной и согласованной политики в сфере иммиграции. В основном, Маастрихтский договор обозначил начало межправительственного сотрудничества в данной области. Таким образом, главной характерной чертой, которая определяла иммиграционную политику ЕС в период с 1992 по 1999 год (до подписания Амстердамского договора), является то, что эта политика имела сложную структуру и складывалась на основе взаимодействия двух уровней и основных элементов: наднационального и межправительственного. Согласно Маастрихтскому договору, иммиграционная политика должна базироваться «на следующих установках:

1. установление более или менее жестких требований к уровню образования и профессиональной подготовки иммигрантов, стажу их работы по специальности;
2. общепринятые требования к состоянию здоровья иммигрантов, в соответствии с которыми в страны не допускаются наркоманы, психически больные, люди, зараженные вирусом СПИДа, и т.д.;
3. количественное квотирование, устанавливающее максимальное количество принимаемых иммигрантов;
4. установление географического и национального приоритетов иммиграции;
5. определение сфер экономики, в которых иммигрантам разрешено устроиться на работу;
6. введение санкций за нарушение порядка иммиграции и др.»[2, с.155]

- Начало следующего этапа приходится на 1999 год, когда состоялись два очень важных, с точки зрения развития общей иммиграционной политики, события, а именно: подписание Амстердамского договора и принятия «Плана Тампере». «В рамках реформы сотрудничества в сфере внутренних дел и правосудия, осуществленной посредством Амстердамского договора, иммиграционная политика, предоставление убежища и охрана границ вместе с визовыми вопросами были переданы в компетенцию Сообществ (раздел IV Договора о Европейских сообществах) или в так называемую “первую опору” ЕС. Иммиграционная политика стала важной составляющей создания “пространства свободы, безопасности и правосудия”, провозглашенного Амстердамским договором» [6, с.43] В соответствии с данным документом, «Совет ЕС в течение пятилетнего периода после вступления договора в силу обязан принять меры об отмене контроля и проверки лиц-граждан ЕС или представителей третьих стран при пересечении внутренних границ Союза, меры по регулированию внешних границ, включающих разработку стандартов и процедур по контролю пересечения внешних границ, а также правила визового регулирования»[19, art.73j] Меры, касающиеся непосредственно иммиграционной политики, согласно договору, должны включать:

1. разработку условий въезда и пребывания, а также стандартов процедуры по выдаче долгосрочных виз и разрешений на пребывание государствами-членами ЕС
2. вопросы нелегальной иммиграции и нелегального пребывания, включающие репатриацию нелегалов
3. меры, определяющие права и условия, согласно которым граждане третьих стран, пребывающие в одну из стран ЕС на законных основаниях, могут также находиться и на территории остальных государств-членов ЕС [19, art.73k]

«План Тампере» в свою очередь способствовал пусть формальному, но сближению

национальных законодательств в сфере иммиграционной политики, в частности, в условиях допуска иммигрантов на рынки труда, условиях длительного проживания иммигрантов, мер социального обеспечения, базовых условий высылки нелегальных иммигрантов и т.д. Однако, несмотря на законодательно принятые меры, оставалась отрасль, которая находилась в исключительном ведении национальных правительств: управление легальной иммиграцией. Соответственно, главное противоречие не было преодолено: национальные правительства не хотели отдавать вышеупомянутую отрасль в ведение наднациональных образований, а Европейская Комиссия (исполнительный орган ЕС) всё продолжала выступать инициатором более активных и решительных мер по гармонизации национальных законодательств.

- Следующий период с 1999 по 2004 год характеризуется многочисленными попытками Еврокомиссии наладить систему взаимодействия между национальными правительствами в сфере иммиграционной политики. Еврокомиссия, главным образом, была нацелена на создание некой общей стратегии в сфере регулируемой миграции. В частности, в 2001 году было вынесено предложение о принятии специальной директивы, которая бы определяла и регулировала базовые условия и правила приема иммигрантов. Это предложение вызвало бурные дебаты и дискуссии, и в итоге было снято с повестки дня. И многие подобные предложения наткнулись на сопротивление. Вместе с тем, необходимо помнить, что на фоне разворачивающихся дискуссий по гармонизации иммиграционного законодательства происходил процесс расширения самого ЕС, то есть количество будущих участников дискуссии постепенно увеличивалось, что говорило о необходимости согласовывать позиции теперь с большим количеством членов Союза, чем было ранее.

- В 2004 году Совет министров юстиции и внутренних дел одобрил общие базовые принципы политики в интеграции иммигрантов. Таким образом, было внятно прописано, как определяется взаимодействие органов государств-членов и наднациональных образований Союза: «С одной стороны, заявлено, что ответственность за интеграцию мигрантов несут государства-члены. С другой, -учитывая далеко не всегда высокий уровень доверия между ними, Совет выступает с осторожным замечанием о необходимости гармонизации определенных аспектов политики интеграции, так как действия одних стран в этой сфере потенциально могут нанести ущерб другим. Этот дуализм лежит в основе “Общих базовых принципов”, представляющих компромисс между законными естественными опасениями государств-членов и необходимостью установления общих для ЕС правил в данной противоречивой сфере» [6, с.44]

Год спустя была принята «Повестка дня общей политики в области интеграции иммигрантов». Принципы, изложенные в данном документе, не являются юридически обязательными. Таким образом, можно заключить, что такая «общая политика», на выстраивание которой ЕС взял курс с 90-х гг., представляет собой своеобразный путеводитель, рекомендации, которыми должны руководствоваться законодатели государств-членов. То есть, национальные государства оставляют при себе свое право формулировать и претворять в жизнь собственные стратегии, касаемо вопросов иммиграции, однако эти линии не должны расходиться с основной стратегией, проводимой Евросоюзом. Тем не менее, исследователи данной проблематики выделяют главный недостаток, присущей политике в сфере интеграции иммигрантов, оформленной благодаря документам, принятым в 2004-2005 гг.: инициативы расплывчаты, содержат пространные, общие формулировки, а не конкретные инструкции к применению. Некоторые страны, «например Швеция, в сфере интеграции иммигрантов полагаются главным образом на государственные программы, в Португалии основной движущей силой данного процесса выступают неправительственные организации»

[6, с.45] То есть, Комиссия попыталась гармонизировать и подвести под некий общий знаменатель порой совершенно разные подходы к интеграции иностранцев.

- период с 2007 года и по настоящее время можно отметить тем, что акцент переместился на формирование наднациональных институтов, отвечающих за проведение общей иммиграционной политики. Так в 2007 году был учрежден специальный Фонд, основная задача которого заключается в финансировании национальных программ адаптации иммигрантов. В том же 2007 году был подписан Лиссабонский договор (вступил в силу в 2009 г.) Согласно данному договору, «Союз является для своих граждан пространством свободы, безопасности и справедливости, в котором, за неимением внутренних барьеров и границ, обеспечивается свободное передвижение граждан в сочетании с соответствующими мерами в отношении контроля внешних границ, решения проблемы беженцев, иммигрантов...» [20, с.11] Договор также определил, что по вопросам, касающимся миграции, голосование должно проводиться по принципу квалифицированного большинства. Кроме того, четко определяется, что область миграционной политики (в контексте создания пространства свободы, безопасности и правосудия – прим.) относится к сфере так называемой совместной компетенции государств-членов и Союза. Согласно пункту 3 статьи 3b данного договора, «следуя принципу субсидиарности, в областях, которые не попадают в категорию относящихся к исключительной компетенции, Союз будет принимать участие только тогда и в той мере, если цели не могут быть достигнуты должным образом каждым государством самостоятельно на федеральном или местном уровне, но могут быть достигнуты в масштабах всего Союза, принимая во внимание последствия предполагаемых действий» [20, с.12]

Однако, несмотря на это очевидное усиление роли наднациональных образований, заметно стремление к сохранению баланса: примером тому служит сохранение за национальными правительствами права самим устанавливать квоты допуска иностранцев и осуществлять контроль национальных рынков труда.

После подписания Лиссабонского договора также был принят ряд документов, на основании которых формируется современная иммиграционная политика Европейского союза, а именно:

1. Документ, носящий программный характер: «Общая иммиграционная политика для Европы: принципы, действия и инструменты». Данный документ представляет собой доклад Европейской Комиссии Европейскому Парламенту, Экономическому и социальному комитету, Комитету регионов и Совету ЕС, датируемый 17.06.2008 годом. В данном сообщении Еврокомиссии отмечается, что «граждане третьих стран, должны быть обеспечены всей доступной информацией для законного въезда на территорию стран ЕС и дальнейшего пребывания» [8, с.5], поэтому для реализации поставленных целей странам-членам ЕС необходимо помогать и поддерживать иммигрантов в выполнении условий въезда и проживания, а эти условия в свою очередь должны быть четкими и понятными для всех потенциальных иммигрантов.
2. В сентябре 2008 года был принят Европейский пакт по иммиграции и убежищу. Во введении к документу отмечается, что целью его является продолжение ведения совместной иммиграционной политики по предложенному ранее курсу. И эта политика будет учитывать «как коллективные интересы ЕС, так и особые, индивидуальные потребности каждой страны-члена ЕС» [11, с.4] В качестве отличительных пунктов документа можно выделить:

-необходимость повышения привлекательности европейского региона для высококвалифицированных специалистов

- регулирование вопроса семейной иммиграции. Стремление делать это более эффективно

- необходимость обмена опытом между странами-членами ЕС по образцам лучшей практики приема иммигрантов и их интеграции во внутреннюю среду

- возможность введения мер наказания для лиц, которые эксплуатируют труд нелегальных иммигрантов

- возможность легализации незаконно проживающих иммигрантов исключительно на индивидуальной основе

3. Ещё одним документом, который охватывает вопросы иммиграции, является Стратегия внутренней безопасности ЕС, принятая в 2010 году. Наибольшее внимание в ней уделяется проблеме преступности, однако несколько пунктов посвящены и иммиграции. Стратегия, в основном, указывает на ключевую роль контроля над пограничными зонами, а также на особые роли в этом отношении двух образований, чья деятельность направлена на управление внешними границами Евросоюза – ФРОНТЕКС (Европейское агентство по управлению оперативным сотрудничеством на внешних границах государств-членов Европейского Союза) и ЕВРОСУР (Европейская система наблюдения за внешними границами)

4. Стокгольмская программа (2010-2014), основные положения которой касаются вопросов правосудия, свободы и безопасности. Главное отличие данного документа: проблема иммиграции поднимается в рамках вопросов национальной безопасности, которая также включает в себя проблему трансграничной преступности (связанную с нелегальной иммиграцией). Однако во многих отношениях пункты Стокгольмской программы повторяют содержание доклада Еврокомиссии от 2008 года «Общая иммиграционная политика для Европы: принципы, действия и инструменты» (это касается положений о визовом контроле, об оценке ситуации на рынке труда, о стратегии возвращения иммигрантов на родину и т.д.)

Основные этапы формирования в области иммиграционной политики Французской республики

Французская республика имеет разветвленную сеть правительственных институтов, ведающих вопросами иммиграции и положения иммигрантов.

Говоря о системе правительственных учреждений, ответственных за вопросы иммиграции, можно выстроить следующую схему их взаимодействия:

- Генеральное направление политики определяется главой государства. На 2014 год пост президента Французской Республики занимает представитель партии социалистов Франсуа Олланд.
- Министерство внутренних дел также ведает делами иммигрантов. «В рамках своих обязанностей, связанных с иммиграцией, вопросами предоставления убежища и приема иностранцев, министр внутренних дел готовит и реализует политику Правительства в отношении: въезда, пребывания и осуществления своей профессиональной деятельности иммигрантами во Франции; борьбы с нелегальной иммиграцией и фальсификацией документов, затрагивающих

иностранных граждан»[4] Кроме того, необходимо отметить, что министр работает в непосредственной кооперации с министром труда (в вопросах борьбы с нелегальной иммиграцией), с министром иностранных дел (в визовых вопросах), с министром юстиций (в делах натурализации и получения гражданства)

- Министерство иностранных дел Французской республики также играет важную роль в осуществлении иммиграционной политики. Министр иностранных дел обязательно присутствует на заседаниях соответствующего комитета по иностранным делам в рамках Совета Европейского Союза под председательством Верховного Представителя ЕС по иностранным делам и политике безопасности (на 2014 г. этот пост занимает Кэтрин Эштон – прим.). Более того, французская дипломатическая служба обладает широкой сетью представительств по всему миру, которая включает посольства, дипломатические миссии и консульские представительства, занимающиеся выдачей виз и посредством этого контролирующие приток иностранцев в страну.
- Декрет от 12 августа 2013 года постановил о создании в рамках Министерства внутренних дел Генерального директората по делам иностранцев. «Директорат занимается всеми вопросами, касающимися иностранных граждан, действует во многих областях, которые охватывают весь путь мигранта. Он компетентен рассматривать:

-визовые вопросы

-общие правила въезда на территорию республики, пребывания и осуществления профессиональной деятельности

-вопросы борьбы с нелегальной иммиграцией, незаконной занятостью на французском рынке труда и фальсификацией документов

-вопросы, касающиеся предоставления убежища

-поддержка иммигрантов

-доступ к французскому гражданству...»[4]

Директорат является органом, который реализует руководящие принципы, обозначенные министром внутренних дел, занимается разработкой текстов соответствующих документов, обеспечивает их исполнение, готовит и исполняет бюджет для интеграционных программ для иммигрантов.

Согласно Декрету от 12.08.13 «Генеральный директор данного ведомства направляет и координирует его деятельность в рамках 5-ти подразделений, функционирующих в составе Директората: департамент иммиграции, департамент приема, поддержки иностранцев и по вопросам гражданства, служба по вопросам предоставления убежища, служба по международным отношениям и стратегии, служба систем управления и информации»[10]. Документ также расписывает круг задач каждого из подразделений:

- департамент иммиграции отвечает за разработку и реализацию государственной политики в области въезда, пребывания и трудоустройства иностранных граждан на территории Франции. Более того, департамент принимает участие в подготовке проектов соглашений, касающихся иммиграционных вопросов, а также способствует выработке европейских стандартов в области миграции и переговорному процессу по их принятию

- департамент приема и поддержки иностранцев разрабатывает и реализует правила приобретения и изъятия французского гражданства
- служба по вопросам предоставления убежища занимается правовыми вопросами, осуществляет прием и размещение лиц, ищущих убежища
- служба по международным отношениям и стратегии выполняет, по большому счету, аналитические функции, так как занимается сбором и анализом статистических данных о населении с точки зрения иммиграционной политики
- служба систем управления и информации осуществляет вспомогательные функции для обеспечения деятельности всех остальных служб Директората, готовит бюджет.

То иммиграционное законодательство, которое Франция имеет на сегодняшний день, является результатом формирования и изменения законов предыдущих лет под влиянием новых тенденций как и на международной арене, так и в процессе внутривнутриполитической борьбы.

Наиболее активно в сфере регулирования иммиграционной политики государство начинает действовать с конца 70-х гг. XX века. Причинами такой активизации деятельности послужили «качественные изменения, произошедшие в социально-экономическом развитии страны, и изменения в этно-конфессиональном составе пришлого населения» [7, с.24-25]. Основным сигналом послужило то, что изменился состав иммигрирующего населения: если ранее основой иммигрантов, прибывавших на территорию Франции, были жители европейских стран, прошедших социализацию и воспитанных в духе европейских ценностей, что значительно облегчало их адаптацию к местной среде, то «за период с 1968 по 2004 г. доля иммигрантов из Европы сократилась с 76,4 до 41 %, а выходцев из Африки и Азии возросла с 19,9 до 42% и с 2,5 до 14% соответственно» [18, с.2]

В 70-е гг. XX века политика государства в отношении иммигрантов была жесткой, в частности, правительством Ж.Ширака было принято решение о прекращении иммиграции на территорию Франции и о введении механизма принудительной репатриации. Однако в 1980-х гг., когда к власти пришла коалиция «левых», многие постановления и решения «правых» были отменены или изменены. В целом, если характеризовать политику «левого» правительства, то необходимо отметить, что основной упор делался на попытки интегрировать приезжих во французское общество, то есть от основной идеи «правых» ограничения иммиграционных потоков новое правительство не отказалось.

В период «сосуществования» президента-социалиста Ф.Миттерана и «правого» правительства Ж.Ширака в 1986 г. был принят Закон «Об условиях въезда и пребывания иностранцев во Франции», который ужесточал процедуру депортации иностранцев. Однако буквально через 3 года в него были внесены поправки, которые «расширили категории не подлежащих репатриации иммигрантов и несколько упростили процедуру получения вида на жительство» [7, с.26] Чрезвычайно важно отметить, что такая политика, когда принимались совершенно противоположные по содержанию решения или достаточно быстро изменялся подход к ведению самой политики, обуславливалась характером внутривнутриполитической борьбы между «левыми» и «правыми» партиями. То есть эта борьба имела ярко выраженный идеологический окрас, что не всегда имело позитивные последствия. Очевидно, что отчасти политика была довольно нерациональной, так как не учитывала реальное положение дел, ситуацию в стране, а «заключивалась» на противостоянии консервативных и либеральных сил.

В 1990-е годы основное внимание политических сил Франции было сосредоточено на

активном процессе развития интеграционных процессов в Европейском Союзе, которые оказывали влияние и на иммиграционную политику Франции (в особенности, после принятия Шенгенских соглашений и Маастрихтского договора). Необходимо отметить несколько законодательных актов, определявших тогда иммиграционную политику государства, среди них: «Закон «О гражданстве», принятый 16.03.1998 г. и заметно упростивший процедуру получения французского гражданства детьми иммигрантов»[12]. «Закон «О въезде и пребывании иностранных граждан во Франции и праве на убежище», где заметно упрощались административные процедуры, связанные с пребыванием иностранцев в стране, в частности, порядок предоставления вида на жительство, отмена сертификатов проживания и т.д.»[13]

К началу XXI века в отношениях национальных государств-участников ЕС и самого Союза произошло разграничение полномочий: «за европейскими институтами было закреплено право регулирования миграционных потоков, а за национальным правительством – проблема натурализации и интеграции иммигрантов»[7, с.28]

Иммиграционная политика Франции начала 2000-х проводится в соответствии с основной линией и рекомендациями, принимаемыми Еврокомиссией. В соответствии с этим, французская политика строилась на понятии проведения контролируемой иммиграции в сочетании с борьбой с нежелательной иммиграцией, которая включает в себя такие виды как предоставление убежища, а также иммиграция по семейным мотивам.

В таких настроениях 26 ноября 2003 года был принят Закон «О регулировании иммиграции, пребывания иностранцев во Франции и натурализации». Данный закон ужесточал условия въезда и приема иностранцев на территории Республики. Текст документа, меры и нововведения, содержащиеся в нем, можно условно разделить на 3 группы:

- Что касается борьбы с нелегальной иммиграцией
- Что касается условий и прав на проживание иностранцев с целью на их интеграцию в местное общество
- Что касается мер по выселению нелегалов

Для борьбы с нелегальной иммиграцией, согласно тексту данного Закона, создается специальная «база данных, содержащая отпечатки пальцев заявителей на получение визы, по которым будет проводиться идентификация иностранцев, въезжающих на территорию Французской республики»[14]. Закон призван бороться с фиктивными браками и фиктивным признанием отцовства, для чего увеличен срок пребывания в браке для получения вида на жительство (с одного года до 2 лет) Помимо всего, фиктивный брак теперь предполагает уголовную ответственность. «Статус родителя ребенка, имеющего французское гражданство, обеспечивает доступ к получению вида на жительство только после двух лет осуществления родительских прав и участия в затратах по уходу за ребенком» [5]

Относительно вопросов пребывания в стране, Закон устанавливает следующие правила: выдача вида на жительство становится зависимой от степени интеграции иммигранта в местное общество «с целью убедиться в интеграции иностранцев, на постоянной основе проживающих во Франции»[5]: после минимального периода пребывания (5 лет) по временному виду на жительство (которое можно продлить на один год), иностранцы, которые интегрировались в общество, имеют право требовать вид на жительство, но теперь на 10 лет.

Что касается мер по выселению и правовых запретов, то Закон устанавливает 4 категории иностранцев, имеющих абсолютную защиту от выселения:

1. Иностранцы, родившиеся во Франции или приехавшие в возрасте до 13 лет
2. Иностранцы, в течение 20 лет постоянно проживающие на территории Франции на законных основаниях
3. Иностранцы, в течение 10 лет постоянно проживающие на территории Франции на законных основаниях и находящиеся в браке с гражданином Франции в течение 3 лет
4. Иностранцы, в течение 10 лет постоянно проживающие на территории Франции на законных основаниях и являющиеся родителями детей, имеющих французское гражданство [5]

Следующий закон, послуживший реакцией на массовые беспорядки в иммигрантских кварталах в Париже в 2005 году, был принят 24 июля 2006 года и называется Закон «Об иммиграции и интеграции». Даже по названию самого Закона можно понять, в какую сторону сместился акцент политической линии правительства по отношению проблемы иммиграции. Если в Законе 2003 года основной упор делался на административные методы, направленные на сокращение числа иммигрантов пребывающих в страну, то события 2005 года показали, что основной задачей на тот момент должна стать интеграция уже живущих на территории Франции иностранцев, чтобы, возможно, уменьшить взрывоопасность этого очага социальной нестабильности в стране.

Ключевой момент отражен в статье 5 данного Закона: «Иностранец, который намеревается получить постоянный вид на жительство, должен заключить с государством контракт о приеме и интеграции, переведенный на язык, понятный данному иностранцу. Иностранец обязан следовать жизненному укладу, свойственному гражданам страны (*formation civique et linguistique*)»[15] Что касается языковой подготовки, то по данному Закону для получения постоянного вида на жительство необходим специальный документ или диплом, подтверждающий определенный уровень владения французским языком и который признается государством.

Кроме того, Закон регулирует следующие положения:

- Предоставление вида на жительство (на 10 лет) предполагает интеграцию иммигранта в местное общество. Это интеграция оценивается по трем критериям: приверженность и уважение принципов Республики, соблюдение этих принципов, «достаточное» владение французским языком (однако в этом пункте исключение делается для иностранцев в возрасте более 65 лет)
- Уделяется внимание вопросам трудовых иммигрантов и студентов. В частности, последние могут, согласно Закону, «при наличии достаточных средств к существованию, получить временный вид на жительство с пометкой «студент», по которому он имеет право работать неполный рабочий день»[15]
- Кроме того, также вводится так называемая карта «мастерства и талантов» (*carte "competence et talents"*), которая позволяет осуществлять любую профессиональную деятельность. Такая карта действует в течение трех лет и продлевается в случае необходимости. Смысл существования такой карты объясняется генеральной линией иммиграционной политики министра внутренних дел в период 2005-2007 гг. Николя Саркози, которая была направлена на осуществление так называемой «выборочной иммиграции». Таким образом, Франция заявила, что ей нужны только такие иммигранты, которые способны продуктивно участвовать в развитии экономической, интеллектуальной, научной,

гуманитарной или спортивной жизни страны.

С приходом представителя правых сил Н.Саркози на пост президента Французской республики в мае 2007 года, через некоторое время был принят очередной закон, призванный регулировать область иммиграции во внутренней политике страны: Закон от 20 ноября 2007 года «О регулировании иммиграции, интеграции и о предоставлении убежища». В тексте Закона рассматриваются следующие три направления: воссоединение семьи, предоставление убежища и трудовая иммиграция. Закон предполагает «предоставление анализа ДНК для иммигрантов-претендентов на воссоединение семьи с целью установления наличия родственной связи»[16] Необходимо добавить, что эти ДНК- анализы проводятся за счет государства и не являются обязательными (только по решению судебных органов – прим.)

Делается акцент также на том моменте, что иностранец, который подал заявку на воссоединение семьи, обязан иметь определенный уровень владения французским языком.

Еще до принятия самого Закона 15 ноября 2007 года Конституционным Советом республики было принято Решение, определяющее сферы, которые будут регулироваться Декретом Государственного Совета:

« - условия, согласно которым, будет проводиться ДНК-тест

- список стран, где подобный тест будет внедрен на базе эксперимента

- длительность данного эксперимента, который не будет превышать 18 месяцев со дня опубликования данного указа и который закончится не позднее 31 декабря 2009 года

- круг прав и обязанностей лиц, ответственных за выполнение данного теста»[9]

Решение сделать ДНК-тест необязательной процедурой было вызвано скандалом, связанным с так называемой «поправкой Мариани». Тьерри Мариани, депутат от тогда правящей президентской партии «Союз за народное движение», в сентябре 2007 года (т.е. ещё за 2 месяца до принятия окончательного текста Закона «О регулировании иммиграции, интеграции и о предоставлении убежища» - прим.) внес данную поправку. «Требование парламентария состояло в том, что тест на ДНК должен стать обязательным условием для иммигрантов, желающих получить визу на срок более трех месяцев в рамках воссоединения семьи. Мариани обосновал необходимость поправки тем, что от 30 до 80 процентов иммиграционных документов во Франции являются поддельными»[3]

Данная поправка вызвала бурные споры между социалистами, которые тогда находились в оппозиции, и правящей партией. Неоднозначность самой меры, предлагаемой Мариани в купе с аргументами социалистов, что « родственные связи устанавливаются на основании признания ребенка, а не биологических связей, а также что тест создает юридические и даже конституционные проблемы»[3], привели к тому, что поправка всё-таки была отменена, и текст Закона 2007 года стал иметь такой вид, который он имеет и сейчас.

16 июня 2011 года был принят Закон «Об иммиграции, интеграции и гражданстве»[17], который включает в себя ряд положений относительно усиления борьбы против нелегальных потоков иммигрантов, в том числе вопросов трудоустройства иностранцев без разрешения на работу. Закон содержит меры, направленные на укрепление интеграционной политики, а также меры по реформированию системы высылки иностранцев, незаконно пребывающих на территории страны.

Таким образом, для понимания основных направлений иммиграционной политики

Французской республики в последние десятилетия необходимо учитывать такие факторы, как развитие иммиграционной политики в рамках Европейского Союза (т.к. по Лиссабонскому договору, данная сфера является совместной компетенцией и государства-члена ЕС, и самого Союза), решения которого необходимо принимать во внимание в проведении собственной политической линии; затем внутривнутриполитическую борьбу в стране, где традиционно существует ярко выраженное противостояние «левых» сил, занимающих более либеральное положение по отношению к иммигрантам, и «правых», которые традиционно проводят по отношению к ним достаточно жесткую политику; а также настроение общественности к конкретному вопросу.

Список источников и литературы:

1. Андреева Т. Основные направления иммиграционной политики Великобритании и ЕС//Мировая экономика и международные отношения, №9 2011 с.100-113
2. Даргель В. Наднациональная составляющая в иммиграционной политике Евросоюза//Власть , №12 2011 с.154-158
3. Макарычев М. «ДНК преткновения»// интернет-портал Российской газеты. Федеральный выпуск №4489, 11.10.2007 < <http://www.rg.ru/2007/10/11/franciya.html>> (дата обращения 17.02.14)
4. Официальный сайт Министерства внутренних дел Франции <<http://www.interieur.gouv.fr/fr/Le-ministere/Immigration>> (дата обращения 03.02.14)
5. Официальный сайт Министерства юстиций Франции <<http://www.textes.justice.gouv.fr/lois-et-ordonnances-10180/loi-relative-a-limmigration-et-a-la-nationalite-12625.html>> (дата обращения 07.02.14)
6. Потемкина О. Иммиграционная политика ЕС: от Амстердама до Лиссабона//Мировая экономика и международные отношения №4 2010 с.42-51
7. Снисаренко К. Миграционная политика французских правительств в конце 20- начале 21 века//Журнал международного права и международных отношений №4 2012 с.24-32
8. A Common Immigration Policy for Europe: principles, actions and tools, Brussels, 2008 <<http://www.uni-mannheim.de/edz/pdf/sek/2008/sek-2008-2026-en.pdf>>
9. Decision n° 2007-557 DC November 15th 2007. <<http://www.conseil-constitutionnel.fr/conseil-constitutionnel/root/bank/download/2007557DCa2007557dc.pdf>>
10. Décret 2013-728 du 12 aout 2013 portant organisation de l'administration central du ministère de l'interieur et du ministère des outre-mer.
11. European Pact on Immigration and Asylum 13189/08 ASIM 68 24.09.2008 <<http://register.consilium.europa.eu/doc/srv?l=EN&f=ST%2013440%202008%20INIT>>
12. Loi n° 98-170 du 16 mars 1998 relative à la nationalité. <<http://www.legifrance.gouv.fr/texteconsolide/AREBP.htm>>
13. Loi n° 98-349 du 11 mai 1998 relative a l'entree et au sejour des étrangers en France et au droit d'asile
14. Loi n° 2003-1119 du 26 novembre 2003 relative à la maitrise de l'immigration, au sejour des

- étrangers en France et à la nationalité // Journal Officiel de la Republique Francaise. 1998. - 12 Mai.
15. Loi n° 2006-911 du 24 juillet 2006 relative a l'immigration et a l'integration // Le journal officiel de la République Française. – 2006. – 25 juillet
 16. Loi n° 2007-1631 du 20 novembre 2007 relative à la maitrise de l'immigration, à l'integration et à l'asile // Journal Officiel n° 270 du 21 novembre 2007
 17. Loi n° 2011-672 du 16 juin 2011 relative a l'immigration, a l'integration et a la nationalité. <<http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000024191380&categorieLien=id>>
 18. Tavan Ch. Les immigrés en France: une situation qui evolue// Institut National de la statistique et des études économiques, Septembre 2005, №1042.
 19. The Treaty of Amsterdam 2 October 1997 //Official Journal of the European Union
 20. The Treaty of Lisbon//Official Journal of the European Union 17.12.2007

Лу Тианьинь

Санкт-Петербургский государственный университет
lutianyin@mail.ru

Особенности восприятия Санкт-Петербурга в общественном мнении современного Китая

Аннотация. В данной статье анализируется особенность создания имиджа города Санкт-Петербурга в Китае, и действия по созданию городского бренда для китайского рынка. Автор рассматривает имидж города в «низовых медиа», и традиционных медиа в Китае, рассматривает существующие меры в области брендинга города и выявляет проблемы и перспективы улучшения имиджа и бренда города. Кроме того, в работу введено понятие культурной индустрии, которые широко пользуется в азиатском научном дискурсе, и практически не использует в России. В работе рассмотрен азиатский опыт по формированию имиджа Санкт-Петербурга в Китае.

Ключевые слова: Санкт-Петербург, Китай, имидж города, брендинг города, низовые медиа, культурная индустрия, туризм.

Abstract. The author of the article draws attention to the city image and branding of St. Petersburg in China. The author analyses St. Petersburg's image through Chinese grassroots media and traditional media, identifies the problems of the existing branding activities and draws out the possible solutions for the city branding of St. Petersburg. In the article, author introduces the concept "cultural industry", which is widely used, understood and developing in Asia, and unknown in Russia. Through the article author also suggests related Asian experiences in developing city's image in China for St. Petersburg.

Keywords: St. Petersburg, China, city image, city branding, grassroots media, cultural industry, tourism.

Санкт-Петербург – важный экономический, научный и культурный центр России. Основанный 16-ого мая (по старому стилю) 1703 года Петром I, в 1712-1918 годах он был столицей Российского государства. Исторический центр Санкт-Петербурга и связанные с ним комплексы памятников входят в Список объектов наследия ЮНЕСКО [12]. Город в китайском общественном мнении более всего имеет имидж культурного, туристического города, города искусств.

С распространением новых медиа Китай вступил в «эпоху низовых медиа» (grassroots media). Эпоха низовых медиа – это период медиа-эпохи, когда каждый человек играет роль распространителя новостей. Низовые медиа также называется «личные медиа», через которые личные, независимые распространители передают информацию с использованием электронных средств. В Китае наиболее популярными низовыми медиа-платформами являются микроблог (Weibo), WeChat(Weixin), Youku Водкасти, Zhihu. Имидж Санкт-Петербурга в общественном мнении китайцев во многом формирует именно низовыми медиа [9].

Микроблогинг — это разновидность блогинга. В Китае есть довольно много микроблогов,

которые являются своего рода гибридом между Twitter и Facebook. Самым популярным микроблогом в Китае является Sina Weibo. Черты имиджа Санкт-Петербурга, формируемые через микроблоги, не однообразны и не столь однородны. Темы микроблогов включают туристические, литературные, военные, диетические, политические, культурные, фотографические, спортивные, образовательные темы и показывают имидж города со следующими чертами.

Большинство микроблогов пишут на темы культурных и литературных событий. Эти микроблоги часто публикуются с многочисленными картинками, которые составляют визуальную сторону яркого, изобразительного имиджа города с характерными акцентами на культуре и искусстве. Например, рисунки русского иллюстратора Вари Колесниковой; Выставка резьбы на яичной скорлупе художника Людмилы Клеца; Эрмитажная коллекция акварелей с изображением видов города, созданная еще в 1865 году; любопытный музей в Санкт-Петербурге, который показывает квартиру с особой силой тяжести: все вещи в ней стоят перевернуто; иллюстратор в стиле сюрреализма Алекс Андреев, русский художник, который живет в Санкт-Петербурге.

Эти записи и иллюстрации показывают не только классическое, но и модное, современное искусство в Санкт-Петербурге, что делает имидж города разнообразным, динамичным, исключительным и открытым, в котором центральное место занимает искусство.

Вторыми, наибольшими по количеству, являются микроблоги на тему фотографий. Особое место среди них занимает фотограф Амос Чаплле, который использовал маленький беспилотный самолет и снимал некоторые удивительные аэрофотоснимки Санкт-Петербурга. Проект «Танцуй Санкт-Петербург!» – фото-серия, в которой изображено, как люди танцуют на улицах или перед достопримечательностями в Санкт-Петербурге. Израильский фотограф Рэйчел Папо снимала фотографии студентов Академии Русского балета имени А.Я. Вагановой. Ее работа «Отчаянное прекрасно» (Desperately Perfect) изображает детей, которые упорно учатся балетному искусству в Академии с 8 до 18 лет, надеясь после окончания Академии жить благополучной жизнью и выступать на лучших балетных площадках.

Фотографии показывают природный и культурный ландшафт города, передают артистический темперамент города, отмечая его связь с балетом, подчеркивая, что в нем живет много красивых девушек.

В туристической сфере главные микроблоги пишут студенты и рабочие, которые живут в Санкт-Петербурге, туристы, которые гуляли по улицам города, тур-агентства и туристические вебсайты. Например: Сеть путешествий по России: Невский проспект в Санкт-Петербурге; Второй день тура в Москву и в Санкт-Петербург; в Санкт-Петербурге имеется больше интересных деталей, чем в Москве, и эти детали станут причинами запоминания города; Станция метро Адмиралтейская в Санкт-Петербурге - 4 минуты на эскалаторе из-под земли до самой центральной станции метро поезда!; Репетиция военного парада на Дворцовой площади в городе Санкт-Петербурге.

Запись в туристической сфере демонстрирует достопримечательности в городе, события, которые проходят в городе с характером фрагментации.

В строительной сфере микроблоги пишут о старых архитектурных сооружениях и о новых, модных зданиях. Например, церковь Спаса-на-крови как «дом конфетки из сказки»; Исаакиевский собор, очень эффектный, наполненный прекрасной живописью и скульптурой в соборе; Старые здания хорошо сохранились в Санкт-Петербурге – хотя на полвека город

сменил имя на Ленинград, большинство памятников сохранились до сих пор; Аэропорт Санкт-Петербурга – самый артистический и темпераментный аэропорт в мире; Новое здание штаб-квартиры русского газового гиганта использует стеклянную «кожу» для создания объемного основного здания. Эта техника создает зданию супер-изоляцию. Такие записи подчеркивают архитектурные красоты города и показывают современный, культурный имидж города.

В гастрономической сфере микроблоги включают диетические рейтинги китайцев, которые купили импортные продукты в Китае из Санкт-Петербурга, гастрономические рейтинги туристов, которые путешествуют в Санкт-Петербурге, и информацию о гастрономической компании в Санкт-Петербурге. Например, Санкт-Петербургское мороженое, которое продается в супермаркете «7-11», самое вкусное мороженое с низким содержанием сахара!; Пьют водку каждый день в поездке в Санкт-Петербурге... Люблю водку «Белуга Золотая линия» с сашими. Водка «Империя» тоже хорошая; Штаб-квартира Fresh Point находится в городе Санкт-Петербурге. Ресторан имеет полный имидж бренда, в нем включаются логотип, упаковка, дизайн интерьера, и т.к. Все это является новой концепцией в России. Эти записи создают имидж города с международной вкусной кухней.

В военной сфере город имеет имидж сильного русского города. Этот имидж в основном формируется через следующие микроблоги: Адмиралтейские верфи в Санкт-Петербурге начали строительство шестой подводной лодки для Вьетнамского военно-морского флота. Это последняя подводная лодка, которую строят для Вьетнамского ВМФ по контракту, заключенному еще в 2009 году; Санкт-Петербургский Военный музей имеет особый «АК 47»-зал, в котором предоставлен настоящий АК47 для сборки туристов. Стыдно, что дворник тетя Маша собрала АК быстрее меня; Видео: боевая нация – русские школьники разбирают АК 74 в течение 4 минут. Среди них есть девочки!

В политической сфере все микроблоги пишут о В. Путине. Например: фотографии молодого В. Путина в период обучения в Санкт-Петербургском университете; Путин в 30-летнем возрасте с его бывшей женой – Путин и Людмила поженились в 1983 году в Санкт-Петербурге. Фото Путина с бывшей женой; После участия в похоронах тренера из спортивной школы Путин ушел из церкви. Он попросил телохранителей не следовать за ним и ходил по улицам Санкт-Петербурга (фото). Эти микроблоги являются отражением позитивного отношения к В. Путину китайцев.

В образовательной сфере микроблоги пишут об обучении за рубежом. Например, Санкт-Петербургский государственный университет - один из десяти известных университетов в мире. Президент России Владимир Путин и Дмитрий Медведев являют выпускниками из этого университета. Эти микроблоги делают важный акцент на образовательной черте имиджа города.

Другие записи рассказывают о жизни русских студентов и рабочих в Петербурге. Например, о том, что весна в Санкт-Петербурге наконец-то пришла, но вновь пошел снег! Ах, Большой снег!; Пробки в Санкт-Петербурге и в Москве одинаковые; Департамент иммиграции Санкт-Петербурга недавно арестовал и предъявил обвинения десяткам китайских студентов из-за работы незарегистрированными гидами.

Среди этих записей существуют и рекламные. Главной темой таких записей являются рестораны в Санкт-Петербурге. Например, ресторан «Tangren», ресторан «Чайный дом», ресторан «Хујіе».

В микроблоге есть довольно много записей с ключевым словом «Санкт-Петербург».

Большинство этих записей созданы китайцами, которые живут в Санкт-Петербурге. Среди этих записей есть интересная запись «пуанты в Санкт-Петербурге». В них представлена информация о балете и об известных танцорах петербургского балета. Такая информация в свою очередь создает имидж города: культурный, красивый, классический.

Микроблоги дают много разнообразной информации, которая формирует имидж Санкт-Петербурга. Но информация обычно представлена через микроблог в форме фрагментации из-за ограничения слов. Благодаря большому количеству микроблогов на культурные темы имидж Санкт-Петербурга как города с такими яркими характеристиками как «исторический, культурный город» прочно обосновался в массовом сознании китайцев.

Приложение WeChat является мобильным обслуживанием текстовых и голосовых сообщений. Впервые оно было выпущено в январе 2011 года. Приложение доступно на Android, iPhone, BlackBerry, Windows Phone, Symbian и OS X платформах. Поддерживаемые языки приложения: традиционный / упрощенный китайский язык, английский язык, индонезийский язык, испанский язык, португальский язык, турецкий язык, малайский язык, японский язык, корейский язык, польский язык, итальянский язык, тайский язык, вьетнамский язык, хинди и русский язык. Исследование фирмы маркетингового анализа «Op Device» показывает, что уровень проникновения WeChat на китайские рынки составляет 93%. [17].

Общественная платформа WeChat – это платформа, на которой отдельные люди, компании или организации могут создавать свои учетные записи и общаться через тексты, фотографии, аудио и видео с конкретной группой людей. Цель создания записей на платформе: отправить информацию индивидуальным пользователям в WeChat, чтобы передать новости, предоставить услуги и т.д.

Общественная платформа WeChat отправляет информацию только тому, кому интересна эта информация и она работает более эффективно, чем другие низовые медиа. Но из-за закрытости информации пользователи не могут найти и прочитать каждую информацию по ключевым словам на платформе, а только могут искать запись с ключевым словом.

Таким образом, мы можем видеть, что разнообразная, многочисленная информация туристического содержания отправляется платформой подписчикам и пользователям с описанием туристических мест в мире, и среди этих сведений только один раз появилась информация о красоте одной станции метро Санкт-Петербурга в тексте «Самые прекрасные станции метро в мире». Еще одна информация о достопримечательностях в Санкт-Петербурге в тексте «Россия, где вы должны быть». На сервисные и подписанные рассылки с ключевым словом «Санкт-Петербург» зарегистрировались китайские студенты и китайские рестораны в Санкт-Петербурге. Среди них есть 3 рассылки, которые активно отправляют новости и информацию о Санкт-Петербурге каждый день. Это «Город -Живопись – Санкт-Петербург», «FM Санкт-Петербург» и «Коалиция китайских волонтеров в Санкт-Петербурге».

«Город - Живопись – Санкт-Петербург» помогает планировать поездки в Санкт-Петербург по разумной цене, расскажет об интересных кафе и хорошей еде в городе, приводит полезную информацию для китайских жителей в городе и отправляет главные новости для китайских граждан. «FM Санкт-Петербург» позволяет узнать о праздниках, выставках, фестивалях, которые будут проходить в Санкт-Петербурге. «Коалиция китайских волонтеров в Санкт-Петербурге» дает ежедневные главные новости в России и в Санкт-Петербурге, коммерческую информацию, информацию о вакансиях.

Платформа WeChat пока не имеет яркого оформления, но дает довольно много информации о городе, поэтому ее нельзя исключить из процесса создания целостного, зримого имиджа Санкт-Петербурга. Исходя из этого, платформу можно использовать как средство брендинга города.

Водкаст (Vodcast) - создание и распространение видеофайлов в стиле телепередач в интернете. Водкастер – человек, который занимается водкастингом на любительской или профессиональной основе. Сегодня самая популярная платформа водкаста в Китае является Youku Водкастинг.

По теме «Санкт-Петербург» существуют два типа водкаст: водкасты, которые снимают в системе и оформили свой бренд, и водкасты, которые снимали отдельными (часто туристам), и показывали свой тур в Санкт-Петербурге.

«Утренний Звонок» (Morning Call) и «XFun клуб любителей еды» (XFun Foodies Club) относятся к первому типу. «Утренний Звонок» - это ток-шоу, в котором его создатели и участники ориентируются на историческую, культурную, гуманитарную и социальную темы. Гао Щиаосон одновременно играет роль режиссера, сценариста и хоста шоу. Он также и музыкант, написавший музыку «Завещание в Петербурге». Во втором сезоне ток-шоу представило 5 сериалов о России. В сериале о жизни П.И. Чайковского показано прибытие хоста в Зимний дворец и в Эрмитаж, в конце ток-шоу прозвучала музыка «Завещание в Петербурге». В другом сериале он сравнивал Москву с Санкт-Петербургом, и еще два сериала снимались в одном из отелей в Санкт-Петербурге [7].

Ток-шоу создает яркий, уникальный имидж города в отличие от других русских городов. Он показан как город европейский с классическим русским культурным элементом, как город, наиболее открытый в России.

Другое шоу «XFun клуб любителей еды» - водкаст, в котором главное внимание отведено показу вкусной еды в разных городах в мире [5]. Выпуск 2013 года - это сериалы, которые показывают разные рестораны и кафе в Санкт-Петербурге, а также главные достопримечательности (например, Зимний дворец, церковь Спаса-на-крови, Нева, Петергоф), Елисейский гастроном, рынок и музей водки в городе.

Водкаст «XFun клуб любителей еды» связывает имидж города с вкусными национальными блюдами, особенно отмечается, что в городе можно говорить по-английски.

Ко второму типу относятся видео, которые снимали туристы о главных достопримечательностях (например, Невский проспект, Петергоф, Эрмитаж) и о своем культурном опыте (например, концерт, балет) в городе. Эти водкасты показывают исторический, культурный имидж города.

Zhihu – социальный Q&A сайт, который похож на Quora. Значение слова «Zhihu» в древнекитайском языке можно охарактеризовать как «Знаете». Пользователи часто задают вопросы и приглашают известных людей из той сферы, которые могли бы компетентно ответить на этот вопрос через систему сайта. Такая система содействует обмену качественными контентом в специальной сфере.

Под ключевым словом «Санкт-Петербург» имеются следующие вопросы: Опасно ли учиться в Санкт-Петербурге?; Я приеду в Москву и в Санкт-Петербург зимой, на что я должен обратить внимание?; Какие лыжные курорты около Санкт-Петербурга вы советуете?; Какая связь между Петром I и Санкт-Петербургом?; Я буду в Санкт-Петербурге несколько дней, лечу на самолете, какие документы мне надо подготовить и какой процесс мне надо

проходить?; Как купить самый дешевый авиабилет из Сямэнь в Санкт-Петербург?; Хочу учиться в Санкт-Петербурге в следующем году, есть какие-нибудь советы для меня?; Возможно ли увидеть «Аврору» в Санкт-Петербурге в июне и июле? Влияет ли белый день на наблюдение?; Почему Олимпийские игры проходят в Сочи, а не в Москве, в Санкт-Петербурге или в других городах в России?; Можете ли рассказать об истории строительства города Санкт-Петербурга?

Среди этих десяти пять запросов о туристической сфере, в 2-х из них спрашивают об образовательной сфере, 1 из них посвящен спортивной сфере, 1 из них посвящен строительной сфере, 1 - исторической сфере. На 4 из этих вопросов нет некоего ответа. Эти цифры показывают, что для китайцев Санкт-Петербург играет важную роль в образовательной и туристической сфере среди городов России. Запросы также показывают, что китайцы пока имеют мало знаний о Санкт-Петербурге и волнуются о вопросах по поводу прибытия в город, жизни в городе, например, безопасность, транспорт, виза в России.

Традиционные СМИ и онлайн-новости также формируют имидж Санкт-Петербурга по экономической, культурной, образовательной, военной, технологической темам.

По экономической теме китайские новости создают имидж Санкт-Петербурга как города, который играет важную роль в российской экономике. Например, в новостях на тему «Муниципальный народный конгресс подписал соглашение о сотрудничестве с Законодательным собранием Санкт-Петербурга» почеркнуто, что «Санкт-Петербург играет важную роль в Российской экономической, культурной и образовательной сфере». В новостях «США намерены отказаться от участия в Санкт-Петербургском экономическом форуме» показывается, что Форум создает условия для контрактов с клиентами из разных частей мира. Новость по теме «Вице-мэр Зжоу Бо встретился с вице-мэром Санкт-Петербурга» [16]. Сообщение на тему «Делегация из Санкт-Петербурга подписала соглашения на двести миллионов юаней в Провинции Гуаньдон» также демонстрирует экономическую силу города [14].

В образовательной сфере новости создают более открытый имидж города. Например, новость «Симфонический оркестр Центральной консерватории участвовал в церемонию открытия китайско-русского молодежного года дружбы в Санкт-Петербурге», «Отделение конкурса «Мост китайского языка» прошло в Санкт-Петербурге», «Количество участников УСТ-теста по китайскому языку в Классе Конфуция в Санкт-Петербурге повысилось».

В сфере технологии новости «Институт атомной энергии в Санкт-Петербурге планирует построить центр R&D» и «Русский оператор мобильной связи МТС запустил LTE-сеть в Санкт-Петербурге» создают современный технологический имидж города [15].

В культурной сфере известие «Моменты фестиваля балета Dance Open в Санкт-Петербурге, Россия» и «Музеи в Санкт-Петербурге» подчеркивают классические и культурные черты имиджа города [4].

В военной сфере новость «В России проходят репетиции парада Дня Победы, разнообразные тяжелые орудия дебютируют на параде» показывает военную силу города.

В туристической сфере новости «Исторический город - Санкт-Петербург» и «Санкт-Петербург реконструирует архитектуру в старом форме» показывают имидж Петербурга как культурного центра, который высоко оценивает свою историю и культуру.

В целом, мы можем видеть, что Санкт-Петербург имеет имидж города с богатой историей и культурой, но при этом он не так высоко оценивается, как Рим и Париж. Происходит это

потому, что на сцене современной культуры из России и из Санкт-Петербурга нет известных современных художников, отсутствуют известные современные работы. Кроме того, из-за недостатка пропаганды и коммуникации для многих китайцев имидж Санкт-Петербурга пока еще останется во многом связан с прошлым города, когда он назывался Ленинградом. Трудный язык и волнение за безопасность увеличивают сомнения относительно позитивного имиджа города.

Как мы смогли убедиться, Санкт-Петербург имеет культурный и исторический имидж в Китае, но этот имидж не яркий, конкретный и не уникальный на фоне других культурных городов.

В России сейчас проходит период развития китайских туристов с высоким темпом. По итогам 2013 года поток туристов из Китая в Россию вырос на 9%, превысив 372,3 тысячи поездок [3]. Таким образом, по количеству посетивших страну туристов Китай занял вторую строчку (на первом месте расположилась Германия). В 2013 году Петербург посетило более 240 тыс. китайских туристов. Но наибольшее количество туристов прибыло из крупнейших стран Европы – Германии, Франции, Великобритании, Италии, Испании, и также США и Японии, а не из Китая [11]. Сравнивая с количеством китайских выезжающих туристов в 2013 году - 98.19 млн. человек, мы можем увидеть, что рост количества китайских туристов в Санкт-Петербурге имеет большую возможность. Приняв программу развития Санкт-Петербурга как туристского центра, [8] город продемонстрировал потребность узнать об интересах китайских туристов и создавать соответствующий бренд и брендинговую кампанию.

Сегодня на азиатском рынке Санкт-Петербург не имеет плана брендинга и брендинговой кампании города. Для китайцев балет считается единственным брендом города. Так происходит потому, что каждый год балет из Санкт-Петербурга выступает во всем мире и в Китае. Но названия «Мариинский театр», «театр балета Бориса Эйфмана» считаются неизвестными для большинства китайцев.

Один из самых успешных примеров брендинга Санкт-Петербурга стала серия фотографий Виталия Соколовского «Танцующий Петербург» [10]. Фотограф снимает на улицах Санкт-Петербурга танцующих людей, которые ходят по магазинам, пьют кофе, слушают музыку, мокнут под дождем, читают газеты и т.п. Фотографии включают разные жанры танцев, и в фотографии сняты и молодые люди, и пожилые.

Фото одновременно показывают современный, живой имидж города и отражают его особый культурный облик. Серия фотографий не только была опубликована на многих вебсайтах, но и на форуме, на новых медиа.

Кроме этой серии фотографий у Санкт-Петербурга нет брендинга в Китае. Известную туристскую рекламу «Saint-Petersburg. No bears, just beauties» разместили в качестве наружной рекламы в Париже, Лондоне, Амстердаме, Франкфурте и Праге, но не в Азии.

У Петербурга есть официальный туристический сайт Санкт Петербурга – Visit Petersburg.ru [2]. Сайт использует английский язык и русский язык. На главном сайте показаны прогнозы погоды, курс обмена валют, главные мероприятия на этой месяц и главные достопримечательности города. Сайт разделяется на следующие темы: размещение, достопримечательности, информация, события и путеводитель. Еще есть вебсайт Городского туристско-информационного бюро Санкт-Петербурга, на котором показана деятельность этого бюро и новости туристической индустрии на русском и на английском языке [1]. Кроме этого, в разделе справочной информации на официальном сайте Администрации Санкт-Петербурга

есть информация на тему культура и туризм. Но эта информация дана только на русском языке.

Мы можем увидеть, что Санкт-Петербург испытывает ряд проблем, связанных со слабым развитием и использованием современных коммуникативных технологий. Во-первых, очень трудно найти официальные туристические сайты города в Google, Baidu и других поисковых системах. Во-вторых, сайты дают слишком мало информации о городе, особенно для индивидуальных туристов, которые планируют свои туры. И сайты пишутся лишь на русском и английском языке, а эти языки с трудом понимают китайцы. Кроме этого, нет официального туристического мобильного приложения. Привычки путешествия китайцев: планировать тур вперед и сравнить цены. Они часто тратят долгое время уточнить визовый процесс, сравнивать место и цены отелей, гостиниц и хостелов, выбирать уютные и дешевые виды транспорта, узнать интересные туристические маршруты и планы, найти вкусные национальные блюда, почитать опыты других туристов. А молодые люди хотят узнать, можно ли использовать свои смартфоны с интернетом и Wi-Fi. А мобильные приложения часто используют, чтобы искать достопримечательности и рестораны рядом, посмотреть карту города и создавать экскурсионные программы.

На сайте Администрации Санкт-Петербурга перечисляются десять офисов и информационных павильонов города. В него включены вокзал, аэропорты, главные достопримечательности.[1] Но многие туристы не знают о существовании этих павильонов, и во многих брошюрах, которые выдают в павильонах, публикуют одну рекламу и карту города. Эти брошюры без конкретных справочных данных для планирования, и они не помогают туристам.

Однако на улицах города, особенно на Невском проспекте, можно встретить многих людей, которые привлекают туристов к участию в турах. Эти туры имеют разные цены. Без ценовой справочной информации из официального канала китайские туристы часто чувствуют, что они тратят больше денег, чем они должны быть.

Отсутствие достаточной информации для туристов и отсутствие каналов, из которых они могут получить эту информацию – главные проблемы для туристов из Китая в Петербурге. Большинство туристов не говорят по-русски, а в Санкт-Петербурге нет достаточного числа людей, которые хорошо говорят по-английски, и конечно, по-китайски. Роль волонтеров в этой ситуации станет особенно важной.

Приведем пример из опыта организации туризма в других странах, например, Южной Кореи. В туристических зонах в Сеуле (столица Южной Кореи), например, в фольклорной деревне Пукчхон, на рынке Намдэун, в Мендоне и т.п., стоят многочисленные волонтеры, которые говорят на разных языках. И они всегда приносят карты и брошюры собой. Кроме этого у них есть бесплатная туристическая горячая линия, которая работает 24 часа на китайском, японском, корейском и английском языках. Туристы, которые находятся за рубежом, могут бесплатно звонить, используя эту линию, через Skype. Сеул также предлагает бесплатный путеводитель для прогулки по городу от 3 по 6 часов по конкретным экскурсионным программам. Путешественнику просто нужно зарегистрироваться за 3 дня вперед на туристическом сайте Сеула.

Кроме недостатков в информационной дистрибуции туристическая инфраструктура Санкт-Петербурга не имеет оформленной системы. Станции и линии туристических автобусов не ярко показаны. Такси в городе имеют разные цвета и стоимость. Кроме такси из аэропорта до центра города не существует удобного общественного транспорта для туристов. Покупки

билетов на балет и оперные спектакли особенно трудны для туристов, хотя на Невском проспекте и на станциях метро имеются театральные кассы: туристы не могут найти расписание со стоимостью всех спектаклей в городе на английском или на китайском языке, продавцы часто не очень хорошо говорят по-английски, нет сайтов или мобильного приложения, с помощью которых они могут покупать эти билеты.

Еще одной проблемой брендинга и развития Санкт-Петербурга является работа с городскими районами. Например, Нью-Йорк разделяется на 5 районов: Бруклин, Куинс, Манхэттен, Бронкс, Статен-Айленд. Манхэттен является финансовым центром Нью-Йорка. В районе расположен знаменитый Бровей, Уолл-стрит, Таймс-сквер и многие известные музеи. Район Бруклина представляет собой сосредоточение разнообразных культур и обществ, и поэтому в районе есть много индивидуальных архитектур с искусственной атмосферой. Еще в районе находится Бруклинский мост. А в районе Статен-Айленда есть Статен-Айленд Ферри. Со стороны острова открывается лучший вид на Статую Свободы, остров Эллис и Нижний Манхэттен. Каждый район Санкт-Петербурга тоже мог бы иметь свой собственный имидж и создавать свой бренд.

Например, в Центральном районе расположены многие исторические здания, достопримечательности, театры и музеи, здесь возможны различные экскурсионные программы: программа прогулки по району с рассказом о нем, программа прогулки на берегу, тур по церквям и соборам, тур по музеям, прогулки в коляске и тур, связанный с известным писателем/ музыкантом.

В промышленных районах, например, пищевые комбинаты могут продемонстрировать производственный процесс, позволяющий посетителям испытать производство продуктов и попробовать еду, которую производят на этом комбинате. Представительные компании и заводы могут организовать промышленные туры, в которых показывают развитие промышленности в городе и историю компании. А недействующие фабричные здания могут открывать музеи, культурные проекты современного искусства. Эти практики уже давно распространены и в Азии, и в Европе.

В отношении культурной индустрии культурные элементы могут соединяться вместе и стать новой экскурсионной программой. Например, вечерний тур в Чхандоккун «Чхандоккун под полной луной» [13]. Чхандоккун — дворцовый комплекс внутри большого парка в Сеуле, Южная Корея. Он является одним из «Пяти Больших Дворцов», построенных ванами династии Чосон.

Вечерний тур в Чхандоккун «Чхандоккун под полной луной» - прогулка по дворцу Чхандоккун в полнолунную ночь с апреля по июнь и с сентября по ноябрь. Количество участников в туре в одну ночь составляет 100 человек. В тур включают прогулку по дворцу и по саду Хувон, маленькое шоу, которое соединяет форму концерта и оперы, а также дегустация традиционных сладостей и чая. В шоу есть концерт традиционных инструментов, традиционный танец и традиционное корейское пение пхансори, зарегистрированное ЮНЕСКО в качестве нематериального культурного наследия.

Кроме памятников исторической архитектуры, традиционных танцев, песни, еды, инструментов в тур включают следующие культурные элементы: традиционный костюм, традиционная церемония и традиционный фонарь.

С помощью этих видов туризма путешественники могут ощутить больше культурных элементов за меньшее время. Для брендинга города соединенные культурные элементы повысили бы привлекательность культуры города.

Каждый культурный элемент в туре привлекает часть туристов, которые участвовали в туре. Например, туристы, которые интересуются традиционной музыкой, могут послушать традиционный концерт в национальном центре традиционных исполнительских искусств в Республике Корея; туристы, которые полюбили традиционные сладости, могут поехать в чайный дом или покупать их на рынке или в магазине в качестве подарка; туристы, которым понравился традиционный фонарь, могут покупать его в традиционном хозяйственном магазине.

Многие города организуют ночной тур в музеях и во дворцах. В Санкт-Петербурге есть «Ночь музеев», но вечерний тур в Чхандоккун включает больше культурных элементов. Этот пример можно взять за основу для формирования экскурсионной программы Санкт-Петербурга. С высокой оценкой туристов тур хорошо продвигает, популяризирует традиционную культуру Сеула и способствует развитию традиционной культурной индустрии.

С точки зрения современной культурной индустрии образец создания художественного центра «The Pier-2» [6] в Гаосюн в Танване более походит к ситуации Санкт-Петербурга. Этот художественный центр раньше был недействующим складом порта, и из-за перехода города из промышленного статуса на обслуживающий утратил свое прежнее предназначение. Благодаря местным художникам, с 2002 года «The Pier-2» стал экспериментальным творческим местом артистов в южной части Тайваня. С 2006 года бюро культуры Гаосюн начало управлять центром. Сегодня центр играет роль творческого района художественной компании, парка, зала выставки и места расположения площадок для концертов, ресторанов, магазинов и открытого пространства выставки.

В центре расположатся The Wall - музыкальная компания, центр цифровой индустрии Sony Computer Entertainment, художественный центр города, центр визуальных эффектов Rhythm & Hues Studios. Темы выставки в центре разнообразные: современные культуры, манга, фотографии, дизайн, бытовая эстетика и т.п. На каждом фасаде здания и каждой улице в центре лежат или стоят образцы творчества художников, и этот дизайн увлекает туристов посмотреть и погулять в центре. Одни дизайнеры и художники продают свои работы в центре.

В художественном центре «The Pier-2» художники создают, показывают и продают свои работы. Туристы наслаждаются и покупают работы дизайнеров. Бывший недействующий склад порта стал современным культурным творческим центром, и дает имидж городу как «культурный и креативный город».

С одной стороны, у Санкт-Петербурга отсутствует современный имидж, отсутствует влияние на современную культуру в мире, отсутствует притяжение для молодежи. С другой стороны, в Санкт-Петербурге имеются многие дизайнеры, фотографы и художники, представители современной культуры, но пока в городе нет общего района для них. Пример «The Pier-2» мог бы быть хорошим образцом для создания современной культурной индустрии в городе Санкт-Петербурге.

Список источников и литературы:

1. Городское туристско-информационное бюро. Официальный сайт Администрации Санкт-Петербурга <<http://gov.spb.ru/helper/culture/ctic/>>. Дата обращения: 05.05.2014
2. Городской туристический портал Visit Petersburg.ru. <<http://visit-petersburg.ru/>>

- page=index>. Дата обращения: 05.05.2014
3. Культура и туризм. Официальный сайт Администрации Санкт-Петербурга. <<http://gov.spb.ru/helper/culture/>>. Дата обращения: 05.05.2014
 4. «Мир без границ» подвел итоги прошедшего года (25 апреля 2014). Официальный сайт Администрации Санкт-Петербурга. <http://gov.spb.ru/gov/otrasl/c_tourism/news/47725/>. Дата обращения: 07.05.2014
 5. Официальный сайт водкаст «XFun клуб любителей еды». Youku. <http://www.youku.com/show_page/id_z0b0c56706aa111e296ac.html>. Дата обращения: 04.05.2014
 6. Официальный сайт художественного центра The Pier-2. <<http://pier-2.khcc.gov.tw/content/index.aspx>>. Дата обращения: 05.05.2014
 7. Официальный сайт ток шоу «Утренний Звонок». Youku. <http://www.youku.com/show_page/id_z64feb2249b8211e296da.html>. Дата обращения: 04.05.2014
 8. Программа развития Санкт-Петербурга как туристского центра. Официальный сайт Администрации Санкт-Петербурга. <http://gov.spb.ru/gov/otrasl/c_tourism/programma-razvitiya-sankt-peterburga-kak-turistskogo-centra/>. Дата обращения: 07.05.2014
 9. Список микроблогов с ключевым словом «Санкт-Петербург (на китайском языке)» в Sina Weibo. <<http://s.weibo.com/weibo/%25E5%259C%25A3%25E5%25BD%25BC%25E5%25BE%2597%25E5%25A0%25A1&b=1&page=1>>. Дата обращения: 2.05.2014
 10. Танцующий Петербург. Dance-Petersburg. Вконтакте. <http://vk.com/dance_petersburg>. Дата обращения: 05.05.2014
 11. Туристов в Санкт-Петербурге стало больше, чем петербуржцев. foto-travel.net. (3 апреля 2014) <<http://foto-travel.net/2014/04/turistov-v-sankt-peterburge-stalo-bolshe-chem-peterburzhtsev>>. Дата обращения: 07.05.2014.
 12. Historic Centre of Saint Petersburg and Related Groups of Monuments. ЮНЕСКО. <<http://whc.unesco.org/en/list/540>>. Дата обращения: 20.04.2014
 13. Moonlight Tour at Changdeokgung Palace. Visit Korea. <http://english.visitkorea.or.kr/enu/SI/SI_EN_3_6.jsp?cid=1087481>. Дата обращения: 05.05.2014
 14. 俄罗斯圣彼得堡代表团来粤招商引资两亿元(图) (Делегация Санкт-Петербурга подписала соглашения на двести миллионов юаней в Провинции Гуаньдон)(16 января 2014). Sina News. <<http://news.sina.com.cn/o/p/2014-01-16/181029263359.shtml>>. Дата обращения: 04.05.2014
 15. 俄罗斯移动运营商 MTS 在圣彼得堡推出 LTE 网络(Русский оператор мобильной связи МТС запустил LTE сеть в Санкт-Петербурге)(18 апреля 2014). c114.net. <<http://www.c114.net/news/17/a832006.html>>. Дата обращения: 04.05.2014
 16. [市政府外办]周波会见俄罗斯圣彼得堡市副市长马尔科夫(Вице-мэр Жжоу Бо встретился с вице-мэром Санкт-Петербурга)(08 апреля 2014). Комиссия по социальному развитию города Шанхая. <<http://gov.eastday.com/shjs/node5/node34/u1a32898.html>>. Дата обращения: 04.05.2014

17. 移動聊天應用全球格局圖 WhatsApp 佔據主導 (Глобальная картина на мобильное приложение чата. WhatsApp занимает доминирующее место) (27 ноября 2013). Sina Tech. <http://big5.xinhuanet.com/gate/big5/news.xinhuanet.com/info/2013-11/27/c_132921613.htm>. Дата обращения: 02.04.2014

Продолжающееся научное издание

**Международные гуманитарные связи:
Материалы заочных сессий ежеквартальной студенческой научной
конференции.
Том IV: Материалы третьей заочной сессии (1-9 июня 2014 года).**

Оргкомитет конференции:

ФОКИН Владимир Иванович, доктор исторических наук, профессор – председатель
МУКОМОЛОВ Сергей Леонидович, доктор медицинских наук, профессор
БОГОЛЮБОВА Наталья Михайловна, кандидат исторических наук, доцент
НИКОЛАЕВА Юлия Вадимовна, кандидат исторических наук, доцент
РЯЗАНЦЕВА Наталья Борисовна, кандидат исторических наук, доцент
ШИРИН Сергей Сергеевич, кандидат политических наук, доцент
АРДАТОВА Екатерина Владимировна, кандидат филологических наук
ЭЛЬЦ Елена Эдуардовна, кандидат исторических наук
ПОРТНЯГИНА Мария Дмитриевна

Материалы для следующих сессий принимаются по электронной почте:
s.shirin@spbu.ru