



Вестник
Владивостокского
государственного
университета
экономики и сервиса

ISSN 2073-3984

Территория НОВЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ

1

*Проблемы
Мнения
Дискуссии
События*

[32]

2016

2016 № 1 [8]

ТЕРРИТОРИЯ НОВЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ

Вестник
Владивостокского государственного
университета экономики и сервиса

.....

Учредитель и издатель:
Владивостокский государственный университет
экономики и сервиса

Издается с 2009 г.



Владивосток
2016

ISSN 2073-3984

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ

- Т.В. Терентьева* – *председатель совета*, доктор экономических наук, профессор, ректор Владивостокского государственного университета экономики и сервиса (Владивосток, Россия)
- Г.И. Лазарев* – доктор экономических наук, профессор, президент Владивостокского государственного университета экономики и сервиса (Владивосток, Россия)
- Nguyen An Ha* – associate professor, PhD, доцент, директор Института Европейских исследований Вьетнамской академии социальных наук (Ханой, Вьетнам)
- Do Huong Lan* – PhD, заместитель директора по исследовательской и учебной работе, преподаватель факультета Международной экономики и бизнеса Университета внешней торговли (Ханой, Вьетнам)
- W.L. Clayton* – профессор Международной экономики университета Джонса Хопкинса, Школа передовых международных исследований (САИС) (Балтимор, США)
- С.Ю. Алимов* – доктор юридических наук, профессор, зав. кафедрой государственно-правовых дисциплин Российско-таджикского (славянского) университета (Душанбе, Таджикистан)
- П.Я. Бакланов* – доктор географических наук, академик РАН (Владивосток, Россия)
- Т.М. Бойцова* – доктор технических наук, профессор (Владивосток, Россия)
- Ю.Г. Евтушенко* – доктор физико-математических наук, академик РАН, директор Вычислительного центра им. А.А. Дородницына Российской академии наук (Москва, Россия)
- В.В. Желтов* – доктор философских наук, профессор (Кемерово, Россия)
- Н.А. Смирнова* – доктор технических наук, профессор Костромского государственного технического университета, председатель КРО ООО «Союз дизайнеров России» (Кострома, Россия)
- Г.П. Старкова* – *заместитель председателя совета*, доктор технических наук, профессор (Владивосток, Россия)

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

- О.Ю. Ворожбит* – доктор экономических наук, профессор (Владивосток, Россия)
- Л.И. Кирсанова* – *главный редактор*, доктор философских наук, профессор (Владивосток, Россия)
- Н.А. Коноплева* – доктор культурологии, профессор (Владивосток, Россия)
- В.В. Крюков* – доктор экономических наук, профессор (Владивосток, Россия)
- А.П. Латкин* – доктор экономических наук, профессор (Владивосток, Россия)
- Л.С. Мазелис* – доктор экономических наук (Владивосток, Россия)
- Л.М. Медведева* – доктор исторических наук, профессор (Владивосток, Россия)
- В.П. Смагин* – доктор физико-математических наук, профессор (Владивосток, Россия)
- К.С. Солодухин* – доктор экономических наук, доцент (Владивосток, Россия)

Редакция журнала в своей деятельности руководствуется положениями гл. 70 «Авторское право» Гражданского кодекса Российской Федерации и рекомендациями международного Комитета публикационной этики (COPE) – <http://publicationethics.org/resources/flowcharts>.

Публикуемые материалы, мнения и выводы могут не совпадать с точкой зрения редакции. Авторы несут ответственность за оригинальность публикации, подбор и достоверность приведенных фактов, цитат, статистических данных, имен собственных, географических названий и прочих сведений, а также использование данных, не предназначенных для открытой печати.

При цитировании и копировании публикаций ссылка на журнал обязательна.

2016 № 1 [8]

THE TERRITORY OF NEW OPPORTUNITIES

The Herald of Vladivostok State
University of Economics and Service

.....

Founder and publisher:
Vladivostok State University
of Economics and Service

Published since 2009



Vladivostok
2016

ISSN 2073-3984

EDITORIAL COUNCIL MEMBERSHIP

- T.V. Terentyeva – *Chairman of the Editorial Council*, Doctor of Science, Economics, President Vladivostok State University of Economics and Service (Vladivostok, Russia)
- G.I. Lazarev – Doctor of Science, Economics, Professor, Chancellor Vladivostok State University of Economics and Service (Vladivostok, Russia)
- Nguyen An Ha – Associate Professor, PhD. Institute For European Studies, Vi Vietnamese Academy of Social Sciences, Director (Vietnam, Hanoi)
- Do Huong Lan – PhD, Deputy Head of Research and Academic Affairs; Lecturer of Faculty of International Economics and Business Foreign Trade University (Vietnam, Hanoi)
- W.L. Clayton – Professor of International Economics, Johns Hopkins University School of Advanced International Studies (Baltimore, SAIS)
- S.Y. Alimov – Doctor of Law (Jurisprudence Sciences), Professor, Head of Department of State and legal disciplines, Russian-Tajik (Slavonic) University (Dushanbe, Tajikistan)
- P.Y. Baklanov – Doctor of Geographical Sciences, member of the Academy of Sciences (Vladivostok, Russia)
- T.M. Boytsova – Doctor of Engineering Science, Professor (Vladivostok, Russia)
- Y.G. Evtushenko – Doctor of Physico-Mathematical Sciences, member of the Academy of Sciences, Director of computer center of A.A. Dorodnitsyn of the Academy of Sciences (Moscow, Russia)
- V.V. Zheltov – Doctor of Philosophy Sciences, Academician of the Academy of Political Science, Kemerovo State University (Kemerovo, Russia)
- N.A. Smirnova – Doctor of Technical Sciences, Professor cathedra design, technology, materials and examination of consumer goods Kostroma State Technical University (Kostroma, Russia)
- G.P. Starkova – *Vice-chairman of the Editorial Council*, Doctor of Engineering Science, Professor, (Vladivostok, Russia)

EDITORS

- L.I. Kirsanova – *Head Editor*, Doctor of Philosophy, Professor (Vladivostok, Russia)
- N.A. Konopleva – Doctor of Culturology, Professor (Vladivostok, Russia)
- V.V. Kryukov – Doctor of Economic, Professor (Vladivostok, Russia)
- A.P. Latkin – Doctor of Economic, Professor (Vladivostok, Russia)
- L.S. Mazelis – Doctor of Economic, Professor (Vladivostok, Russia)
- L.M. Medvedeva – Doctor of Historical Sciences, Professor (Vladivostok, Russia)
- V.P. Smagin – Doctor of Physics and Mathematics, Professor (Vladivostok, Russia)
- K.S. Solodukhin – Doctor of Economic, assistant professor (Vladivostok, Russia)
- O.Y. Vorozhbit – Doctor of Economic, Professor (Vladivostok, Russia)

The editorial Board is guided by the provisions of Chapter 70 “Copyright” of the Civil code of the Russian Federation and recommendations of the International Committee on publication ethics (COPE) – <http://publicationethics.org/resources/flowcharts>.

Published materials, opinions and conclusions may not coincide with the point of view of the publisher. The authors are responsible for the originality of the publication, selection and accuracy of facts, quotes, statistics, personal names, geographical names and other information, as well as the use of data that is not intended for the press.

Copying or quoting the publications needs a direct link to the journal.

Содержание

Международные отношения

Сон Н.Т., Старкова Г.П.

Прямые иностранные инвестиции в экономическую зону Динь Ву Кат Хай в городе Хайфон (Вьетнам) в условиях усиливающейся международной экономической интеграции

Голобоков А.С.

Факторы повышения эффективности Шанхайской организации сотрудничества в контексте угроз и вызовов международной безопасности

Экономические науки

Андреев В.А.

Совершенствование процессов финансово-экономической экспертизы проектов государственных программ Российской Федерации

Корнейко О.В.

Теория аукционов как инструмента повышения эффективности рыбопромышленных предприятий

Юридические науки

Уханов А.Д.

Современная трансформация государственного суверенитета

Шульга В.И., Василенко В.С.

К вопросу снижения возраста уголовной ответственности для несовершеннолетних

Алексеенко А.П.

Право и государство в трудах Н.А. Бердяева

Гуманитарные науки

Преснякова Л.В., Пономарчук Н.А.

Законодательство России и Китая в сфере нематериального культурного наследия: сравнительный анализ

Гончарук Е.Ю.

Этнокультурная специфика взаимодействия носителей русского и китайского языков в ситуации коммуникативного конфликта

Ишмурзина И.А.

Сравнение русской и китайской языковых картин мира (на примере концепта «голова»)

Хисамутдинова Н.В.

От «Пролетрадио» к регулярному вещанию

Имидж территорий: технологии и опыт формирования

Гавра Д.П.

Информационная логистика в коммуникациях региона

Беляева М.А.

Образ Екатеринбурга: от истории к современности

Будаева С.Б.

О роли рекреационных местностей в формировании положительного имиджа Республики Бурятия (на примере рекреационной местности «Озеро Щучье»)

Contents

International Relations

Son Nguyen Thai, Starkova G.P.

Solutions to attract FDI into DVCH economic Zone in Haiphong, Vietnam in the context of intensifying international economic integration

Golobokov A.S.

Factors of increasing the Shanghai cooperation organization's effectiveness in a context of threats and challenges of international security

Economic science

Andreev V.A.

Enhancement of the financial and economical expertise procedures of the public programs in the Russian Federation

Korneyko O.V.

The theory of auctions as a tool to improve the efficiency of fishing enterprises

Law science

Ukhanov A.D.

Contemporary Transformation of state sovereignty

Shulga V.I., Vasilenko V.S.

To a question for reducing the age of criminal responsibility for minors

Alekseenko A.P.

Law and the State in the writings of N.A. Berdyaev

Humanitarian Science

Presnyakova L.V., Ponomarchuk N.A.

The legislation of Russia and Chinain the sphere of nonmaterial cultural heritage: comparative analysis

Goncharuk E.Yu.

Ethno-cultural specificity of interaction Russian and Chinese language speakers in the situation of communicative conflict

Ishmurzina I.A.

Comparing Russian and Chinese language pictures of the world (for example, the concept "head")

Khisamutdinova N.V.

From Proletradio to the regular broadcasting

Territorial image: technology and experience of formation

Gavra D.P.

Informational logistics in the communications of the region

Belyaeva M.A.

Image of Yekaterinburg: from history to the present

Budaeva S.B.

About the role recreational districts in the formation of a positive image of the Republic of Buryatia (for example, the recreational district «Lake Shchuchye»)

<p><i>Бушев А.Б., Петрова О.В.</i> Территориальный бренд и его особенности на примере Японии</p> <p><i>Гомилевская Г.А., Дмитриенко Ю.В.</i> Формирование туристской идентичности г. Владивостока в контексте бренда: «Владивосток – морские ворота России»</p> <p><i>Данилова О.Н., Зайцева Т.А.</i> Визуальные символы как составная часть имиджа</p> <p><i>Карабанова С.Ф.</i> Слагаемые имиджа города</p> <p><i>Коноплева Н.А.</i> К вопросу об интерпретации концептов: территориальный имиджмейкинг, брендинг, маркетинг</p> <p><i>Копытов О.Н.</i> Субъект современного краеведческого медиадискурса Приморья: главные характеристики</p> <p><i>Кузова В.А.</i> Проблемы создания доступной среды для маломобильных групп населения в Приморском крае</p> <p><i>Леканова А.С.</i> Имидж региона в практике управления социально-экономическим развитием территории (на примере Тюменской области)</p> <p><i>Лига М.Б.</i> Модель качества жизни в социально-экологической парадигме</p> <p><i>Метляева Т.В.</i> Исследование особенностей формирования имиджа г. Владивостока (социокультурный аспект)</p> <p><i>Николаева Е.В.</i> Проблема культурного имиджа приграничного российского региона (на примере Калининграда)</p> <p><i>Обертас О.Г., Коноплева Н.А., Петухов В.В.</i> К вопросу идентификации города Владивостока как европейского порта на восточной оконечности России</p> <p><i>Обертас О.Г., Червонка Н.С.</i> Арт-объект как имиджевый элемент в городской среде Владивостока</p> <p><i>Терская Л.А., Давыденко Л.И.</i> Исследование имиджевых характеристик коттеджного поселка</p> <p><i>Федорова С.Н.</i> Позиционирование туристического имиджа Республики Саха (Якутия)</p> <p><i>Цекина М.В., Батуев М.С.</i> Экотропа как основа развития экологического туризма в национальных парках Бурятии</p> <p><i>Якименко Л.В., Иваненко Н.В.</i> Природно-ресурсный потенциал и охрана окружающей среды Владивостокского городского округа</p> <p>Правила публикации статей</p>	<p>134</p> <p>142</p> <p>154</p> <p>162</p> <p>168</p> <p>176</p> <p>183</p> <p>190</p> <p>197</p> <p>204</p> <p>212</p> <p>219</p> <p>228</p> <p>235</p> <p>243</p> <p>248</p> <p>256</p> <p>266</p>	<p><i>Bushev A.B., Petrova O.V.</i> Regional branding and its characteristics: Japan</p> <p><i>Gomilevskaya G.A., Dmitrienko Yu.V.</i> The formation of Vladivostok tourist identity in the context of the brand: «Vladivostok – marine gate of Russia»</p> <p><i>Danilova O.N., Zaytseva T.A.</i> Visual symbols as part of the image</p> <p><i>Karabanova S.F.</i> The cities composed image</p> <p><i>Konopleva N.A.</i> To a question of interpretation of concepts: territorial image making, branding, marketing</p> <p><i>Kopytov O.N.</i> The subject of contemporary media discourse Primorye regional studies: the main characteristics</p> <p><i>Kuzova V.A.</i> The problem of creating an accessible environment for people with limited mobility in the Primorsky Region</p> <p><i>Lekanova A.S.</i> The image of the region in the practice of socio-economic development of the territory (for example, the Tyumen region)</p> <p><i>Liga M.B.</i> The model of quality of life in the social-ecological paradigm</p> <p><i>Metlyayeva T.V.</i> Vladivostok Image Formation Research (Sociocultural aspect)</p> <p><i>Nikolaeva E.V.</i> The Problem of Cultural Image of a Frontier Russian Region (Kaliningrad Case Study)</p> <p><i>Obertas O.G., Konopleva N.A., Petukhov V.V.</i> To a question of identification of the city of Vladivostok as European port on the easternmost tip of Russia</p> <p><i>Obertas O.G., Chervonka N.S.</i> Art-object as an image element in an urban environment of Vladivostok</p> <p><i>Terskaya L.A., Davydenko L.I.</i> Study image characteristics of cottage settlement</p> <p><i>Fedorova S.N.</i> Positioning of tourist image of the Republic of Sakha (Yakutia)</p> <p><i>Tsekina M.V., Batuev M.S.</i> Ecotrail as the basis of ecological tourism development in national parks in Buryatia</p> <p><i>Yakimenko L.V., Ivanenko N.V.</i> Nature environment and its protection of the Vladivostok city district</p> <p>Rules of Publishing</p>
--	---	---

.....

Международные отношения

.....

УДК 339.9

Н.Т. Сон

Университет Хайфон
Хайфон. Вьетнам

Г.П. Старкова

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Прямые иностранные инвестиции в экономическую зону Динь Ву Кат Хай в городе Хайфон (Вьетнам) в условиях усиливающейся международной экономической интеграции

С целью стимулирования социально-экономического развития Хайфона, побережья Северного моря, его окрестностей и территорий, расположенных рядом с устьем реки Хонгха, и крупнейших экономических центров на севере в 2008 году был установлен режим особой экономической зоны Динь Ву Кат Хай (далее – ДВКХ). На сегодняшний день экономическая зона ДВКХ постепенно становится основной территорией для привлечения в промышленную и экономическую зоны Хайфона (Вьетнам) проектов с прямыми иностранными инвестициями. Однако, как показывает практика, деятельность по привлечению иностранных инвестиций, встречает различные трудности. В настоящей статье представлены примеры осуществления проектов на территории экономической зоны ДВКХ, выявлен ряд основных успехов и проблем, а также предложены решения, которые позволят стимулировать привлечение прямых иностранных инвестиций на территорию экономической зоны.

Ключевые слова и словосочетания: Динь Ву Кат Хай, экономическая зона, прямые иностранные инвестиции, капиталовложение, Хайфон.

S. Nguyen Thai

Haiphong University
Haiphong. Vietnam

G.P. Starkova

Vladivostok State University of Economics and Service
Vladivostok. Russia

Solutions to attract FDI into DVCH economic Zone in Hai Phong, Vietnam in the context of intensifying international economic integration

Dinh Vu–Cat Hai (DVCH) economic zone was established in 2008 with purpose of pushing up social-economic development of Hai Phong and creating momentum for social-economic development

¹ Сон Нгуен Тай – кандидат наук.

² Старкова Галина Петровна – д-р. техн. наук, профессор кафедры дизайна и технологий; e-mail: galina.starkova@vvsu.ru.

Перевод Т.В. Евсеевой.

not only for Northern sea area and its vicinity, but also the whole of Red River Delta and major economic centres in the North. At present, DVCH economic zone has gradually been becoming a main territory for attracting FDI projects in the system of industrial zones and economic zones in Hai Phong, Vietnam. However, it is shown in practice that the activities for attracting FDI projects are facing up with many difficulties. The quantity and the quality of these FDI projects are not compatible with the potentials and the strategic position of DVCH economic zone. This article presents the current situation of FDI in DVCH economic zone, figures out some main achievements and difficulties, and suggests some basic solutions for pushing up activities to attract FDI to this economic zone...

Keywords: Dinh Vu – Cat Hai, Economic Zone, FDI, Investment, Haiphong

Введение

Режим специальной экономической зоны ДВКХ был установлен Решением премьер-министра Вьетнама № 06/2008/ҚӘ-ТТг от 10 января 2008 г. и Решением премьер-министра Вьетнама № 69/2011/ ҚӘ-ТТг от 13 декабря 2011 г.

В соответствии с Решением премьер-министра 39/2013/ҚӘ-ТТг от 27 июня 2013 г. территория экономической зоны ДВКХ была расширена до 22,54 гектаров. Предполагалось, что экономическая зона ДВКХ станет экономическим комплексом, многоотраслевым морским экономическим центром, современным городом, финансовым, промышленным и туристическим центром и откроет двери к международной интеграции с Вьетнамом, а также будет способствовать развитию Хайфона и остальных провинций на территории важнейшей экономической зоны, располагающейся на севере Вьетнама. На территории экономической зоны ДВКХ есть области, где применяется налоговое и тарифное регулирование, а также районы, в которых действуют специальные налоговые льготы и применяется налогообложение по ставке 0%. В районах, подпадающих под тарифное регулирование, располагаются промышленная зона, торговая зона, центр города, развлекательная зона, международный морской порт и система обслуживания транспортного обеспечения порта. Сейчас на территории экономической зоны ДВКХ находится 8 промышленных комплексов, стратегические планы которых были одобрены Администрацией экономической зоны Хайфон посредством выдачи Инвестиционного сертификата, согласно которому была предоставлена для использования территория площадью до 3 412,33 га, а также промышленная территория площадью до 1023,76 га, где к 2014 году были реализованы проекты по строительству 7 промышленных комплексов и 12 промышленных инфраструктурных комплексов. Учитывая уровень и благоприятное расположение, экономическая зона ДВКХ входит в группу 5 прибрежных экономических зон, значительный вклад в развитие которых в 2012–2015 гг. был внесен за счет государственных инвестиций (из местного бюджета) (Документ № 1231/ТТг-КТТН от 17 августа 2012).

В рамках развития экономической зоны ДВКХ привлечение источников иностранных инвестиций, особенно прямых иностранных инвестиций, имеет особое значение. Администрация экономической зоны Хайфон с первого дня функционирования этой особой экономической зоны сконцентрировала внимание на вопросах, касающихся планирования деятельности, реформирования административных процедур и создания благоприятной среды для иностранных инвесторов. Благодаря

благоприятному географическому расположению, общей экономической модели и нахождению в городе имеющих преимущество развития производственных предприятий и морских портов, а также мерам стимулирования инвестиционной активности, специально разработанным для экономических зон, экономическая зона Динь Ву Кат Хай быстро развивается и получает удовлетворительные результаты. Тем не менее жесткая конкуренция с другими регионами Вьетнама и иными близлежащими государствами требует принятия ряда специальных эффективных решений, которые смогут увеличить приток прямых иностранных инвестиций (далее – ПИИ), поступающих на территорию экономической зоны ДВКХ в городе Хайфон.

Пример привлечения прямых иностранных инвестиций в экономическую зону ДВКХ

Достижения. Благодаря благоприятной инвестиционной политике экономическая зона ДВКХ с момента ее создания является наиболее привлекательной в системе экономических зон Хайфона. На территорию экономической зоны ДВКХ привлекается большая часть инвестиционных капиталовложений (учитывая как качественный, так и количественный критерий). По прошествии 5 лет существования экономической зоны ДВКХ были достигнуты следующие положительные результаты (табл. 1).

Таблица 1

Прямые иностранные инвестиции на территории экономической зоны Динь Ву Кат Хай по состоянию на первое полугодие 2015 г.

№	Год	Проекты		Общий объем инвестиционных вложений (млн. долларов)		Средняя величина капиталовложений (млн. долларов)		Прямые иностранные инвестиции	
		Количество проектов	Разница (по сравнению с предыдущим годом)	Объем	Разница (по сравнению с предыдущим годом)	Сумма	Разница (по сравнению с предыдущим годом)	Размер (млн. долл.)	(%)
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	До 2008	3		98,29		32,76		84,83	86,3
2	2008	5	2	374,50	276,22	74,90	42,14	352,13	94,0
3	2009	1	-4	116,86	-257,65	116,86	41,96	81,80	70,0
4	2010	4	3	42,79	-74,07	10,70	-106,16	40,21	94,0
5	2011	10	6	617,76	574,97	61,78	51,08	443,73	71,8
6	2012	13	3	1.756,40	1.138,64	135,11	73,33	1.756,40	100,0
7	2013	15	2	1.803,78	47,38	120,25	-14,86	1.803,78	100,0
8	2014	23	8	841,52	-962,27	36,59	-83,66	775,37	92,1

Окончание таблицы 1

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
9	6 месяцев 2015	23		268,09		11,66		266,86	99,5
	Итого	97		5.919,99		61,03		5.605,10	94,7

Примечание: агентство статистики высшего образования, 2015.

К июню 2015 г. в экономических и промышленных зонах Хайфона действовали 189 проектов с прямыми иностранными инвестициями, объем капиталовложений которых составил 7461,95 млн долл. (согласно информации, предоставленной Центром привлечения инвестиций консалтинговой компании «ХЕЗА» в 2015 г.), из которых 97 проектов с ПИИ, подлежащих реализации на территории экономической зоны ДВКХ, что эквивалентно 51,32% проектов, профинансированных на территории экономических зон Хайфона, что в денежном выражении составляет до 5919,99 млн долл. (79,33% от общей суммы инвестиций в экономических зонах Хайфона).

Экономическая зона ДВКХ, будучи устроенной по типу модели хозяйственного комплекса, имеет множество аспектов, интересных для иностранных инвесторов. Ряд промышленных территорий экономической зоны ДВКХ (включая Динь Ву, Вьетнамско-Сингапурскую промзону, Тран Дью) после применения различных мер для стимулирования иностранных инвестиций доказал свою инвестиционную привлекательность для иностранцев. Иная причина, привлекающая иностранных инвесторов, заключается в глубокой интеграции экономики Вьетнама и мировой, а также региональной экономики с момента вступления страны в ВТО. Кроме того, считается, что поток капиталовложений иностранных инвесторов резко возрастет, когда Вьетнам завершит процедуры, связанные со вступлением в Азиатское экономическое сообщество, Транс-тихоокеанское партнерство, а также заключит Соглашение о свободной торговле между Европейским союзом и Вьетнамом.

В 2008 г. финансирование лишь 5 из 13 проектов с ПИИ на территории экономической зоны Хайфон было осуществлено в объекты и программы на территории экономической зоны ДВКХ, что составляет 374 млн долл. или 52% инвестиционных капиталовложений на территории экономической зоны Хайфон. В 2009 г. на территории экономической зоны ДВКХ финансирование за счет инвестиций получил лишь один проект, касающийся инфраструктуры промышленного парка Нам Динь Ву 2. В данном проекте приняли участие три акционерных общества (из Гонконга, Бельгии и Вьетнама), причем в этом случае объем капиталовложений иностранных инвесторов составил 70%. Этот проект стал единственным на тот момент на территории всей экономической зоны Хайфон. В 2010 г. имело место всего 4 проекта, получивших инвестиции на территории экономической зоны ДВКХ с общим объемом капиталовложений до 42,79 млн долл., или 69,2% от общего объема ПИИ на территории экономических и промышленных зон Хайфон. Даже несмотря на то, что количество инвестиционных проектов на территории экономической зоны ДВКХ не было велико, указанные цифры свидетельствуют, что в период с 2008 по

2010 г., средний размер капиталовложений в инвестируемый проект на территории экономической зоны ДВКХ выше, чем на территории иных экономических и промышленных зон Хайфона. Данные цифры также иллюстрируют, что проекты, инвестируемые на территории экономической зоны ДВКХ, имеют большее значение, чем получающие капиталовложения на территории иных экономических и промышленных зон Хайфона проекты. С 2011 г. объем ПИИ в экономической зоне ДВКХ постоянно исчисляется в размере 98% от общего размера капиталовложений на территории экономической зоны Хайфон, а количество проектов – 85% всех инвестируемых на территории экономических и промышленных зон Хайфона проектов. Данные показатели подтверждают, что нельзя отрицать важную роль экономической зоны Динь Ву Кат Хай, а также тот факт, что установление такого особого экономического режима имело успех на первоначальном этапе.

Благодаря оживлению мировой экономики и подъему экономики Вьетнама наряду с большим числом новых методов стимулирования инвестиционной деятельности, инициированных властями экономической зоны Хайфон, а также с изменениями и упрощением процедуры таможенной очистки, экономическая зона Хайфон стала привлекательной для большого количества инвестиционных проектов высокого уровня. С 2010 г. множество крупных проектов было реализовано на территории этой экономической зоны, включая проект Киосера Мита в технопарке Вьетнамско-Сингапурской промышленной зоны по производству офисной техники, объем инвестиций которого составил 187,5 млн долл.; Международный контейнерный морской порт, стоимость капиталовложений в который составила 321 млн долл. (инвесторами стали два акционерных общества: из Вьетнама и Японии); проект японской корпорации Бриджстоун с общим объемом инвестиций до 1,2 млрд долл. на территории промышленной зоны Динь Ву; проект фармацевтической компании Нипро Фарма (Япония) с зарегистрированным капиталом до 250 млн долл.; проект компании Фуджи Ксерокс Сингапур по производству принтеров и multifunctional устройств в технопарке Вьетнамско-Сингапурской промышленной зоны с размером инвестиций до 119 млн долл.; проекты, относящиеся к производству и сборке высокотехнологичных продуктов, смартфонов LTE в промышленной зоне Тран Дью, общая сумма зарегистрированного капитала которых достигает 1,5 млрд долл.

Таблица 2

Фактическое положение ряда крупных проектов с прямыми иностранными инвестициями в экономической зоне Динь Ву Кат Хай

№	Компания/Проект	Единица измерения	Капитал	Первоначальный объем капиталовложений	Доходность 6 месяцев 2015	Налог 6 месяцев 2015	Количество работников (чел.)
1	2	3	4	5	6	7	8
1	ЭлДжи	млн долл. США	1500,0	280,8	265,1	21,40	643
2	Бриджстоун	млн долл. США	1224,1	477,8	35,7	0,68	1.286

Окончание таблицы 2

1	2	3	4	5	6	7	8
3	Нипро фарма	млн долл. США	250,0	138,4		0,18	125
4	Киосера	млн долл. США	187,5	88,4	94,1	0,42	1626
5	Фуджи Ксерокс	млн долл. США	119,0	119,0	74,6	0,22	1.561
	Итого:	млн долл. США	3280,6	1104,4	424,9	20,09	5239,0

Примечание: агентство статистики высшего образования, 2015

В рамках данных проектов имеет место не только обоснованное использование современного оборудования, но и привлечение иных аналогичных проектов, а также стимулирование модернизации и развитие промышленности города Хайфон. Данные проекты являются не только очень важным средством для привлечения ПИИ в перспективе, но и мощной движущей силой стимулирования инвестиционной активности и дополнительных услуг на территории промышленных зон (таблица 3).

Таблица 3

Результаты осуществления ПИИ в рамках инвестиционного бизнеса (до июня 2015 г.)

№	Содержание	ПИИ		
		Количество проектов	Размер инвестиций (млн долл.)	Доля, %
1	Инвестирование на территории экономической зоны ДВКХ	97	5919,99	100,000
2	Инвестирование в объекты инфраструктуры и технопарки экономической зоны ДВКХ	6	811,16	13,702
3	Вторичное инвестирование в технопарки экономической зоны ДВКХ	91	5108,83	86,298
<i>Классификация дополнительных проектов, основанных на инвестировании</i>			<i>5108,83</i>	<i>100,000</i>
3.1	<i>Строительство морских портов, офисных зданий, магазинов, объектов инфраструктуры</i>	<i>13</i>	<i>464,61</i>	<i>9,094</i>
3.2	<i>Производство</i>	<i>75</i>	<i>4639,96</i>	<i>90,823</i>
3.3	<i>Отток населения в города (из сельской местности), проектирование, распоряжение водными ресурсами</i>	<i>1</i>	<i>0,20</i>	<i>0,004</i>
3.4	<i>Финансы, услуги</i>	<i>2</i>	<i>4,05</i>	<i>0,079</i>

Примечание: расчеты произведены автором на основе цифр, опубликованных агентством статистики высшего образования.

97 новых проектов с общим объемом инвестиций до 5919,99 млн долл. было привлечено в экономическую зону ДВКХ к июню 2015 г. Данные инвестиции на-

правлены на развитие инфраструктуры и дополнительное производство. В настоящее время существует шесть действующих проектов, объем капиталовложений которых составляет до 811,16 млн долл., или 13,7% объема ПИИ, вложенных в экономическую зону ДВКХ. Данные проекты выполняются согласно графику и обеспечивают создание инфраструктуры для иных проектов.

Таким образом, внутренняя организация процесса привлечения ПИИ позволила извлечь выгоду из всех недостатков, имевших место в Хайфоне и в экономической зоне ДВКХ в частности, что также помогает городу следовать курсу, направленному на модернизацию и развитие промышленного производства. Прямые иностранные инвестиции в большей мере направлены на финансирование большого количества проектов промышленного производства, требующих крупных инвестиций. Кроме того, ПИИ также направлены на финансирование проектов, относящихся к созданию и развитию объектов инфраструктуры, торговли и сферы услуг. Данная тенденция позволяет как увеличивать долю промышленного производства и услуг, так и поддерживать присутствующих на рынке местных производителей, а также сферу услуг.

Следует заметить, что деятельность по привлечению инвестиций в экономическую зону ДВКХ имеет положительные результаты. Большое внимание уделяется планированию деятельности, что, в свою очередь, создает условия для устойчивого развития на территории экономической зоны. Члены правления экономической зоны Хайфон совместно с подрядчиком, японской компанией «Никкен Секкей Сивил Инжиниринг Лтд» завершили Общий план застройки территории экономической зоны ДВКХ до 2015 года и находятся на финальной стадии утверждения деталей данного плана застройки. Благоприятный инвестиционный климат шаг за шагом позволяет достигать поставленных целей и создает хорошие условия для иностранных инвесторов. Стимулирование инвестиционной деятельности и поддержка инвестиционной активности теперь осуществляются на более технологичном и профессиональном уровне. Кроме того, стимулирование инвестиционной активности осуществляется благодаря успешному взаимодействию органов власти и компаний, чья деятельность связана с объектами инфраструктуры.

Привлечение финансирования в объекты инфраструктуры посредством ПИИ является успешным на территории ДВХК. Присутствие опытных и квалифицированных иностранных инвесторов помогает создать понятную, современную инфраструктуру и условия для профессионального сервиса на территории технологических парков экономической зоны ДВКХ. Быстрые темпы развития технопарков, находящихся в Динь Ву, Вьетнамско-Сингапурской промзоне стимулируют появление множества других дополнительных проектов. Предоставление инвестиционного сертификата позволило увеличить масштабы промышленной зоны в индустриальном парке Динь Ву. Кроме того, планируется реализация нескольких важных проектов в промышленной зоне Тран Дью, территория которой также расширена. Воплощение указанных проектов будет осуществлять множество новых квалифицированных местных инвесторов. Данная промышленная зона также успешно стимулирует появление множества иных дополнительных

проектов. К июню 2015 г. на территорию промышленной зоны Тран Дью было привлечено 29 проектов с прямыми иностранными инвестициями, общий объем капиталовложений в которые составил 1941,11 млн долл., на территорию Динь Ву – 31 проект с общей суммой капиталовложений, равной 1939,35 млн долл., во Вьетнамско-Сингапурской промышленной зоне, в свою очередь, осуществляется реализация 30 проектов с общим объемом инвестиций до 1313,17 млн долл.

Благодаря инвестиционной активности, направленной на объекты инфраструктуры, на территории ДВКХ была создана имеющая большое значение для развития города сеть объектов инфраструктуры долгосрочного значения. Развитие инфраструктуры на территории экономической зоны ДВКХ способствует стимулированию развития инфраструктуры и сферы услуг в городе.

На территории экономической зоны ДВКХ появилось множество дополнительных проектов. Количество проектов, финансируемых посредством ПИИ, увеличивается из года в год и общая сумма инвестируемых денежных средств достаточно значительная. Указанное способствует появлению тысяч новых рабочих мест для жителей из окрестностей города.

Кроме того, развитие экономической зоны ДВКХ позволило решить многие задачи, намеченные в стратегии развития города Хайфон, включая увеличение эффективности использования территории, создание средств предотвращения обесценивания инвестиций в процессе реализации проектов, расширение и увеличение объема производственных мощностей, стимулирование экономического роста и конкурентоспособности, развитие системы современной экономики в соответствии с современными тенденциями и увеличение доли экспорта, определение методов обмена современными средствами и технологиями, которые позволяют повысить уровень компетенции науки в городе, помощь в борьбе с безработицей, обеспечение дохода трудящихся и повышение профессиональных компетенций населения.

Проблемы, возникающие в случаях привлечения прямых иностранных инвестиций на территорию экономической зоны ДВКХ. Несмотря на положительную динамику на инвестиционном рынке, результаты привлечения капиталовложений в промышленные и экономические зоны до сих пор не оправдали ожидания жителей и резидентов города Хайфон, поскольку имеющиеся результаты не являются достаточно конкурентоспособными с учетом роли, места и потенциала города. Деятельность, направленная на стимулирование и привлечение ПИИ в промышленные парки и экономические зоны, сопряжена с большим числом проблем, которые необходимо решить.

Во-первых, объекты инфраструктуры за пределами промышленных парков и экономических зон не отвечают требованиям уровня развития внутренней инфраструктуры данных территорий, инфраструктура не создала благоприятные условия для эффективного привлечения ПИИ.

Во-вторых, меры политики, относящиеся к управлению земельными ресурсами: система возмещений и механизм поддержки граждан, чья земля изымается для размещения промышленных парков экономических зон, не отвечают

требованиям действительности (требования возмещения за освобождение участка, передача земли для реализации проектов по строительству объектов инфраструктуры для привлечения дополнительных проектов. Промышленные и экономические зоны теряют большое количество потенциальных проектов ввиду данных проблем.

В-третьих, модель управления не обновлена в достаточной мере для того, чтобы привлечь ПИИ и развить промышленные и экономические зоны в целом, а также экономическую зону ДВКХ в частности.

В-четвертых, размер капитала строительных компаний и обеспечивающих компаний (материалами, оборудованием, комплектующими и т.п), их способность стимулирования инвестиционной деятельности и объем услуг, предоставляемых клиентам (иным компаниям), неодинаковы. Навыки сотрудников многих компаний ниже среднего уровня, в связи с чем они не могут эффективно выполнять работу. Данная причина замедляет воплощение ряда проектов и беспокоит многих иностранных инвесторов при появлении новых проектов, относящихся к инфраструктуре, торговле и услугам.

В-пятых, большинство дополнительных проектов с ПИИ являются проектом средней активности (средний размер их финансирования составляет 56 млн долл.). Существует лишь 2 проекта с зарегистрированным размером капитала более 1 триллиона долларов, включая проект, участниками которого выступают компании «Бриджстоун» и ЭлДжи. Число высокотехнологичных проектов по-прежнему ограничено. На деловую активность многих компаний с ПИИ в промышленных и экономических зонах оказывают влияние иные факторы: неустойчивость экономик и компаний-принципалов и компаний учредителей, инвесторов владельцев проектов, заболевания, обстоятельства непреодолимой силы и внешние рынки. Деятельность данных компаний с ПИИ не является столь же эффективной, как ранее предполагалось, и налог, который они уплачивают в государственный бюджет, все еще остается низким.

Наконец, имеют место количественные и качественные ограничения человеческих ресурсов, которыми обеспечены данные промышленные и экономические зоны. Преобладает неквалифицированная рабочая сила, средний доход работников в промышленных зонах все еще остается низким, а разница между зарплатами различных работников по-прежнему огромна.

Данные ограничения существуют ввиду множества иных причин, как субъективных, так и объективных. В число объективных причин входят следующие: непоследовательность в осуществлении курса стимулирования инвестиционной активности; постоянное внесение серьезных поправок в правила, регулирующие налоговые и финансовые вопросы; снижение привлекательности инвестиционной политики промышленных зон; управление земельными владениями несопоставимо с требованиями реальности; медленное восстановление мировой экономики и экономики Вьетнама.

Субъективные причины включают следующие: ограниченность возможностей ряда инвесторов объектов инфраструктуры; государственные власти не проявляют

достаточную решительность при освобождении территорий, требуемых для реализации проектов, направленных на создание инфраструктуры; политика «одного окна» доказала свою неэффективность; управленческая модель не являлась подходящей с учетом требований развития территорий; недостаточность взаимодействия руководящего органа экономической зоны Хайфон и иных местных властей для создания в промышленных и экономических зонах благоприятных условий для компаний; программа, направленная на стимулирование инвестиционной активности, по-прежнему имеет ограничения.

Некоторые важные меры для привлечения прямых иностранных инвестиций в экономическую зону Динь Бу Кат Хай в городе Хайфон в контексте расширяющейся международной экономической интеграции

Новые условия для международной интеграции экономики Вьетнама. За последние годы во Вьетнаме значительно был ускорен процесс интеграции национальной и мировой экономики. Вступив в ВТО, Вьетнам заключил множество двусторонних и многосторонних торговых соглашений и стал резидентом нескольких региональных и международных зон свободной торговли. Вьетнам стал партнером Азиатского соглашения о свободной торговле. В 2015 г. завершились переговоры с Европейским союзом, а совсем недавно подписано Соглашение о свободной торговле с Европейским союзом. Сейчас Вьетнам активно выполняет последние действия, необходимые для официального вхождения в Ассоциацию государств Юго-Восточной Азии. В то же время Вьетнам активно участвует в переговорах о вступлении в Региональное всестороннее экономическое партнерство и Транс-тихоокеанское стратегическое экономическое партнерство (ТТП). Сейчас Вьетнамом уже подписано 15 соглашений о свободной торговле, также, как и Китаем, обе страны занимают лидирующие позиции в Ассоциации государств Юго-Восточной Азии. Благодаря активной деятельности Вьетнама, направленной на интеграцию национальной и мировой экономики, страна вошла в группу лидирующих государств, которые создают благоприятные условия для привлечения прямых иностранных инвестиций.

Соглашения о свободной торговле нового типа позволили не только расширить рынок товаров, но и создать прекрасные возможности для привлечения проектов с ПИИ, позволяющих направить поток инвестиционного капитала во Вьетнам, понизив объем оттока капитала местных инвесторов из страны. Иностранные инвесторы и партнеры, с которыми Вьетнам подписал соглашения о свободной торговле, увеличат объем инвестиций, направленных на финансирование реализуемых на территории Вьетнама проектов, чтобы получить экономическую выгоду в соответствии с заключенными соглашениями о свободной торговле.

Как город, имеющий благоприятное географическое расположение, Хайфон, определенно, обладает множеством возможностей получения потоков инвестиционного капитала в период действия соглашений о свободной торговле.

Меры

Правильное определение роли и значения экономической зоны Динь Ву Кат Хай для социально-экономического развития города Хайфон в контексте усиливающейся международной экономической интеграции. Экономическая зона ДВКХ играет важную роль в социально-экономическом развитии Хайфона и является основным экономическим центром на севере страны. С целью создания экономической зоны ДВКХ были привлечены планируемые инвестиции, в связи с чем сейчас важно определить точно роль данной экономической зоны. В контексте повышающейся региональной и международной экономической интеграции после официального создания Азиатского экономического сообщества и вступления в силу новых соглашений о свободной торговле экономическая зона ДВКХ станет открытой территорией, на которой возможно привлечение и получение нового потока ПИИ.

Осуществление коренных преобразований мнения бизнеса и механизма управления, укрупнение предприятий, создание благоприятных доступных условий, позволяющих получить все преимущества возможностей привлечения потоков инвестиционного капитала на современном этапе. В соответствии с генеральным планом развития экономической зоны ДВКХ является привлекательной территорией для осуществления проектов, предполагающих ПИИ. Однако необходимо изменить взгляды управляющих органов (в том числе компаний) на различные вопросы, начиная с порядка осуществления контроля и до взаимодействия с предприятиями, поддержки предприятий всем необходимым и создания все необходимых доступных условий для привлечения проектов с ПИИ в новых условиях.

Осуществление коренных преобразований моделей управления, инициативное делегирование управленческой власти, создание преимуществ для развития экономической зоны ДВКХ, проведение исследований и представление подходящих моделей особых экономических парков на территории экономической зоны ДВКХ. Для повышения эффективности менеджмента экономических зон предполагается проведение исследования и представление предложения по созданию службы административного управления экономической зоны ДВКХ, которая сможет заменить существующие органы власти данной экономической зоны. Необходимо провести исследование и применить данную особую модель управления, способную повысить конкурентоспособность всей территории. Применение особой модели экономического парка может позволить экономически развить орган самоконтроля на территории экономической зоны ДВКХ, способный применять особые меры и иметь хорошие возможности для ускорения привлечения инвестиционных капиталовложений и развития экономических зон.

Повышение ликвидности капитала, строительство и развитие объектов инфраструктуры на территории и за пределами экономических зон. Стимулирование процессов строительства, создание предела прочности в построении системы объектов инфраструктуры экономической зоны ДВКХ являются важными требованиями и главной мерой создания благоприятной среды для привлечения проектов, финансируемых посредством ПИИ. Однако объекты инфраструктуры

должны быть построены не только на территории экономической зоны, но и за ее пределами.

С целью повышения ликвидности капитала, выделяемого для финансирования развития объектов инфраструктуры, необходимо применить новые способы повышения ликвидности, учитывающие преимущества всех видов ресурсов: государственные субсидии; капиталовложения частных инвесторов; официальная помощь в целях развития, предоставляемая Комитетом содействия развитию Организации экономического сотрудничества и развития; ПИИ и финансирование, получаемое от государственно-частных партнерств. Одним из наиболее простых способов является учреждение финансовой компании, которая будет осуществлять инвестирование проектов, направленных на развитие экономической зоны. Данная мера может позволить повысить ликвидность капитала во Вьетнаме и за рубежом посредством выпуска акций строительной экономической зоны.

Совершенствование правового регулирования, создание генератора развития экономической зоны ДВКХ; создание структуры, осуществляющей изменение стратегии развития. С целью своевременной и эффективной реализации указа № 164/2013/НД-СР всем министерствам, функциональным подразделениям были направлены распоряжения (в одной форме были направлены в органы управления промышленными и экономическими зонами во всех городах и иных населенных пунктах страны) об определении задач государственного управления на территории промышленных и экономических зон; о необходимости решения такой важной задачи, как укомплектование аппарата управления промышленных и экономических зон на всех уровнях власти, от центрального до местного; о необходимости принятия законов, направленных на создание правовой формы для разрешения проблем и устранения недоработок, возникающих по вине органов государственного управления на территориях промышленных и экономических зон.

Необходимо провести исследование и предложить создание структуры, которая сможет заниматься разработкой изменений стратегии развития экономической зоны ДВКХ с учетом местных особенностей с целью привлечения зарубежных и местных инвесторов. Создание отдела административного управления экономической зоной ДВКХ сможет повысить эффективность управления и будет способствовать развитию экономической зоны, а также позволит сделать более доступным осуществление деятельности на территории экономической зоны.

Развитие особых промышленных парков, повышение количества и качества привлекаемых инвестиций. Иностранные инвесторы обычно объединяются в одну инвестиционную ассоциацию, в связи с чем они могут говорить на одном языке и оказывать друг другу поддержку. В особенности, когда инвесторы, финансирующие объекты инфраструктуры, и иные инвесторы являются резидентами одного государства, возможность привлечения инвестиционного капитала целесообразна в полной мере. Для развития данной первой успешной формы экономической зоны в ДВКХ следует обратить внимание на Японскую промышленную зону, Южнокорейскую промышленную зону с целью привлечения большего потока капитала из этих стран.

Создание высокоспециализированной промышленной зоны также привлекательно для инвесторов. Для того чтобы получить значительный положительный результат, необходимо создание подходящей системы объектов инфраструктуры и развитие поддержки промышленных предприятий, которые обеспечивают крупные проекты комплектующими и запасными частями. Предполагается, что будет проведено исследование, в результате которого будет предложено создание 01 промышленной зоны, специализирующейся на поддержке промышленности и создании благоприятных условий для роста поддержки промышленных предприятий.

Для усиления потока привлекаемых инвестиций к высокотехнологичным проектам, безотходному производству необходимо предложить создание высокотехнологичного парка в экономической зоне ДВКХ по аналогии с экономическими зонами в городах Ханой и Хошимин.

Инновационная деятельность, отраслевая специализация, повышение качества стимулирования инвестиционной деятельности и усиление мер инвестиционной поддержки. Осуществление инновационной деятельности и отраслевая специализация, повышение качества стимулирования инвестиционной активности посредством взаимодействия компаний, осуществляющих строительство объектов инфраструктуры, способствуют появлению дополнительных проектов, направленных на обеспечение промышленных компаний. Для рационализации деятельности по предоставлению информации необходимы профессиональное изменение дизайна веб-сайта и выбор поставщика услуг по размещению информации на веб-узлах, чей канал связи надежен и гарантированно будет бесперебойно работать 24 часа 7 дней в неделю. Необходимо создать идентификационный раздел консалтинговой компании «ХЕЗА», разместить информацию о порядке работы персонала компании «ХЕЗА» и иных центров.

С целью усиления поддержки обеспечения человеческих ресурсов важно соответствие требованиям инвестиционного проекта, предъявляемым к качеству и количеству. Необходимо ускорить деятельность по трудоустройству выпускников колледжей, скоординировать взаимодействие консалтинговой компании «ХЕЗА» с колледжами и университетами, расположенными в городе Хайфон, для прохождения обучения персонала в соответствии с требованиями инвестиционных проектов. Кроме того, требуется развитие социальных проектов с целью привлечения прошедшего обучение персонала из города, а также окрестностей к работе и проживанию на территории экономической зоны ДВКХ.

1. Introduction

DVCH economic zone was established under the Decision 06/2008/QĐ-TTg dated Jan.10th 2008 and the Decision 69/2011/QĐ-TTg dated Dec. 13th 2011 of Prime Minister of Vietnam.

Under the Decision 39/2013/QĐ-TTg dated June 27th 2013 of Prime Minister, DVCH economic zone was enlarged up to 22.540 hectares (Prime Minister, 2013)

DVCH economic zone has been planned to be an economic complex; a multi-industry marine economic and multi-sphere centre, a modern, commercial, industrial and tourist city; in the economic zone there are Tariff area and Non-tariff area; in the Tariff area there are Industrial zone, commercial zone, urban zone, entertainment zone, international deep sea-port and port logistics service system; a door to international integration for Vietnam and the dynamic power for Hai Phong and other provinces in Northern major economic area of Vietnam.

At present, in the DVCH economic zone there are 08 industrial parks, whose Detailed Plans have been approved and granted the Certificate of Investment with the total natural land provided up to 3.412,33 hec and industrial land provided up to 1.023,76 hec, in which 07 industrial parks and 12 industrial park infrastructure projects have been realized (Hai Phong Economic Zone Authority, 2014) (HEZA).

Based on its scale and its favourable place, DVCH economic zone is ranked in the group of 5 coastal economic zones which are especially invested by the national budget for the period of 2012 - 2015 (Document number 1231/TTg-KTTH dated 17th August 2012).

In the strategy developing DVCH economic zone, to attract investment capital sources, especially FDI has an extreme important role. Since the first day of establishment, Hai Phong Economic Zone Authority (HEZA) has focused in all issues related to planning activities, reforming administrative formalities and creating favourable environment for foreign investors. Due to the favourable geography position, general economic model and being situated in the city having tradition in developing industries and sea ports, as well as investment incentive policies specially reserved for economic zones, Dinh vu-Cat hai Economic Zone has being vigorously developed and being gained satisfactory results. However, facing with more and more severe competition from other regions in Vietnam and other countries nearby, as well as internal disadvantages, to intensify attracting FDI in to DVCH Economic Zone in Hai Phong city, a series of effective specific resolutions are required.

2. Real situation of attracting FDI to DVCH economic zone

2.1. Achievements

Since establishment in 2008, DVCH economic zone, due to its favourable investment policies, has become a main investment attracting point in the system of Hai Phong economic zones. DVCH economic zone attracts most of investment capital in a sense of both quality and quantity. After 5 years establishment, DVCH zone has achieved these following positive results (table 1).

Until June 2015, there are 189 FDI projects invested in Hai Phong economic zones and industrial zones, account for 7 461,95 millions USD (Investment promotion centre HEZA, 2015), in which FDI projects invested in DVCH economic zone account for 97 projects, equivalent to 51,32% of all projects invested in Hai Phong economic zones, total capital is up to 5.919,99 millions USD, accounts for 79,33% of the whole system.

DVCH economic zone is set up like an economic complex model creates lots of attraction in foreign investors' eyes. Some industrial parks in DVCH economic zone, including Dinh Vu, VSIP, Trang Due, after applying many promotion activities for foreign investors, has proved its attraction to foreign investors' eyes. Another reason which creates attraction for foreign investors should be counted in is the deep and large integration of Vietnam into the world economy and the area economy after being a member of WTO. It is also believed that the capital flow from foreign investors will rocket up when Vietnam finishes all procedures to join AEC, EVFTA and TPP.

Table 1

FDI in DVCH economic zone for the first six months of 2015

No	Year	Projects		Total investment capital (million USD)		Average capital (million USD)		FDI capital	
		Number of projects	+/- Difference (previous year)	Value	+/- Difference (previous year)	Value	+/- Difference (previous year)	Value (million USD)	(%)
1	Before 2008	3		98,29		32,76		84,83	86,3
2	2008	5	2	374,50	276,22	74,90	42,14	352,13	94,0
3	2009	1	-4	116,86	-257,65	116,86	41,96	81,80	70,0
4	2010	4	3	42,79	-74,07	10,70	-106,16	40,21	94,0
5	2011	10	6	617,76	574,97	61,78	51,08	443,73	71,8
6	2012	13	3	1.756,40	1.138,64	135,11	73,33	1.756,40	100,0
7	2013	15	2	1.803,78	47,38	120,25	-14,86	1.803,78	100,0
8	2014	23	8	841,52	-962,27	36,59	-83,66	775,37	92,1
9	6T2015	23		268,09		11,66		266,86	99,5
	Total	97		5.919,99		61,03		5.605,10	94,7

Source: HEZA, 2015

In 2008, only 5 FDI projects in the total of 13 FDI projects invested in Hai Phong economic zone were put into DVCH economic zone, this number accounted for only 374 millions USD, equivalent to 52,8% of the whole economic zone system in Hai Phong. In 2009, DVCH economic zone had only one project invested in the infrastructure of Nam Dinh Vu 2 industrial park. This project came from three joint ventures, including Hongkong, Belgium and Vietnam, in which capital from foreign investors accounted for 70% of total capital. This project was also the only one project invested in Hai Phong economic zone and industrial zone at that moment. In 2010, there were only 4 projects invested in DVCH economic zone with the total investment capital up to 42,79 millions USD, equivalent to 69,2% total FDI capital invested in Hai Phong economic zones and industrial zones. Eventhough the number of projects invested in DVCH economic zone is not high, these above figures show that for the period 2008 – 2010, average investment capital per project invested in DVCH economic zone is higher than that of other economic zones and industrial zones in Hai Phong. These figures also illustrate that projects invested in DVCH economic zone have bigger scale than those invested in other economic zones and industrial zones in Hai Phong.

Since 2011, FDI capital invested in DVCH economic zone has been always accounted for 98% total FDI capital invested in Hai Phong economic zones, FDI projects invested in DVCH economic zone has also been accounted for 85% total projects invested in all economic zones and industrial zones in Hai Phong. These figures prove that the important role of DVCH economic zone is undeniable and the establishment of DVCH economic zone has got an initial success.

Due to the recovery of global economy and Vietnam economy, together with many innovations from Hai Phong Economic Zone Authorities in investment promotion activities, administrative formalities clearance and simplification, DVCH economic zone attracts many good quality investment projects. Since 2010, many big projects are invested in this economic zone, including: Kyocera Mita project in VSIP industrial park which produces offices facilities, values up to 187.5 million USD; International container seaport with registered capital up to 321 million USD from two joint ventures Vietnam and Japan; Project from Bridgestone Corporation, Japan with total investment capital up to 1.2 billion USD in Dinh Vu industrial park; pharmacy project from Nipro Pharma Japan with registered capital up to 250 million USD; project for producing printers and mutil- function photocopy of Fuji Xerox Singapore in VSIP industrial park with total capital up to 119 million USD; Projects related to manufacturing and assembling high technology products, intelligent phones of LGE to Trang Due Industrial Park with total registered capital up to 1.5 billion USD.

These projects not only use modern facilities with value added and are able to attract other related projects, but also push up the modernization and industrialization in Hai Phong City. These projects are not

only the very important premises for attracting FDI capital in the coming time but also a dynamic power for pushing up investment activities and supplement services in industrial zones. Table 2.2 shows more details.

Table 2

Real situation of some big FDI projects in DVCH Economic Zone

No	Company/Project	Unit	Capital	Accumilated investment Capital from beginning	Revenue 6 months 2015	Tax 6 months 2015	Labours (person)
1	LG	Million. USD	1.500,0	280,8	265,1	21,40	643
2	Bridgestone	Million. USD	1.224,1	477,8	35,7	0,68	1.286
3	Nipro Pharma	Million. USD	250,0	138,4		0,18	125
4	Kyocera	Million. USD	187,5	88,4	94,1	0,42	1.626
5	Fuji Xerox	Million. USD	119,0	119,0	74,6	0,22	1.561
	Total	Million. USD	3.280,6	1.104,4	424,9	20,09	5.239,0

Source: HEZA, 2015

Based on investment aspects, until June 2015, DVCH economic zone has attracted 97 new projects with total investment capital up to 5,919.99 million USD to two investment groups: Infrastructure development and Secondary manufacturing. At present, there are six projects in progress with total registered capital up to 811.16 million USD, account for 13.7% of total FDI capital invested in DVCH economic zone. These projects are working on time and ensure the infrastructure for other secondary projects.

Table 3

Results of FDI capital based on investment industry (until June/2015)

No	Content	FDI		
		Number of projects	Investment capital (million USD)	Proportion (%)
1	Investment into Đình Vũ - Cát Hải economic zone	97	5.919,99	100,000
2	Investment on infrastructure and industrial parks in DVCH economic zone	6	811,16	13,702
3	Secondary investment in industrial park of DVCH economic zone	91	5.108,83	86,298
<i>Classification of secondary projects based on investment aspects</i>				
<i>Phân loại dự án thứ cấp theo lĩnh vực đầu tư</i>			5.108,83	100,000
3.1	<i>Build up seaports, offices, stores, logistic</i>	13	464,61	9,094
3.2	<i>Manufacturing</i>	75	4.639,96	90,823
3.3	<i>Urbanization, construction, water disposal</i>	1	0,20	0,004
3.4	<i>Commerce, Service</i>	2	4,05	0,079

Source: Figures summarization of author based on figures from HEZA

In general, industry structure in attracting FDI has made use of all advantages of Hai Phong in general and DVCH economic zone in particular, it also helps the city to follow the modernization and industrialization. FDI focuses on industry with great number in both amount of capital and number of projects. Besides, FDI also focuses on projects related to infrastructure, commerce and services. This reasonable structure helps to increase investment proportion on industry and services, as well as helps to support for the current local industry and services.

It can be seen that the investment attracting activities to DVCH economic zone have achieved positive results. Plan activity is paid much attention and this also creates a stable development environment for the economic zone. The Board of Management of Hai Phong economic zone together with contractor Nikken Sekkei Civil Engineering Ltd, Japan have finished the General Construction Plan for DVCH economic zone until 2025 and are on the way to finish other Details Plans.

Investment environment is step by step improved towards explicitness, creates good conditions for foreign investors. Investment promotion activities and investment support activities are innovated and more professional. Besides, there is a very good cooperation between the authorities and infrastructure companies in promoting investment activities.

DVCH has been successful in attracting FDI invested in infrastructure. The presence of experienced and qualified foreign investors helps to create a comprehensive, modern infrastructure and professional services environment for industrial parks in DVCH Economic Zone. Dinh Vu, VSIP industrial parks are deployed at a very quick pace, attracts many other secondary projects. Dinh Vu Industrial Park is granted the Investment Certificate for Second Phase and widened the scale for industrial land. Besides, many other qualified domestic investors are chosen to implement some important projects in Trang Due Industrial Park which is also widened the scale of industrial land for implementing the Second Phase. This Industrial Park also strongly attracts many other secondary projects. Until June 2015, Trang Due Industrial Park attracts 29 FDI projects with the total capital up to 1.941,11 millions USD, Dinh Vu Industrial Park attracts 31 projects with total capital up to 1,939.35 millions USD and VSIP has 30 projects with total capital up to 1.313,17 millions USD.

Investment activities related to constructing infrastructure in DVCH has created a system of infrastructure with long-life value which supports for the infrastructure development of the city. The development of infrastructure in DVCH Economic Zone helps to push up the development of city infrastructure comprehensively and creates the services system of the city.

DVCH Economic Zone has attracted many secondary projects. The number of FDI projects increases year by year and the total capital invested is also very satisfactory. It helps to create thousands jobs for labours of city the vicinity.

Besides, the development of DVCH Economic Zone has helped to deal with many strategic missions of Hai Phong City, including: increases the effectiveness of land using; remedies the rag investment in development; widens and increases the manufacturing capacity; pushes up the economic development and competitiveness competence; helps to move economic structure towards modern trend and export-oriented; approaches modern facilities and technology transference which helps to increase the science competence of the city; helps to deal with unemployment, ensures the income for labours and increase the professional qualifications for human resources.

2.2. Difficulties in attracting FDI to DVCH Economic Zone

Although there are positive movements in attracting investment, the results of attracting investment to Industrial Parks and Economic Zones still do not meet up the expectation of Hai Phong city, these results are still not compatible with the role, position and potentials of the city. Activities for promoting and attracting FDI to Industrial Parks and Economic Zones contain lots of problems which should be dealt with

Firstly, infrastructure outside the Industrial Parks and Economic Zones does not meet the requirements of the development inside, the infrastructure has not created favourable conditions to attract FDI effectively

Secondly, policies related land management, such as compensation and support mechanism for citizens whose land are taken back for Industrial Parks and Economic Zones, have not met the requirements of reality, compensation for clearing the ground, and land transference to implement infrastructure projects in order to attract other secondary projects. These difficulties make Industrial Parks and Economic Zones lose many potential projects.

Thirdly, management model has not been innovated enough to have stunning policies to attract FDI and develop Industrial Parks and Economic Zones, in general and DVCH Economic Zone, in particular.

Fourthly, construction companies and infrastructure companies are not equal in capital capacity, investment promotion ability and customer services for secondary companies. The competence of many companies is lower than that of average and can not operate effectively. This situation slows down the implementation of some projects and hesitates many foreign investors to approach new projects related to infrastructure, commerce and services.

Fifthly, most of secondary FDI projects have average capacity (the average capital is about 56 million USD). There are only two projects with the registered capital is above 1 billion USD, including Bridgestone and LGE. Projects of high technology are still limited. Business activities of many FDI companies in Industrial Parks and Economic Zones are affected by other factors, including: the fluctuation of other economies and parents companies, project owner investors, disasters and international markets. Business activities of these FDI companies are not as effective as expected and the tax they pay for national budget is still at low level.

Finally, human resources provided to these Industrial Parks and Economic Zones are limited in both quantity and qualification. Un-trained labours are in large proportion, average income of labours in Industrial Parks is still low and the gaps of salary among labours are still huge.

These limitations exit because of many other reasons, from both subjective reasons and objective ones. Objective reasons are including: Investment promotion policies are not synchronous and inconsistent; Tax promotion and financial promotion policies are continuously adjusted tightly; Investment environment in Industrial Parks is increasingly unattractive; Land management policies are not compatible with the reality's requirements; and the slow recovery of international economy and national economy.

Subjective reasons are including: the capacity of some infrastructure investors is limited; Authorities are not determined in clearing ground for implementing infrastructure projects; "One – door" policy has not proved its effectiveness; Management model has not been suitable to the development's requirements; The corporation between Hai Phong Economic Zones Authorities and other local Authorities is not clear enough to create favourable conditions for companies in Industrial Parks and Economic Zones; Investment Promotion activities are still limited.

3. Some major measures to attract FDI into DV-CH economic Zone in Haiphong city in the context of intensifying international economic integration

3.1. The new context for international economic integration of Viet Nam

In recent years, Viet Nam has speeded up activities for international economic integration process. Having joined WTO, Viet Nam signed a lots of bilateral and multilateral trade agreements and became members of some regional and international free trade zones. Viet has become a partner of Asean FTA and in 2015 Viet Nam completely ended fundamental negotiations with European union and has lately signed the Free Trade Agreement with Economic Asian European Union - VN- EAEU FTA, now Viet Nam is actively fulfilling the final procedures to join formally ASEAN (AEC). AT the same time Vietnam actively has negotiation on Regional Comprehensive Economic Partnership(RCEP) and Trans-Pacific Strategic Economic Partnership(TPP). Up to now, Vietnam has signed 15 Free Trade Agreements, equivalently with China and occupies the first place in ASEAN. Vietnam's activeness to integrate into global economy is valued to be the first top group in the world (Informet, 2015) - To quickly open, to deeply integrate, to create favourable opportunities for turning Vietnam to be the most attractive address for FDI in the region.

The new-type Free trade agreements not only broaden the commodity market but also produce good opportunities for attracting FDI projects, transferring investment capital flows into Vietnam, so many Vietnamese investors could have investmen preferential cpital flows. Foreign investors and the partners with whom Vietnam has signed FTAs will increase their investment into Vietnam to get economic benefits from FTAs

Being one of provinces that has favourable geographic location situated on the way to the sea in the North, Haiphong certainly has a lots of opportunities to get new investment capital flows when the FTAs operating.

3.2. Measures

3.2.1. Identifying correctly the role and importance of DVCH economic zone in the socio-economics development strategy of Haiphong in the context strengthening international economic integration.

DVCH economic zone has an important role for socio-economic development of Hai phong and major economic hub in the Norh. In order to make the DVCH economic zone be realized and attract investment capital in conformity with plan and process, it is necessary to identify exactly the role of Ecomic Zone. In the context of intensifying regional and international economic integration, after AEC formed officially and new FTAs put into operation, the Dinh vu- Cat hai economic zone should be an open territory where new FDI capital flows could be attracted and received.

3.2.2. Realizing perestroika in business thought and management mechanism, companying with enterprises, making convenient conditions available, taking full advantages of opportunities to get all investment capital flows in the new period.

Being one of provinces that has propitious geographic location situated on the way to the sea in the North of Vietnam, Haiphong certainly has lots of opportunities to get new investment capital flows when the FTAs are operating. According to the general plan, the DVCH economic zone is an attractive territory to FDI projects. However, it is necessary to change management thought from controlling to companying with enterprises, support enterprises with their necessities, and making all necessary conditions available for FDI projects in the new context.

3.2.3. Realizing perestroika in management model, initiatively handling authority over, creating advantages for developing Dinh vu- Cat hai economic zone, reaserching and proposing suitable model of the special economic park in the DVCH economic zone.

In order to increase effectiveness in executive management producing differences and fascination for the Economic zones, there would be researching and proposing to establish administrative power office in the Dinh vu-Cat Hai economic zone replacing the current Authority in the Zone. It would be necessary for the DVCH economic zone to research and apply this special model, help increase competitive capacity for the whole zone. If the special economic park model was applied, the DVCH economic zone would develop its self-control power, could apply special mechanism and have good opportunities in speeding up to draw investment capital, and to develop the economic zones

3.2.4. Strengthening to mobilize all capital sources, building and developing technical infrastructure system in and out economic zones

To push up construction process, to create the break point in building infrastructure system of DVCH economic zone is urgent requirement and major measure producing favourable environment attractive FDI projects. Not only infrastructure inside the fences of the zone but also infrastructure system outside the zone should be built.

In order to mobilize capital for developing infrastructures system, it is necessary to apply new mobilizing methods taking full advantages of all state resources from government budgets and from private investors, fully exploit ODA, FDI and PPP resources. One of the realizable capital channels is to set up a financial company for economic zone development investment, that can mobilize capital in Viet Nam and abroad by issuing building economic zone stocks.

3.2.5. Improving legal regulation, creating dynamo to develop DVCH economic zone; establishing turning-point policy structure, speeding up the reform to build attractive investment environment.

To realize the decree No: 164/2013/NĐ-CP in time and effectively, all ministries, function branches have soon issue guidance documents that are unified among industrial, economic zone authorities in cities and provinces in the whole country, that carry out the mission of state management on industrial and economic zones; at the same time, it is eargent task to complete the management apparatus of industrial, economic zone authorities from the centre government to local government; issuing industrial, economic zone laws in order to create the legal form to resolve difficulties and shortcomings resulted from state management in these zones.

Hai Phong city should research and propose a turning-point policy structure for Dinh vu-Cat hai economic zone in order to create a distinctions of its own and attraction to investors in Viet Nam and abroad. To establish administrative power office in DVCH economic zone is to heighten management effect and develop economic zone, to ensure comprehensiveness in performance of economic zone.

3.2.6. Developing specific industrial parks, heightening quality and effect of atracing investment.

The foreign investors usually gather together in one investment association, so they often have common language and support each other. Especially, in case the infrastructure investors and other investors coming from the same country, the capacity attracting investment capital is feasible completely. To develop this first successful form of economic zone, there would be taken into consideration to establish Japanese industrial park, South Korean industrial park in DVCH economic zone in order to draw more capital flows from these countries

To establish highly-specialized industrial park is also attractive to investors. However, in order to have real effect there should build suitable infrastructure system and develop support industrial enterprises supplying the large project with components and spare parts. If possible, there should research and propose

initiatives to establish 01 industrial park specialized in support industry and producing good conditions to grow support industrial enterprises.

In order to strengthen drawing investment by transferring high technology, non-waste technology Hai Phong city should make a proposal to establish a high-tech park in the Dinh vu-Cat hai economic zone, like Ha Noi and Ho Chi Minh City did.

3.2.7. Innovation, specialization, heightening the quality of investment promotion and strengthening investment support activities.

Realizing innovation and specialization, heightening the quality of investment promotion by co-ordinating companies building infrastructures help to attract the secondary projects with support industrial enterprises. Increasing the quality and skillness of the investment promotion centre, job-commend centre, and investment service consultation of economic zone in Hai phong. To innovate information supply activities the website should be redesigned professionally and scientifically and choose the hosting service supplier whose data link is strong and guaranteed to work 24/7 without interrupt. To design identification section for HEZA, specialize working manner of the the staff of HEZA and centres.

To reinforce human resource supply meeting requirements of investment project on quantity and quality. To speed up activities of occupational college belonged to HEZA co-ordinate with other colleges and universities located in Haiphong to train human resource in conformity with the demand of investment projects. To develop social projects in order to attract the trained-labour resource from city's regions and from other provinces nearby to live and work in Dinh vu-Cat hai Economic zone.

-
1. Hai Phong Economic Zone Authorities (2014), *Report of construction and development of Industrial Parks and Economic Zones in the context of Reforming Period, Hai Phong*
 2. Hai Phong Economic Zone Authorities (2015), *Report of assessment on social-economic situation in June and for the first six months of 2015, Hai Phong*
 3. Hai Phong Economic Zone Authorities (2015), *General Data about investment into Hai Phong Industrial Parks and Economic Zones, Hai Phong*
 4. Infonet (2015), *Vietnam is in highest rank in ASEAN on FTAs sign*, <http://infonet.vn/vietnam-dung-dau-asean-ve-ky-ket-hiep-dinh-thuong-mai-tu-do-post172769.info>
 5. Prime Minister (2013), *Decision 39/2013/QĐ-TTg about adjustment and supplement of the Operation Regulation of DVCH Economic Zone, Hai Phong City, dated 27 June 2013*
 6. Hai Phong Economic Zone Authorities HEZA (2015), *News on investment promotions to Hai Phong Industrial Parks and Economic Zones for second quarter 2015, Hai Phong*

© Сон, Н.Т., 2016

© Старкова, Г.П., 2016

Для цитирования: Сон, Н.Т. Прямые иностранные инвестиции в экономическую зону Динь Ву Кат Хай в городе Хайфон (Вьетнам) в условиях усиливающейся международной экономической интеграции / Н.Т. Сон, Г.П. Старкова // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. – 2016. – № 1. – С. 7–26.

For citation: Son, N.T. Solutions to attract FDI into DVCH economic Zone in Haiphong, Vietnam in the context of intensifying international economic integration / N.T. Son, G.P. Starkova // The Territory Of New Opportunities. The Herald of Vladivostok State University of Economics and Service. – 2016. – № 1. – P. 7–26.

Дата поступления: 24.02.2016.

А.С. Голобоков

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Факторы повышения эффективности Шанхайской организации сотрудничества в контексте угроз и вызовов международной безопасности

Многие проекты многостороннего сотрудничества в Центральной Азии связаны с развитием взаимоотношений между Россией, Китаем и другими государствами в рамках Шанхайской организации сотрудничества (ШОС). В 2015 г. произошло первое за 14 лет расширение организации. Вместе с тем неэффективность деятельности ШОС в различных сферах ведет к сосредоточению интересов крупнейшей экономической державы – КНР – на развитии Нового Шелкового пути и других перспективных проектах. В статье анализируются экономические аспекты деятельности ШОС, политика безопасности и особенности расширения организации, а также актуализация основных направлений сотрудничества стран-участников ШОС в связи с ростом экономических и политических рисков и угроз в мире.

Ключевые слова и словосочетания: Россия, Китай, Центральная Азия, Шанхайская организация сотрудничества, Новый Шелковый путь, региональная безопасность.

A.S. Golobokov

Vladivostok State University of Economics and Service
Vladivostok. Russia

Factors of increasing the Shanghai cooperation organization's effectiveness in a context of threats and challenges of international security

A number of multilateral cooperation projects in Central Asia relates to the development of interaction between China, Russia and other states of the region in the frame of Shanghai cooperation organization (SCO). In 2015, the organization increased the number of its members for the 1st time since 2001. Meanwhile, SCO's inefficiency in different spheres brings its largest economic power – China – to concentrate on the development of New Silk Road and other projects. The author explores economic interaction, security cooperation and changing the number of the SCO's members as a complex of problems that interrupts organization's development. The author estimates the factor of emerging role of member states' interaction facing new economic and security threats in the region and in the world.

Keywords: China, Central Asia, Shanghai Cooperation Organization, New Silk Road, regional security.

Итоги саммита Шанхайской организации сотрудничества 2015 г.: утверждение Стратегии развития до 2025 года, решение о вхождении в ШОС Индии и Пакистана, а также начало официального диалога с ШОС Азербайджана, Армении, Камбоджи и Непала – демонстрируют желание стран-участников сосредоточить усилия на дальнейшем развитии этой структуры. В то же время практический результат по ключевым направлениям деятельности ШОС на сегодняшний день оставляет желать лучшего.

Одним из наиболее проблемных вопросов развития ШОС после 2015 г. является экономическая стратегия. Ее базис – программа многостороннего торгово-экономического сотрудничества ШОС на 20 лет, принятая еще в 2003 году и предусматривающая создание зоны свободной торговли (ЗСТ) в регионе [5]. Однако вследствие неравномерного экономического развития стран-участников и отсутствия прогресса в увеличении товаропотока и создании ЗСТ ШОС постепенно теряет свою экономическую привлекательность. Например, в Китае сегодня больше заинтересованы в реализации проекта «Новый Шелковый путь» – транспортного пояса, который свяжет Пекин с евроазиатскими экономическими центрами. Отсутствует прогресс и с Банком Развития ШОС, идея которого фактически распалась на несколько разных проектов.

Другой проблемный аспект взаимодействия стран-участников ШОС – сотрудничество по безопасности. За последние годы для практической реализации этих соглашений были подписаны меморандумы о взаимодействии ШОС с ОДКБ, СНГ, АСЕАН, недавно – с СВМДА [1]. Страны ШОС регулярно проводят антитеррористические учения с привлечением специальных подразделений. В то же время ШОС не обладает собственными вооруженными силами, не является военным союзом и, как показало развитие кризисных ситуаций в Киргизии и Афганистане, не имеет реальных рычагов воздействия на ситуацию в регионе. Участники организации не спешат брать на себя практическую ответственность за решение проблем региональной безопасности в многонациональном формате ШОС.

Непростым аспектом можно назвать и нынешнюю ситуацию со статусом «участник организации». Продиктованное временем решение о вступлении в ШОС Индии и Пакистана, на наш взгляд, не меняет общую картину разобщенности интересов внутри этой структуры. Фактически ШОС – это закрытый клуб, основным сторонником расширения которого является Россия [7], а главным противником – КНР, у которой с Дели непростые двусторонние отношения. С расширением организации в 2015 г. (кроме того, имеются заявки на более тесное взаимодействие от Турции, Сирии, Японии и т.д.) ситуация с политическими силами внутри ШОС может еще более усложниться [11].

Очевидно, что для решения вышеуказанных политических и экономических проблем ШОС в своем нынешнем виде малоэффективна. В то же время за 14 лет существования этой организации удалось накопить значительный опыт по построению разносторонних региональных связей, которого нет ни у одной из существующих в Евразии многосторонних структур. Речь идет, прежде всего, об опыте взаимодействия на одной политической платформе Индии и Пакистана, Китая и Индии, Ирана и России и т.д. Единственный на сегодняшний день по-настоящему сильный инструмент ШОС – механизм многосторонних консультаций – мог бы

сыграть активную роль в трансформации ее экономической и политической структур в соответствии с нынешними реалиями:

1. Повышение роли негосударственных объединений в экономическом сотрудничестве ШОС. Усугубляющиеся экономическим кризисом проблемы экономического развития стран ШОС во многом схожи: снижение продаж на национальных рынках и сокращение поставок за рубеж. В условиях действующих западных санкций против России и рассматривающихся против Китая эти проблемы могли бы консолидировать экономическое взаимодействие стран-участников на платформе уже созданных Энергетического и Делового клубов ШОС. Эти неправительственные механизмы призваны как объединить на неформальном уровне представителей госструктур, бизнес-сообществ стран-членов, наблюдателей и партнеров по диалогу ШОС, так и нести совещательные функции и содействовать выработке проектов и предложений в энергетической и деловой сферах, в том числе по закреплению нормативно-правовой базы в этих областях. В разработку концепции Энергетического клуба, созданного еще в 2013 г., была вовлечена даже Российская академия наук.

Наиболее близкой Деловому и Энергетическому клубам ШОС представляется проблема финансирования проектов в области энергетики. В конце июня 2015 г. в Москве прошел международный форум «Энергоэффективность – ключевой фактор снижения энергоемкости экономики и устойчивого развития регионов стран БРИКС». На нем прозвучала идея о разработке реестра данных энергоэффективных и чистых технологий с учетом специфики развития региональных проектов России и Китая. Форум, таким образом, подтвердил, что наряду с финансированием Россия и Китай могут сосредоточиться на повышении уровня согласованности в решении вопросов развития общего рынка энергоресурсов, которым в перспективе будет являться Центральная Азия.

Развитие Энергетического клуба с 2011 г. показывает, что независимо от высоких оценок и теоретической проработанности этот проект может успешно развиваться только в одном случае: если долгосрочный интерес к нему политических элит будет сопровождаться стабильными финансовыми инвестициями. Вряд ли указанным структурам удастся занять ведущее место в российско-китайской энергетике и создать общий рынок для транзита центрально-азиатских энергоресурсов, но на данном этапе у этих структур есть все шансы сформировать единый информационный кластер, предоставляющий возможность различным компаниям обращаться за консультациями в профильные институты ШОС [2].

Заметим, что Китай, как, впрочем, и другие участники ШОС, практически не использует платформу ШОС для решения своих энергетических задач, но одновременно взаимодействует со всеми странами-участниками по этим вопросам на двусторонней основе, что, безусловно, сегодня дает большой практический результат. Вместе с тем именно Китаю, придерживающемуся в рамках многосторонних объединений региона «пути АСЕАН», приходится ближе всего формат Энергетического клуба, выделяющий неформальные контакты и открытость этой структуры, органичное взаимодействие государственных, деловых и научных кругов и принятие решений на основе консенсуса.

В обозримом будущем экономической перспективой региона, скорее всего, станет реализация Китаем единого транзитного пространства на основе проекта «Новый Шелковый путь». По мере осуществления этой инициативы главенствующая роль России в ШОС будет постепенно снижаться. В то же время от строительства новых дорог (а не улучшения существующих) значительно расширится логистический потенциал, появятся новые рабочие места и инфраструктура, откроются новые возможности для туризма. Это даст толчок к диверсификации экономики и снимет зависимость региона от энергоресурсов, одновременно ускорив их транзит. По соглашению сторон 2015 г. к этому проекту будут подключены структуры Евразийского экономического союза, и диктат Китая не выглядит однозначным.

Кроме того, одним из направлений региональной экономической стратегии в ближайшей перспективе должна стать выработка модели улучшения международного инвестиционного климата на Дальнем Востоке, в основе которой будет лежать сбалансированное сотрудничество с приграничными государствами (прежде всего, с Китаем), учитывающее национальные интересы России [6]. Россия, помимо всего прочего, обладает способностями влиять на это пространство инструментами своего гуманитарного и культурного присутствия, а также рынком, который она предоставляет огромному количеству трудовых мигрантов из Центральной Азии, в т.ч. на Дальнем Востоке.

В то же время в условиях нестабильной цены на нефть и сложности составления долгосрочных финансовых прогнозов это направление выглядит наиболее уязвимым. Основной проблемой здесь выступает фактическая неготовность каждой из сторон единолично принять на себя финансовые риски и понести их, если тот или иной крупный международный проект окажется нерентабельным. Однако нельзя считать это камнем преткновения, поскольку финансовыми ресурсами сегодня располагают многие профильные многосторонние организации на пространстве ШОС, например, Программа центрально-азиатского регионального экономического сотрудничества (ЦАРЭС) и Специальная программа ООН для экономик Центральной Азии (СПЕКА). Также основной профиль этих проектов – совершенствование региональной транспортной сети и решение вопросов, связанных с едиными транспортными нормативно-правовыми актами.

Реализация идеи Банка Развития ШОС сейчас встречает сопротивление со стороны другого китайского проекта – Азиатского Банка инфраструктурных инвестиций (АБИИ). Однако это не означает противостояния финансовых структур, в регионе сейчас достаточное количество банков (АБИИ, Банк БРИКС, Евразийский банк развития и т. д.). По всей видимости, денежные вливания в региональные проекты Центральной Азии пока будут осуществляться путем координации работы различных банков стран ШОС, а также банка и условного фонда валютных резервов стран БРИКС.

Говоря о роли двусторонних связей России и Китая в перспективном развитии ШОС, стоит упомянуть и сотрудничество по подготовке кадров для энергетики. Принимая во внимание долгосрочный характер энергетического взаимодействия России и Китая, обмен опытом между кадровыми сотрудниками энергетиче-

ской отрасли только улучшит это взаимодействие. На основе существующего с октября 2004 г. Соглашения о стратегическом сотрудничестве между ОАО «Газпром» и CNPC, а также 30-летнего контракта, подписанного компаниями в прошлом году, целесообразным представляется участие в подготовке квалифицированных специалистов для энергетики и крупных российских предприятий: «Лукойл», «Роснефть», НОВАТЭК, «Русал», «Русгидро» и т. д.

2. Укрепление сотрудничества по безопасности путем актуализации угроз.

На фоне терактов, произошедших в Афганистане и Таиланде в августе 2015 г., резко актуализировался вопрос обеспечения региональной безопасности. Ответственность за атаки на кабульское население и афганских военных взяло на себя движение «Талибан», заказчики азиатских взрывов пока остаются неизвестными. Очевидно, что атаки и в той и в другой стране направлены на дестабилизацию внутриполитической обстановки. При этом терроризм приобретает ярко выраженный трансграничный характер, и усилиями одного государства эту проблему не решить.

Только в августе 2015 г. Вооруженные силы России провели почти 80 учений, включая штабные тренировки с органами военного управления, антитеррористические и антикризисные учения. В сентябре их сменили тренировки по тактической и огневой подготовке в рамках внезапной проверки боеготовности танковых, мотострелковых, инженерных, корабельных и других соединений.

Учитывая специфику современных угроз, был предпринят и целый ряд совместных шагов. Яркий пример – многосторонние учения войск ПВО СНГ: России, Белоруссии, Киргизии, Армении и Таджикистана «Боевое Содружество–2015», проводимые в Астраханской области с целью отработки действий на вызовы коллективной безопасности в рамках восточно-европейского региона.

С крупнейшим азиатским соседом России – Китаем – учения на протяжении последних 10 лет проводятся в двух основных форматах – двусторонние морские тренировки и сухопутные учения в рамках Шанхайской организации сотрудничества (ШОС). На российско-китайских морских маневрах «Морское Взаимодействие» экипажи кораблей ВМФ РФ и ВМС НОАК практикуются в совместном маневрировании и проводке гражданских судов по коридору безопасности. Цель проведения таких учений не только политическая, но и практическая – и Россия и Китай принимают участие в обеспечении безопасности судоходства у берегов Африканского рога. Интенсивность маневров и их география с каждым годом растут: в 2015 г. Россия и Китай тренировались два раза – в мае в Средиземном и в августе в Японском море.

Изначально ШОС создавалась в целях противостояния экстремизму в Средней Азии после победы режима талибов в Афганистане. По причине очевидного провала военной стратегии 2011–2014 гг. США в Афганистане эта угроза сохраняется. Наряду с этим существует и более серьезная опасность – Исламское Государство Ирака и Леванта (ИГИЛ). Действующая на территориях Сирии и Ирака, эта организация де-факто угрожает не только центрально-азиатским странам, но в перспективе России и Китаю, имеющим в активе проблемы в мусульманских регионах. По некоторым данным, в организации состоят до 25 тыс. иностранных

граждан, в том числе российские и китайские мусульмане [13]. На Ближнем Востоке и в Северной Африке активизируются движения «Исламский джихад», «Солдаты халифата», «Салафия», «Исламское движение восточного Туркестан» и т. д. Все эти движения представляют для стран ШОС большую опасность, эффективного ответа на которую пока нет. Основными мерами РАТС ШОС по противодействию этим угрозам с учетом руководящих документов остаются оперативный обмен информацией между ведомствами, выработка превентивных мер по пресечению деятельности иностранных боевиков-террористов и противодействию вовлечения населения в экстремистскую деятельность [8]. Однако в нынешних условиях этого явно недостаточно.

Тематика совместных учений ШОС «Мирная Миссия» – борьба с террористическими и экстремистскими группировками, разъединение конфликтующих сторон и обеспечение порядка у границ условного государства. Силовой сценарий, который подразделения стран ШОС отрабатывают на совместных учениях, является самым пессимистичным, однако в определенных условиях (например, при вступлении Сирии в ШОС на правах наблюдателя) он представляется вполне возможным.

Таким образом, наряду с отработкой совместных действий на учениях серьезной задачей на этом направлении должна стать разработка руководящего документа и плана действий стран ШОС, регламентирующих ограниченное применение специальных сил в регионе на случай чрезвычайной ситуации в отсутствие иных способов реагирования. Важнейшим при этом считается взаимодействие ШОС с такими профильными организациями, как контртеррористический комитет СБ ООН, ОБСЕ, ОДКБ. Как показала операция России по освобождению от пиратских формирований судна «Московский университет» в Аденском заливе в 2010 г. [3], своевременное устранение угрозы в таких случаях является наиболее эффективной мерой.

3. Оптимизация структуры ШОС после принятия новых участников. Как подчеркнуто в учредительных документах, ШОС – международная организация, открытая для стран, которые заинтересованы в сотрудничестве и обязуются соблюдать цели и принципы ее Устава, а также положения других международных договоров и документов, принятых в рамках ШОС. Она также готова к сотрудничеству с другими международными и региональными организациями.

Актом, регулирующим отношения ШОС со странами-наблюдателями, служит принятый в 2004 г. на саммите в г. Ташкенте «Документ о правах наблюдателей ШОС». Решение вопроса о приеме в ШОС новых членов принимается Советом глав государств по представлению Совета министров иностранных дел на основе официального обращения заинтересованного государства.

Расширение ШОС выглядит логичным: регион находится на стыке противоречий и комплексных вопросов, а Индия и Пакистан являются крупными игроками. В этих странах сильна террористическая активность, тесно соприкасаются сферы целого ряда террористических организаций Ближнего Востока и Центральной Азии, тем самым обусловлен интерес обеих стран к политике безопасности ШОС. Логичность участия Индии и Пакистана в процессе ШОС также связана с близостью границ этих стран со странами-участниками организации.

Процесс вступления в ШОС Индии и Пакистана только инициирован, однако уже сейчас можно сказать, что в результате в организации появится несколько центров силы. Влияние России и Китая в ШОС снизится, и организация может стать по-настоящему многополярной. Однако здесь есть и риск того, что по ряду ключевых вопросов ШОС попросту утратит единство мнений, принимать решения будет сложнее. Вступление в состав такой многопрофильной структуры, как ШОС, неизбежно означает пересмотр целого ряда документов организации, введение третьего языка (кроме русского и китайского) в качестве официального и другие изменения.

Очевидно, что процесс расширения ШОС будет продолжаться и новая структура должна быть предельно предсказуемой для организации. В настоящий момент на статус участника ШОС претендует Иран, а на статус наблюдателей – Сирия, Египет и Бангладеш [9]. Эти страны объединяет одна проблема – терроризм – и любой силовой эпизод внутри одной из этих стран может стать уже внутренней проблемой ШОС. Изменению статуса этих стран в ШОС должно предшествовать создание механизма консультаций в форматах «ШОС+государство» или «участник ШОС+государство», предусматривающих ограниченные отношения и поэтапное вхождение в ШОС. Так, еще на саммите ШОС в 2009 г. президент Узбекистана Ислам Каримов предложил создать под эгидой ООН механизм для решения афганской проблемы в формате «6+3» (4 страны-члена ШОС, 2 страны-наблюдателя при организации (Иран, Пакистан), северо-западный сосед афганцев Туркменистан, а также США и НАТО) [4]. В то же время позиции ШОС в отношении Сирии или Ирана могут сыграть свою роль в выстраивании отношений с Западом. Чем ближе ШОС эти страны, тем холоднее будут отношения организации с США и ЕС, но также будет больше поводов для диалога.

Можно добавить, что одним из наиболее вероятных кандидатов на вступление в ШОС на правах участника является Монголия. С одной стороны, ее вступление в ШОС на правах члена может способствовать укреплению связей со всем регионом и создает удачные предпосылки для взаимодействия стран-участников ШОС в Северо-Восточной Азии. Направленность двусторонних отношений Китая и Монголии основана, в первую очередь, на принципе добрососедства, и в КНР признают, что политика этого государства ориентирована на международные процессы в регионе, а его геополитическое расположение достаточно уникально. Китай является одним из главных торговых партнеров Монголии, что характеризует высокий объем товарооборота между этими странами. Заключенные соглашения об увеличении двусторонней торговли и сотрудничестве в развитии железнодорожных коммуникаций указывают на заинтересованность Китая в ускорении торговли между двумя странами и повышении во внешней политике Монголии роли КНР. Стоит обратить внимание и на тот факт, что в Монголии фактически нет террористических проблем и угроз экстремизма, поэтому эта страна не может оказать негативного влияния на антитеррористическую деятельность ШОС [12].

Таким образом, возможные пути решения проблем развития ШОС следующие: по линии экономического сотрудничества – повышение роли негосударственных объединений на базе Энергетического и Делового клубов ШОС; по линии со-

трудности по безопасности – актуализация таких угроз, как ИГИЛ, Талибан и др. одновременно с проработкой руководящих документов РАТС; по линии расширения ШОС – создание механизма консультаций и модификация форматов взаимодействия в соответствии с новым составом участников. Российско-китайское сотрудничество демонстрирует желание этих стран придать организации институциональный и практический характер и остаться в перспективе основообразующим фактором для дальнейшего выстраивания стратегии на торгово-экономическом, военно-политическом и других направлениях ШОС.

Обозначенные выше проблемы в деятельности ШОС, скорее всего, будут существовать и далее. Очень многое в деятельности организации связано с политикой отдельных стран и их стремлением к взаимодействию в традиционной для региона форме двусторонних связей. Однако стоит признать и то, что за годы своего существования ШОС накоплен достаточный запас прочности и дальнейшее ее развитие, скорее всего в трансформированном состоянии, неизбежно.

Новым ориентиром для России в данном интеграционном объединении может стать повышение роли гуманитарного сотрудничества ШОС. Ввиду того, что после расширения ШОС в организацию входят уже пять мировых цивилизаций (русская, китайская, индийская, исламская и буддийская), а также возросло многообразие наций, повышение роли гуманитарных связей в структуре ШОС – одно из главных условий ее будущего успешного развития. За основу на этом направлении можно было бы взять уже существующий образовательный проект Университета ШОС – сетевой программы, созданной в 2008 г., состоящей из более чем 60 существующих университетов в государствах-членах ШОС и обучающей студентов стран-участников по различным приоритетным направлениям – от энергетики до межкультурной коммуникации [10].

От России в образовательной программе по энергетике принимают участие Московский энергетический институт, Уральский федеральный университет, Новосибирский государственный технический университет и т. д. С китайской стороны на участие в сотрудничестве аккредитованы столичный Северо-китайский электро-энергетический университет, Китайский нефтяной университет, Харбинский политехнический университет и т. д.

Вступление в ШОС новых участников способно дать новый импульс этому проекту и обогатить его, прежде всего, в духовном смысле. Потребуются и более значительные инвестиции, которые, в свою очередь, смогут разделить между собой большее количество участников.

-
1. Выступление министра иностранных дел России С.В. Лаврова на заседании СМВД ШОС, Душанбе, 31 июля 2014 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://interaffairs.ru/news/show/11585>
 2. Голобоков, А.С. Энергетическое сотрудничество России и Китая и роль в нем многосторонних неправительственных механизмов / А.С. Голобоков // Современные проблемы науки и образования. – 2015. – № 2. – С. 315.

3. Захваченный пиратами российский танкер освобожден [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://ria.ru/defense_safety/20100506/231050817.html
4. Каримов, И. Афганскую проблему можно решить только политическим путем [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.islamsng.com/uzb/news/7074>
5. Комиссина, И.Н., Куртов, А.А. Шанхайская организация сотрудничества / И.Н. Комиссина, А.А. Куртов // Российский институт стратегических исследований. – 2005. – С. 288.
6. Латкин, А.П. Российский Дальний Восток: ретроспектива и перспектива социально-экономического развития / А.П. Латкин // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. – 2012. – № 3. – С. 120–128.
7. Лантанов, К. «Шестерка» выходит блоком / К. Лантанов, Б. Орозалиев, М. Зыгарь, И. Сафронов // Коммерсантъ. – 2006. – 27 апреля.
8. Осетров, А.В. Деятельность Региональной антитеррористической структуры ШОС по противодействию терроризму в Центральной Азии (2004–2005 гг.) / А.В. Осетров // Шанхайская организация сотрудничества: к новым рубежам развития: материалы кругл. стола. – М.: Ин-т Дальн. Вост. РАН, 2008. – С. 246–255.
9. Представитель МИД РФ: Сирия подала заявку на участие в ШОС в качестве наблюдателя [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://tass.ru/politika/1765820>.
10. Ректорат ШОС. Об университете (КНР) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.usco.edu.cn/RUS/dxjj>.
11. Фроленков, В.С. Политико-экономические интересы в Центральной Азии главных мировых и региональных акторов / В.С. Фроленков // Шанхайская организация сотрудничества: к новым рубежам развития: материалы кругл. стола. – М.: Ин-т Дальн. Вост. РАН, 2008. – С. 63–90.
12. China, MPR, Russia to Further Railroad Cooperation // Xinhua news agency. – 2008. – 20 August.
13. “UN says ‘25,000 foreign fighters’ joined Islamist militants”. BBC News. 2 April 2015. URL: <http://www.bbc.co.uk/news/world-middle-east-32156541>.

© Голобоков, А.С., 2016

Для цитирования: Голобоков, А.С. Факторы повышения эффективности Шанхайской организации сотрудничества в контексте угроз и вызовов международной безопасности / А.С. Голобоков // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. – 2016. – № 1. – С. 27–35.

For citation: Golobokov, A.S. Factors of increasing the Shanghai cooperation organization's effectiveness in a context of threats and challenges of international security / A.S. Golobokov // The Territory of New Opportunities. The Herald of Vladivostok State University of Economics and Service. – 2016. – № 1. – P. 27–35.

Дата поступления: 03.12.2015.

УДК 338.246.4

В.А. Андреев

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Совершенствование процессов финансово-экономической экспертизы проектов государственных программ Российской Федерации

В статье рассматриваются вопросы совершенствования финансово-экономической экспертизы проектов государственных программ Российской Федерации за счет формирования нормативной и методологической базы и установления единых требований к планированию, организации проведения и подведению итогов экспертизы на федеральном, региональном и муниципальном уровнях. Рассматриваются предложения по расширению полномочий контрольно-счетных органов за счет их участия в разработке и согласовании параметров прогноза социально-экономического развития и проведении финансово-экономической экспертизы стратегий социально-экономического развития субъектов Российской Федерации.

Ключевые слова и словосочетания: финансово-экономическая экспертиза, государственные программы, целевые показатели, экономический прогноз, стратегическое планирование.

V.A. Andreev

Vladivostok State University of Economics and Service
Vladivostok. Russia

Enhancement of the financial and economical expertise procedures of the public programs in the Russian Federation

The article reviews some suggestions for enhancement of the financial and economical expertise procedures of the governmental (public) programs in the Russian Federation at stage of a draft by establishing a legislative and methodological base and introduction the unified requirements to planning, execution and the expertise resulting in the federal, regional and municipal level. Reviewed some assumptions regarding extension of the judicial power of the auditorial authorities by their involvement in elaboration and adjustment of the social and economic development prognosis and by the expertise extension to the strategy planning process in regions of the Russian Federation.

Keywords: financial and economical expertise, public programs, target indicators, economic prognosis, strategy planning.

Андреев Вячеслав Андреевич – доцент кафедры государственного и муниципального управления Института права; e-mail: andreev_va@inbox.ru.

Одним из направлений совершенствования системы государственного управления в Российской Федерации следует рассматривать переход от традиционной бюрократической модели менеджмента к программно-целевому принципу, основанному на разработке и реализации программ развития отраслей и сфер государственного управления. При разработке проектов государственных программ учитываются принципы максимального охвата всех сфер государственного управления и бюджетных расходов в рамках реализации ключевых государственных функций, направленных на достижение приоритетов и целей социально-экономического развития и обеспечения безопасности страны. Эффективности программных мероприятий способствует интегрированное применение мер и инструментов государственного регулирования в сфере финансовой, налоговой, бюджетной, промышленной политики с целью повышения конкурентоспособности базовых отраслей экономики, их инновационного развития, а также повышения качества государственных услуг.

Используя программную структуру бюджета, органы государственной власти обеспечивают координацию между бюджетными расходами, целями, задачами, приоритетами и ожидаемыми результатами государственной политики в той или иной сфере. Корректно сформулированные и приемлемые с точки зрения исполнимости программные цели и задачи влияют на повышение эффективности государственного управления в целом. Объективности выбора и применения программно-целевых методов управленческого воздействия на процессы социально-экономического развития способствует финансово-экономическая экспертиза проектов государственных программ [1].

Бюджетным кодексом РФ (гл. 26, ст. 269.2) установлены полномочия органов внутреннего государственного финансового контроля по осуществлению внутреннего государственного финансового контроля, включая контроль за полнотой и достоверностью отчетности о реализации государственных программ.

Федеральный закон от 7.02.2011 6-ФЗ «Об общих принципах организации и деятельности контрольно-счетных органов субъектов Российской Федерации и муниципальных образований» (ст. 9) устанавливает, что контрольно-счетный орган субъекта Российской Федерации осуществляет финансово-экономическую экспертизу проектов законов субъекта Российской Федерации и нормативных правовых актов органов государственной власти субъекта Российской Федерации, включая подготовку финансово-экономических обоснований в части, касающейся расходных обязательств субъекта Российской Федерации, а также государственных программ субъекта Российской Федерации. Вышеназванный закон также устанавливает, что контрольно-счетный орган муниципального образования осуществляет полномочия по финансово-экономической экспертизе проектов муниципальных правовых актов, включая подготовку финансово-экономических обоснований, в части, касающейся расходных обязательств муниципального образования, а также муниципальных программ.

Следует отметить, что помимо финансово-экономической экспертизы проекта программы ответственными исполнителями осуществляется оценка эффективности

процесса реализации мероприятий государственных программ. Постановлением Правительства РФ от 2.08.2010 588 «Об утверждении Порядка разработки, реализации и оценки эффективности государственных программ» определено требование к ответственному исполнителю о подготовке сводного годового доклада о ходе реализации и оценке эффективности государственных программ, который содержит:

а) сведения об основных результатах реализации государственных программ за отчетный период;

б) сведения о степени соответствия установленных и достигнутых целевых индикаторов, а также о показателях государственных программ за отчетный год;

в) сведения о выполнении расходных обязательств Российской Федерации, связанных с реализацией государственных программ;

г) оценку деятельности ответственных исполнителей в части, касающейся реализации государственных программ.

Процесс оценки качества формирования проекта федерального бюджета на очередной финансовый год и плановый период в так называемом «программном формате» и финансового обеспечения государственных программ Российской Федерации определяется стандартами внешнего государственного аудита (контроля), например, стандартом СГА-201 «Предварительный аудит формирования федерального бюджета», утвержденным Коллегией Счетной палаты Российской Федерации. На региональном уровне цели, задачи и процедуры финансово-экономической экспертизы проектов государственных программ определяются стандартами внешнего финансового контроля контрольно-счетных органов субъектов РФ (например, в Приморском крае – стандартом внешнего государственного финансового контроля СФК КСП Приморского края-3 (общие)). Вместе с тем следует отметить отсутствие в Российской Федерации единой нормативной и методологической базы, определяющей процедурный порядок проведения финансово-экономической экспертизы государственных программ и устанавливающей единые критерии измерения эффективности предполагаемых программных мероприятий.

К наиболее характерным задачам финансово-экономической экспертизы государственных программ следует отнести:

– контроль законности, полноты и обоснованности включения, изменения или отмены основных параметров и (или) структурных элементов проекта государственной программы и подпрограмм;

– оценку сферы реализации программных мероприятий, включая анализ текущей ситуации, проблем и прогноза развития рассматриваемой сферы или отрасли;

– оценку корректности установления приоритетов, цели и задач государственной политики в соответствующей сфере;

– оценку объективности установления ожидаемых результатов программы, а также эффективности мер государственного регулирования и механизмов реализации программы;

– анализ достаточности объемов финансового обеспечения и объективности определения источников финансирования;

– подготовку предложений по устранению имеющихся замечаний и совершенствованию содержания проекта государственной программы (подпрограмм) [7].

Экспертные заключения и выводы могут отражать результаты, экономической и финансовой части экспертизы соответственно. Экономическая часть экспертизы включает:

а) анализ проблем, приоритетов, целей, задач и ожидаемых результатов в программируемой отрасли или сфере государственного управления;

б) анализ структуры государственной программы, включая подпрограммы, отдельные мероприятия, государственные услуги, работы и функции;

в) оценку механизмов реализации, мер государственного регулирования, участников реализации государственной программы.

Финансовая часть экспертизы включает оценку в денежном выражении потенциальных выгод и затрат от реализации государственной программы с использованием механизмов рыночной оценки для формирования показателей затрат и выгод от реализации государственной программы с учетом возможности выражения потенциальных затрат или выгод в единых единицах измерения [5]. Финансовая оценка включает анализ объема финансового обеспечения программы, планируемых способов и источников финансового обеспечения, направлений и способов использования финансовых средств. В ходе экспертизы также может анализироваться иное обеспечение государственной программы, если таковое предусмотрено.

На начальном этапе финансово-экономической экспертизы определяется обоснованность отнесения деятельности органов власти к сфере реализации мероприятий программы за счет анализа текущей ситуации, проблем, приоритетов, целей и задач в соответствующей сфере. По результатам начального этапа экспертизы сотрудниками контрольно-счетных органов могут быть сделаны выводы о степени взаимной согласованности соответствующих программных положений, наличии проблем, обуславливающих установление приоритетов, целей и задач государственной политики. Выявляется наличие и уточняются задачи и мероприятия, направленные на решение конкретных проблем, достижение целей и приоритетов программы.

На втором этапе в ходе анализа подпрограмм и основных мероприятий государственной программы обосновываются выводы о достаточности раскрытия в программе информации о содержании ее подпрограмм, мероприятий, составе государственных услуг, работ и функций, соответствии подпрограмм и мероприятий программы ее задачам, их достаточности для достижения целей и ожидаемых результатов:

а) анализируется возможность и необходимость реализации альтернативных подпрограмм и мероприятий как более экономичных и результативных;

б) делаются выводы о характере динамики, способах расчета и прогнозирования программных показателей и соответствии их установленным требованиям за счет анализа ожидаемых результатов реализации государственной программы, прогнозов и целевых индикаторов соответствующих показателей;

в) определяются соответствие состава ожидаемых результатов задачам программы, их достаточность для раскрытия степени достижения целей, обоснованность прогноза целевых показателей и возможности достижения ожидаемых результатов [7].

Следует отметить отсутствие единых методологических подходов, позволяющих оценивать ожидаемые результаты реализации программы, включая оценку социальных и экологических последствий и рисков. Не разработаны единые подходы к расчету прогнозных данных, являющихся основой для формирования количественных и качественных показателей проекта программы, а также инструментарий для измерения бюджетной эффективности программ. Как показывает практика, в разных странах, перешедших на программный формат бюджета, внимание акцентируется на различных аспектах эффективности бюджетного финансирования программных расходов с переносом сумм ассигнований на разные статьи расходов. Проблема учета влияния различных факторов могла бы найти свое решение при условии, что усилия всех заинтересованных сторон будут сконцентрированы на разработке комплексной системы оценки эффективности государственных программ [2].

На третьем этапе финансово-экономической экспертизы проводится анализ механизмов реализации, мер и инструментов государственного регулирования, состава участников реализации государственной программы. По результатам анализа обосновываются выводы о полноте и обоснованности включения в программу фактически имеющихся и планируемых мер государственного регулирования и участников реализации, степени раскрытия в механизме реализации программы способов достижения ее целей и ожидаемых результатов, факторов, в том числе коррупциогенных, и рисков, препятствующих их достижению. Антикоррупционная экспертиза проектов государственных программ может проводиться с учетом требований Федерального закона от 17.07.2009 172-ФЗ «Об антикоррупционной экспертизе нормативных правовых актов и проектов нормативных правовых актов» ответственным исполнителем (соисполнителями) программы с привлечением граждан и институтов гражданского общества.

На завершающем этапе финансово-экономической экспертизы дается оценка альтернативных управленческих решений в рамках реализации программы, в том числе оценивается возможность и необходимость использования иных мер государственного регулирования, выявления и предотвращения иных рисков, привлечения к реализации программы иных участников. Следует отметить отсутствие единых методологических подходов по оценке и обоснованию выбора альтернативы решения задачи на этапе экспертизы проекта программы.

По результатам экспертизы делаются выводы о достаточности или избыточности средств для исполнения необходимых программных мероприятий за счет анализа финансового обеспечения и его источников, а также анализа способов расчета объема денежных средств. В ходе финансового анализа выявляется наличие в программе принимаемых расходных обязательств, оцениваются полнота и обоснованность условий предоставления и методики расчета межбюджетных субсидий, выявляется наличие и необходимость иных источников и способов получения ресурсов, направлений и способов их использования. При этом эффективность бюджетных расходов должна отражать уровень затраченных ресурсов для достижения конкретных результатов. При разработке целостной системы

оценки эффективности программ ко всем вышеуказанным критериям подбираются группы индикаторов, с помощью которых можно дать количественную оценку программной деятельности [4].

При проведении экспертизы учитываются результаты ранее проведенных контрольных и экспертно-аналитических мероприятий в сфере реализации государственной программы, а также типичные недостатки государственных программ, установленные в ходе ранее проведенных экспертиз. При анализе финансового обеспечения государственной программы учитываются результаты экспертиз проектов законов о бюджете Российской Федерации (субъекта Российской Федерации) на соответствующий очередной финансовый год и плановый период. При проведении анализа программных целевых показателей возможно применение математической модели так называемой сбалансированной открытой экономики для установления взаимосвязи основных макроэкономических (прогнозируемых) показателей, используемых для разработки программ, например, планируемого объема валового внутреннего (регионального) продукта, показателей инвестиций, конечного потребления, индекса потребительских цен с иными программными показателями [3].

Для совершенствования процессов финансово-экономической экспертизы проектов государственных программ целесообразно разработать и утвердить нормативный и методологический документ, определяющий единые требования к планированию, организации проведения и подведению итогов финансово-экономической экспертизы проектов государственных программ. Таковыми могут являться, например, методические указания по проведению финансово-экономической экспертизы проектов государственных и муниципальных программ, утверждаемые, к примеру, приказом Минфина РФ.

В качестве методологической основы экспертизы предлагается рассматривать многокритериальный анализ, позволяющий выявить, классифицировать и ранжировать базовые и альтернативные подходы к решению целей и задач государственной программы. Многокритериальный анализ позволит обосновать выбор альтернатив решения задачи за счет разработки критериев и формирования весовых коэффициентов для определения относительной значимости каждого из выбранных критериев, проведения анализа чувствительности результатов проекта программы к изменению отдельных параметров оценки.

Следует нормативно установить требования к процедурам планирования и организации проведения экспертизы с учетом масштабности экспертного мероприятия, объема финансирования государственной программы, а также наличия финансовых и административных ресурсов, доступных для проведения финансово-экономического анализа в установленные законодательством сроки. При планировании экспертизы следует принимать во внимание наличие данных для проведения качественного и количественного анализа, а также требуемую степень агрегации и необходимость количественного представления результатов анализа. При проведении экспертизы целесообразно предусмотреть стандартом (регламентом) контрольно-счетного органа возможность координации действий с ответственным

исполнителем (соисполнителями) государственной программы для обеспечения обоснованности выводов по результатам экспертизы.

Целесообразно законодательно включить в перечень проектов документов, подлежащих финансово-экономической экспертизе, документы стратегического планирования, разрабатываемые в рамках целеполагания, предусмотренные Федеральным законом от 28.06.2014 172-ФЗ «О стратегическом планировании в Российской Федерации». Речь идет, прежде всего, о стратегии социально-экономического развития субъекта Российской Федерации, определяющей цели, задачи, приоритеты и направления долгосрочного развития и содержащей информацию о государственных программах субъекта Российской Федерации, утверждаемых в целях реализации стратегии. Это позволит сделать обоснованные выводы по итогам экспертизы о степени взаимной согласованности положений стратегии и соответствующих программных положений, а также о наличии общих проблем, обуславливающих установление в программах приоритетов, целей и задач государственной политики.

Для обеспечения согласованности и сбалансированности документов стратегического планирования, разрабатываемых на уровне субъектов Российской Федерации, а также прогноза социально-экономического развития и государственных программ, целесообразно установить полномочия по участию (согласованию параметров) контрольно-счетного органа в разработке прогноза социально-экономического развития субъекта Федерации. Это повысит достоверность прогноза макроэкономических показателей и обеспечит надлежащее соответствие прогнозных данных ожидаемым результатам программы, повысит обоснованность прогноза целевых показателей и возможность достижения ожидаемых результатов.

Для обеспечения полноты и обоснованности включения в проект программы фактически имеющихся и планируемых мер государственного регулирования и участников реализации, степени раскрытия в механизме реализации программы способов достижения ее целей и ожидаемых результатов, мер и инструментов государственного регулирования целесообразно наделить полномочиями контрольно-счетные органы по установлению требований к содержанию документов стратегического планирования, разрабатываемых в субъектах Российской Федерации. Речь идет, прежде всего, о стратегии социально-экономического развития и государственных программах с учетом положений, предусмотренных Федеральным законом от 28.06.2014 172-ФЗ «О стратегическом планировании в Российской Федерации».

Основные предложения по совершенствованию процессов финансово-экономической экспертизы проектов государственных программ Российской Федерации заключаются в формировании нормативной и методологической основы для установления единых требований к планированию, организации проведения и подведению итогов финансово-экономической экспертизы на федеральном, региональном и муниципальном уровнях. Кроме совершенствования нормативной и методологической базы важно расширить полномочия по участию (согласованию параметров) контрольно-счетного органа в разработке прогноза социально-

экономического развития для обеспечения надлежащего соответствия прогнозных данных ожидаемым результатам программ. Рекомендуется наделить контрольно-счетные органы полномочиями по установлению требований к содержанию документов стратегического планирования, разрабатываемых в субъектах Российской Федерации – стратегии социально-экономического развития и государственных программам, при этом не устанавливая избыточные меры регулирования сферы государственного стратегического планирования.

1. Андреев, В.А. Программно-целевой подход к стратегическому управлению России на примере Владивостокского городского округа / В.А. Андреев, М.Д. Кузьменко, Н.Г. Ивельская, Э.В. Королева, А.Л. Чернышова // Экономика и предпринимательство. – 2015. – № 11–1 (64–1). – С. 257–263.
2. Афанасьев, М.П. Инструментарий оценки эффективности государственных программ / М.П. Афанасьев, Н.Н. Шаш // Вопросы государственного и муниципального управления. – 2013. – № 3. – С. 48–69.
3. Владимиров, С.А. О сущности структурной макроэкономической эффективности / С.А. Владимиров // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. – 2015. – № 2 (29). – С. 7–15.
4. Бородин, А.В. Повышение эффективности управления государственными программами: федеральный и региональный аспект / А.В. Бородин, Н.Н. Шаш // Вестник Удмуртского университета. – 2014. – № 2–4. – С. 96–106.
5. Братанова, А.В. Развитие методологии предварительного финансового контроля за государственными программами в регионах России / А.В. Братанова // Финансовая аналитика: проблемы и решения. – 2012. – № 42. – С. 23–29.
6. Волков, Д.К. Анализ зарубежного опыта и разработка методики оценки удовлетворенности государственными программами в России / Д.К. Волков // Практический маркетинг. – 2014. – № 9 (211). – С. 17–22.
7. Стандарт внешнего государственного финансового контроля СФК КСП Приморского края-3 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ksp25.ru/files/standarts/sfk3o.docx> (дата обращения 30.01.2016).

© Андреев, В.А., 2016

Для цитирования: Андреев, В.А. Совершенствование процессов финансово-экономической экспертизы проектов государственных программ Российской Федерации / В.А. Андреев // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. – 2016. – № 1. – С. 36–43.

For citation: Andreev, V.A. Enhancement of the financial and economical expertise procedures of the public programs in the Russian Federation / V.A. Andreev // The Territory Of New Opportunities. The Herald of Vladivostok State University of Economics and Service. – 2016. – № 1. – P. 36–43.

Дата поступления: 08.02.2016.

О.В. Корнейко

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Теория аукционов как инструмента повышения эффективности рыбопромышленных предприятий

Представлен обзор главных результатов теории аукционов. Сделан вывод о том, что рыночные механизмы на российских рыбных рынках работают неэффективно. В связи с этим ставится задача об использовании теории аукционов с целью формирования теоретических и методологических основ по ее применению на рыбных рынках.

Ключевые слова и словосочетания: теория аукционов, рыбный рынок, онлайн и офлайн аукционная торговля.

O.V. Korneyko

Vladivostok State University of Economics and Service
Vladivostok. Russia

The theory of auctions as a tool to improve the efficiency of fishing enterprises

The paper provides an overview of major results in the theory of auctions. The author concludes that market-based mechanisms in the Russian fish markets are not working-effectively. In this connection, the task of using the theory of auctions for forming theoretical and methodological bases for its application in fish markets.

Keywords: theory of auctions, fish market, online and offline auction trade.

Рыбное хозяйство традиционно занимает особое положение в экономике российского Дальнего Востока в целом и Приморского края в частности, обеспечивая продовольственную безопасность, занятость населения, стимулирование экономической активности в смежных отраслях [1].

В ходе экономических преобразований в конце прошлого века было принято ошибочное решение о том, что рыночный переход в России обязательно связан с разукрупнением и дезинтеграцией производства как необходимыми условиями развития конкурентно-рыночных отношений. Результатом такого решения явилась потеря хозяйственных связей между рыбохозяйственными предприятиями. Некогда единая технологическая цепь «добыча – обработка –

Корнейко Ольга Валентиновна – канд. экон. наук, доцент кафедры международного бизнеса и финансов;
e-mail: olga30300@mail.ru

реализация» распалась на отдельные звенья. Оборот водных биологических ресурсов стал носить стихийный, неорганизованный характер, а между рыбодобытчиком и конечным потребителем появилось множество посредников, присваивающих значительную долю прибыли, созданную рыбопромышленниками. Таким образом, механизм ценообразования в рыбном хозяйстве носит несбалансированный характер из-за существующего диспаритета цен сферы производства и обращения [2–7].

Новые условия хозяйствования, в которых оказались современные российские рыбохозяйственные предпринимательские структуры, неизбежно «вызывают к жизни» новые эффективные способы товародвижения рыбопродукции на основе формирования цивилизованной, развитой рыночной инфраструктуры. Одним из конкурентных способов реализации товаров является аукцион. В последнее время теория аукционов является быстро развивающейся областью экономической теории – микроэкономики. Лауреат Нобелевской премии по экономике 1996 г. Уильям Викри, исследовав рынки с неполной или асимметричной информацией, создал «аукцион Викри». Роджер Майерсон, Леонид Гурвиц и Эрик Маскин, лауреаты Нобелевской премии 2007 г., первый из которых известен в научном мире как один из создателей теории аукционов, для двух других эта теория – часть более общей проблематики, связанной с организацией стратегических взаимодействий экономических институтов. По ходу своего развития теория аукционов дала и прямые практические приложения – от многомиллионных аукционов лицензий на радиоспектр мобильной связи (в результате чего, например, в период с 1999 по 2005 г. Федеральная комиссия по связи США собрала 40 млрд. долл.) до схем эффективного распределения донорских органов [8–10].

Основные результаты теории аукционов включают теорию оптимальных (приносящих наибольший доход) и эффективных (доставляющих объект претенденту, который ценит его больше других) аукционов. Анализ существующих разработок показывает отсутствие конкретных рекомендаций по использованию рыбохозяйственными предприятиями конкурентных преимуществ аукционной торговли на современном этапе развития международной торговли. Тем не менее, очевидно, что рыночные механизмы на российских рыбных рынках работают неэффективно.

Итак, что послужило мотивом для инициирования данного исследования?

1. Наличие теневого оборота водных биологических ресурсов. Формирование теневой экономики, криминализация, браконьерство, утечка валюты за границу, уход от налогообложения и таможенного контроля – это, к сожалению, те последствия, которые отрасль имеет из-за нерегулируемого вхождения в рынок самостоятельных, независимых предпринимательских структур.

2. Неполная и непрозрачная информация о ценовых уровнях на рыбу и рыбопродукцию. Покупатель из Москвы может не располагать информацией о ценах на Дальнем Востоке, что вынуждает его прибегать к услугам большого числа посредников, вызывающих не только повышение уровня розничных цен, но и диспаритет цен сферы производства и обращения. Это подтверждается результатами первых аукционных торгов, проведенных на электронной площадке ЗА «Биржа «Санкт-

Петербург». Сложившаяся итоговая цена в результате аукционных торгов 29 мая 2015 г. на горбушу потрошенную без головы составила 73,5 рублей в пересчете за 1 килограмм, а на горбушу потрошенную с головой – 71,5 рублей. В то же время рыночные цены за аналогичную продукцию на 26 мая 2015 г. в среднем составляют 130 рублей за 1 килограмм, что в 1,8 раза выше цен, установленных на аукционе [11].

3. Отсутствие стимулов у рыбодобытчиков использовать аукционные механизмы в товарообороте. Как известно, аукционы проводят для того, чтобы получить больше денег за продаваемый объект. Но российские рыбодобытчики не хотят участвовать в организованных биржах, тем самым не реагируя на финансовые стимулы. Здесь уместно вспомнить книгу С. Ландсбурга «Экономист на диване», смысл которой сводится в конечном итоге к выводу: «Большая часть экономической науки может быть изложена в четырех словах: «Люди реагируют на стимулы». Остальное – комментарии» [12].

4. На внутренних географических сегментах рынка рыбы и рыбопродукции участники зачастую сталкиваются с состоянием дефицита. В основном это связано с тем, что девальвация рубля сделала экспорт рыбы более привлекательным для добытчиков, тогда как внутренние цены еще отстают от внешних. Цена, как известно, является негибкой, медленно подстраивающейся переменной в краткосрочном периоде. В результате корректировка рынка может занимать очень много времени.

Таким образом, мы видим, что механизмы рынка работают неэффективно, поэтому вопросы возникают, прежде всего, к экономистам. И один из них можно сформулировать следующим образом: может ли теория аукционов помочь экономистам сделать рынок оборота водных биологических ресурсов более эффективным? Как построить эффективные или оптимальные аукционы на рыбном рынке?

Четыре основных типа аукционов представлены в табл. 1.

Таблица 1

Основные типы аукционов

Цена \ Виды ставок	Закрытый	Открытый
Первая	Запрос котировок	Английский аукцион
Вторая	Аукцион Викри	Голландский аукцион

Английский аукцион – это открытый аукцион с восходящими ценами, когда участники называют все большую и большую цену (например, по очереди) и объект достается тому, кто последним повысил цену. Могут быть ограничения на шаг, а также анонимные или электронные. Разновидностью открытого аукциона с восходящими ценами является японский аукцион, где цена поднимается непрерывно и участники выбывают один за другим (возвращаться нельзя), а последний получает объект. Голландский аукцион – открытый аукцион с нисходящими ценами, где продавец начинает с какой-нибудь заведомо большой цены и снижает ее шаг за шагом. Как только какой-нибудь участник говорит, что он согласен заплатить эту цену, аукцион прекращается. Исторически свежую рыбу для розничной торговли

продавали именно на аукционах голландского типа в Токио, Марселе, Нью-Йорке, Израиле, на Гавайях. Другими словами, аукционная торговля в традиционной форме (офлайн) – далеко не новый инструмент реализации рыбопродукции на мировых рыбных рынках. Важно отметить, что торги на так называемых «рыбных биржах» проводятся только после тщательной экспертизы товара и только в форме аукциона. Ценовые колебания на один и тот же вид продукции различаются в разы в зависимости от её качества или предпочтений покупателя. Предыдущие ценовые котировки не являются основанием для ценообразования в будущем. На таких реальных рыбных аукционах реализуют около 3 млн тонн водных биоресурсов в год, что составляет менее 6% от общего объёма мировой торговли водными биологическими ресурсами (55 млн тонн в 2010 г.). В 22 странах мира существуют площадки, где ценообразование на рыбу и рыбопродукцию осуществляется в аукционной форме [13]. Приведем их сравнение в табл. 2.

Таблица 2

Характеристика рыбных офлайн аукционов в различных странах

Название площадки	Период образования	Товарооборот, тыс. тонн в год	Характеристика
1	2	3	4
Норвежское рыболовное сбытовое товарищество	1954	200	Приобретает у производителей их продукцию и продаёт её внутри страны и за рубежом крупным сбытовым компаниям
Исландская рыбная биржа	1969	120	Является основным покупателем уловов для мелких предприятий. Приобретает у производителей их продукцию и продаёт её внутри страны и за рубежом крупным сбытовым компаниям
Рыболовный кооперативный союз Италии	1978	60	Создан владельцами рыболовных предприятий, складских помещений и транспортных предприятий для приобретения уловов у мелких предприятий, располагает своим филиалами в 29 городах Италии. Приобретает у производителей их продукцию и продаёт её внутри страны и за рубежом крупным сбытовым компаниям
Рыбная биржа в Лиссабоне (Португалия)	1986	40	Приобретает у производителей их продукцию и продаёт её внутри страны и за рубежом крупным сбытовым компаниям
Рыбная биржа Бильбао (Испания)	1990	50	Создана сбытовыми кооперативами и финансово-кредитными учреждениями для приобретения уловов у мелких рыболовных предприятий. Приобретает у производителей их продукцию и продаёт её внутри страны и за рубежом крупным сбытовым компаниям

Окончание табл. 2

1	2	3	4
Рыбная биржа в Афинах (Греция)	1986	60	Создана сбытовыми кооперативами и финансово-кредитными учреждениями для приобретения уловов у мелких рыболовных предприятий. Приобретает у производителей их продукцию и продаёт её внутри страны и за рубежом крупным сбытовым компаниям
Рыбная биржа в Сантьяго-де-Чили (Чили)	1989	50	Создана фермерскими хозяйствами, выращивающими лосося. В дальнейшем к ней присоединились и предприятия из сектора рыболовства. Приобретает у производителей продукцию и продаёт её внутри страны и за рубежом крупным сбытовым компаниям
Рыбная биржа в Эквадоре	1996	80	Создана предприятиями, специализирующимися на разведении тилапии. Складировать приобретаемый товар и реализует его преимущественно сбытовым сетям в США
Рыбная биржа в Буэнос-Айресе	1984	40	Создана в форме правительственного агентства, приобретающего продукцию мелких рыболовных предприятий. За это время дважды (1990 и 1997) приостанавливала свою деятельность в связи с техническими дефолтами
Рыбная биржа в Бразилии	1998	30	Создана по аргентинскому образцу
Рыбная биржа в Перу	1978	90	Создана производителями рыбной муки. Существует в форме закрытого партнёрства, обеспечивающего согласованные цены на производимую рыбную муку
Рыбная биржа в Мумбаи (Индия)	1999	110	Создана сбытовыми кооперативами, объединяющими производителей креветки для её продвижения на внешние рынки
Торговая система Всеяпонской ассоциации рыболовной отрасли	1951	350	Функционирует в качестве организационно-правовой формы сбытового товарищества, финансируемого финансово-кредитными учреждениями. Приобретает продукцию у мелких производителей
Рыбные аукционы в Пусане (Республика Корея)	1980-е	100	Функционируют на базе складских и холодильных комплексов, сооружённых за счёт государственных капиталовложений. Являются торговыми площадками. Торги происходят только после предварительной экспертизы выборочных партий из выставляемых к продаже лотов и в форме аукционов между покупателями и продавцами. Электронные торги без предварительной проверки качества продукции и фьючерсные торги не допускаются
Рыбные аукционы в Сизтле	1980-е	70	Проводятся по тем же правилам и с теми же ограничениями, что и аукционы в Пусане

Источник: сост. авт. по [13]

Как видим из табл. 2, рыбные аукционы в большинстве стран служат, по сути, сбытовыми кооперативами, созданными для выкупа уловов у мелких рыболовных компаний, либо партнёрствами крупных рыбопроизводителей для продвижения товара на внешний рынок. Это связано с тем, что от 60 до 80% вылова приходится на мелкие предприятия, а доля маломерного флота в совокупном тоннаже доходит до 90%.

На современном этапе экономисты ставят вопрос о целесообразности системы сбытовых отношений в рыбном хозяйстве посредством современных информационных технологий и средств. Продажа рыбы на интернет-аукционах, по мнению некоторых из них, позволит не только усилить прозрачность рыбного рынка, а значит, значительно снизить диспаритет цен между участниками технологической цепи и вывести из теневого оборота морские биоресурсы, но и трансформировать механизмы торгового взаимодействия между покупателями и продавцами. Активная интеграция в глобальную электронную торговлю и внедрение различного рода торговых электронных систем станут действующим инструментом повышения эффективности и конкурентоспособности отечественных рыбохозяйственных предпринимательских структур.

В соответствии с Перечнем поручений Президента РФ В.В. Путина Пр-613 от 21.03.2013 г. по организации эффективной системы сбыта российских водных биологических ресурсов на внутреннем и внешнем рынках в 2015 г. заработала аукционная площадка по реализации выловленных водных биологических ресурсов и продуктов их переработки в электронной системе ЗАО «Биржа «Санкт-Петербург» во взаимодействии с АО «Дальневосточный аукционный рыбный дом». Этот инструмент пока не работает в полную силу и не дал результатов для соответствующей оценки. Сравним различные формы реализации аукционной торговли на традиционных и рыбных рынках (табл. 3).

Таблица 3

Сравнение различных форм реализации аукционной торговли на традиционных и рыбных рынках

Критерий	Реальные аукционы	Рыбные офлайн аукционы	Рыбные онлайн аукционы
1	2	3	4
Объект торговли	Стандартизированный товар (нефть, пшеница) или уникальный товар	Нестандартизированный товар – свежая рыба небольшими партиями	Нестандартизированный товар – рыба (свежая, мороженая), фьючерсные контракты, могут быть большие партии
Как принимается решение о покупке	В зависимости от цены, складывающейся в процессе независимо от места нахождения лота	В зависимости от цены, складывающейся в процессе аукциона, но только после личного осмотра лота	В зависимости от цены, складывающейся в процессе аукциона, но только после экспертизы качества лота независимой комиссией, желательна система страхования сделок

1	2	3	4
Преимущества	Аукционы проводятся для того, чтобы (а) получить больше денег за продаваемый объект; (б) объект достался участнику, которому он нужнее (ценнее) всего	Возможность получить свежую рыбу по рыночным условиям и без посредников. Ценовые колебания на один и тот же вид продукции различаются в разы, в зависимости от её качества или предпочтений покупателя. Предыдущие ценовые котировки не являются основанием для ценообразования в будущем	Увеличивается скорость оборота морепродукции, сокращаются издержки, устанавливается контроль над продукцией, интерес иностранных компаний в российской валюте, обеспечивается приток рыбы и морепродуктов высокого качества на внутренний рынок страны
Проблемы организации	(а) выбор подходящего формата аукциона; (б) организация аукционов для большого числа объектов; (в) борьба со сговором; (г) интернет-аукционы; (д) аукционы мобильного спектра	Борьба со сговором; экспертиза качества	Аукционы нестандартизированных продуктов большими партиями не имеют мировой практики. Есть сложности по формализации таких аукционов. Нет теоретических и методологических основ по применению теории аукционов при формировании эффективного механизма на рыбных рынках

Источник: сост. авт.

Таким образом, организация рыбных онлайн-аукционов имеет определенные сложности. Во-первых, аукционы нестандартизированных продуктов большими партиями вообще не имеют мировой практики. Во-вторых, есть сложности по формализации таких аукционов. И самое главное – нет теоретических и методологических основ по применению теории аукционов при формировании эффективного механизма на рыбных рынках.

В целом же внедрение электронной торговли позволило бы реализовать задачи, указанные в стратегии развития рыбохозяйственного комплекса Российской Федерации на период до 2020 года, среди которых приказ Федерального агентства по рыболовству, от 30.03.2009 г. 246 «Об утверждении стратегии развития рыбохозяйственного комплекса Российской Федерации на период до 2020 года»:

– формирование развитого внутреннего рынка рыбной продукции и его эффективной функциональной инфраструктуры;

– повышение эффективности государственного управления в сфере рыбохозяйственного комплекса и формирование высококонкурентной институциональной среды, стимулирующей предпринимательскую активность и привлечение капитала в экономику рыбной отрасли;

– международное сотрудничество и укрепление позиций Российской Федерации на мировом рынке продукции рыбопромышленного комплекса;

– развитие внешней торговли рыбными товарами высокой степени переработки водных биоресурсов [14].

1. Карасева, О.В. Инструменты государственного регулирования предпринимательства в рыбохозяйственной деятельности: дис. ... канд. экон. наук / О.В. Карасева. – Владивосток, 2010.
2. Карасева, О.В. Проблемы переориентации приморской рыбопродукции на внутренний рынок РФ / О.В. Карасева // Российское предпринимательство. – 2010. – № 2. – С. 129–134.
3. Карасева, О.В. Методика оценки экономической устойчивости предприятий рыбохозяйственной деятельности / О.В. Карасева // Извест. ТИПРО. – 2010. – № 160. – С. 329–334.
4. Корнейко, О.В. Перспективы развития предпринимательства на базе морских биотехнологий в Приморском крае / О.В. Корнейко // Путеводитель предпринимателя: сб. науч. трудов. – М., 2011. Вып. 11. – С. 214–222.
5. Носовский, В.С. Социально-экономическая политика обеспечения продовольственной безопасности Дальнего Востока / В.С. Носовский, О.В. Корнейко, Е.А. Малышев, Н.В. Котляр // Путеводитель предпринимателя: сб. науч. тр. – М, 2013. – Вып. 19. – С. 214–222.
6. Корнейко, О.В. Теоретические подходы к управлению развитием промышленного рыболовства / О.В. Корнейко, А.П. Латкин // Рыбное хозяйство. – 2014. – № 3. – С. 35–37.
7. Корнейко, О.В. Интеграция рыбохозяйственных предпринимательских структур в экономику региона: теоретические и практические аспекты // Вестник Пермского университета. Сер. «Экономика» = Perm University Herald. Economy. – 2015. – № 1(24). – С. 46–54.
8. Диксит, А., Нейлбаф, Б. Теория игр: искусство стратегического мышления в бизнесе и жизни / А. Диксит, Б. Нейлбаф. – М.: Пресс, 2013. – С. 301.
9. Измалков, С.Б. Теория экономических механизмов / С.Б. Измалков, К.И. Сонин, М.М. Юдкевич // Вопросы экономики. – 2008. – №1. – С. 4–26.
10. Железова, Е.Б. Теория и практика двусторонних рынков (Нобелевская премия по экономике 2012 года) / Е.Б. Железова, С.Б. Измалков, К.И. Сонин, И.А. Хованская // Вопросы экономики. – 2013. – № 1. – С. 4–26.
11. Лелюхин, С.Е. Перспективы развития аукционной торговли выловленными водными биологическим ресурсами и продуктами их переработки в условиях свободного порта Владивостока: доклад на X Международном конгрессе рыбаков 27–28 августа 2015 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.fish-forum.ru/content>

12. Landsburg, Steven E. *Armchair Economist: Economics and Everyday Life* / Steven E. Landsburg. – New York: Free Press, 1995.
13. Зверев, Г. Что такое «рыбные биржи» [Электронный ресурс] / Г. Зверев. – Режим доступа: http://www.fishnet.ru/news/novosti_otrasli/31440.html
14. Русаков, А.С. Организационно-экономический аспект оборота водных биологических ресурсов / А.С. Русаков // *Бизнес в законе*. – 2011. – № 1. – С. 238–243.

© Корнейко, О.В., 2016

Для цитирования: Корнейко, О.В. Теория аукционов как инструмента повышения эффективности рыбопромышленных предприятий / О.В. Корнейко // *Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса*. – 2016. – № 1. – С. 44–52.

For citation: Korneyko, O.V. The theory of auctions as a tool to improve the efficiency of fishing enterprises / O.V. Korneyko // *The Territory Of New Opportunities. The Herald of Vladivostok State University of Economics and Service*. – 2016. – № 1. – P. 44–52.

Дата поступления: 05.10.2015.

УДК 321.01, 342.3

А.Д. Уханов

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Современная трансформация государственного суверенитета*

Суверенитет выступает качественной характеристикой государства, традиционно определяясь как способность государства осуществлять самостоятельную, независимую и целостную внешнюю и внутреннюю политику. Однако современность ставит под сомнение смысловое ядро этого понятия. Так, многообразие общемировых и региональных процессов приводит к необходимости концептуального пересмотра суверенитета. Автор считает, что трансформация современных институтов государственной власти происходит под воздействием глобализации и унификации пространства, вызывающих изменения традиционных статусов политических акторов в качестве суверенных государств. Снизить эффект непредсказуемости в развитии будущего сценария властных отношений позволяет теоретико-методологический анализ суверенных качеств и социокультурных предпосылок трансформации суверенитета. В исследовании моделируются как направления концептуально-правовой реинтерпретации суверенных качеств, так и практические последствия таковых.

Ключевые слова и словосочетания: суверенитет, качественные характеристики, глобализация, унификация, социальное моделирование, теоретико-методологические подходы.

A.D. Ukhanov

Vladivostok State University of Economics and Service
Vladivostok. Russia

Contemporary Transformation of State Sovereignty

Sovereignty appears qualitative characteristic of the state is traditionally defined as the state's ability to carry out independent, independence and integrity of domestic and foreign policy. However, the present casts doubt on the core meaning of the concept. So the variety of global and regional processes, makes it necessary to review the concept of sovereignty. The author believes that the transformation of the modern institutions of government takes place under the influence of globalization and unification of space, causing a change status of traditional political actors as sovereign states. To reduce the effect of unpredictability in the development of future scenario of power relations allows the theoretical and methodological analysis of the sovereign attributes and socio-cultural preconditions for the transformation of sovereignty. The study areas are conceptually modeled as legal reinterpretation sovereign qualities, and the practical consequences thereof.

Keywords: sovereignty, the qualitative characteristics of globalization, unification, social modeling, theoretical and methodological approaches.

Уханов Антон Дмитриевич – студент Института права направления «Юриспруденция»; e-mail: vin-chun.95@list.ru

* Работа выполнена при финансовой поддержке гранта Президента РФ № МД-6669.2016.6 «Архетипические (социокультурные) основания российской публично-властной организации и ее эволюция в XXI веке».

К началу XX века в государственно-правовой теории и практике сложилось устойчивое представление о государстве как суверенной политико-территориальной организации публичной власти, осуществляющей самостоятельно в пределах определенной территории организацию и управление всеми основополагающими социальными процессами (экономическими, политическими, культурными и др.), народонаселением благодаря ряду монополий (установление общеобязательных норм, формирование армии и легальное применение насилия) и специальному административно-карательному аппарату.

Как известно, сущность любого социального явления, в том числе и института государства, характеризует (описывает) ряд сущностных (имманентных, присущих только этому явлению) признаков, позволяющих отличить, например, государство, право, власть от всех иных явлений. *Условно* признаки государства можно *аналитически* разбить на две группы:

– *первичные*, наиболее фундаментальные, присущие государству с момента зарождения самых первых раннеклассовых государств и сохраняющиеся до сих пор. Эти признаки отличают государство от родоплеменной организации, показывают процесс его формирования и развития [1] – это публичная власть, территория, налоги и население;

– *вторичные*, также имманентные (присущие) институту государства признаки, отличающие его от иных политических институций: суверенитет, монополия на принятие общеобязательных норм, формирование армии, легальное применение насилия, государственно-правового принуждения и символика и др.

Представляется, что из вторичных характеристик «ключевой характеристикой в понимании его (т.е. государства – А.У.) сущности и конституционно-правового назначения выступает «суверенитет» [2. С. 203]. При этом сам суверенитет как неотъемлемая качественная характеристика (признак) современного государства определяется как «способности юридически не связанной внешними силами государственной власти к исключительному самоопределению, а потому и самоограничению путем установления правопорядка, на основе которого деятельность государства только и приобретает подлежащий правовой квалификации характер» [3. С. 460].

Официально в Постановлении Конституционного суда РФ было отмечено, что «суверенитет, предполагающий *верховенство, независимость и самостоятельность* государственной власти... представляет собой необходимый *качественный признак Российской Федерации как государства* (курсив мой. – А.У.)» [4]. Другими словами, суверенитет рассматривается именно как неотъемлемый, конституирующий признак российского государства, который и формирует реальность, а не «потенциальность» какого-либо государства.

Однако процессы конца XX века и начало нового тысячелетия внесли очередные коррективы в устоявшиеся представления о государстве и государственной власти, привели к кардинальному пересмотру всех существенных, определяющих черт суверенитета. Исследователи и практики стали искать дополнительные характеристики, уточняющие признак суверенности в контексте глобальных политических процессов, универсализации политико-правового развития, стандартизации социокультурной жизни различных общественных систем [16–18].

Гипотеза исследования: трансформация современных институтов государственной власти происходит под воздействием глобализации и унификации пространства, международно-правовой коммуникации, вызывая изменения традиционных статусов политических акторов в лице суверенных государств, что приводит к рискам и неустойчивости в развитии властных институтов. Снизить эффект непредсказуемости в развитии будущего сценария властных отношений позволяет теоретико-методологический анализ суверенных качеств и социокультурных предпосылок трансформации субъектов властных институций.

Отметим, что для современных юридических, политических и других общественных наук одной из ведущих становится проблематика [19–21] определения «будущего суверенитета» в условиях меняющейся под влиянием различных процессов (ведущим из которых, безусловно, выступает глобализация) государственно-правовой реальности.

Формирование идеи суверенитета. Идея суверенитета зародилась в политико-правовой мысли Франции и отсюда была заимствована для строительства реальных политических порядков, при этом ее возникновение можно справедливо рассматривать как логический ответ со стороны государства на чрезмерную политическую активность церкви. С конструированием Вестфальской системы (1648 год) суверенитет приобрел официальный (международно-правовой) статус, был формально закреплен и вышел за пределы теоретико-философских идей. Его основные параметры, определяющие качества были введены в область политических отношений, однако вопрос о природе (происхождении) суверенитета остался открытым. После того как гегемония церкви была «сброшена» с государств, началась эпоха «переназначения» в отношении таких связанных с суверенитетом категорий, как «источник» и «носитель».

Вплоть до середины XX века суверенитет трактовался в неизменном виде, именно как независимость государства во внешних отношениях и его верховенство во внутренних. Современность преподнесла ряд значительных изменений. Новые, разворачивающиеся в современности процессы и изменившиеся концептуальные подходы к анализу социальной действительности подвергают в различных исследованиях и интеллектуальных построениях пересмотру само содержание понятия «суверенитет».

Однако прежде чем перейти к анализу современного состояния суверенитета как политико-правовой категории и государственно-властной практики полезно и необходимо обратиться к дискуссии недавнего прошлого. Настоящая дискуссия является примером социального моделирования в духе «конструирования социальной реальности в каждом акте социального мышления». Дискуссия была посвящена международному праву и его роли в меняющемся мире, безусловно, что такая проблематика охватывала собой и суверенитет. Спор состоялся между немецким юристом и политологом Карлом Шмиттом и автором нормативистской теории права Гансом Кельзенем.

Наиболее последовательной и, вероятно, последней апологией идеи суверенитета, сильного государства и государственной власти стала позиция К. Шмитта к сущности, роли и функциональному назначению суверенитета.

Так, широко известно определение «суверена», данное К. Шмиттом, как лица, объявляющего чрезвычайное положение [5]. В условиях чрезвычайного положения государство считает переход с официальных правовых практик к действиям неформального характера невозможным в условиях обыденного функционирования общества. Сама возможность отказа от существующего права государством имеет место только в государстве суверенном и санкционируется легитимным сувереном. Истинное верховенство государства в сфере политических отношений или тотального политического [6] (всеобщей связи «друга – врага») определяется «отбрасыванием» с указания суверена всех сдерживающих подлинное политическое господство механизмов. Однако такое пренебрежение к нормам права, связывающим полномочную деятельность государства в нормальных условиях, призвано обеспечить метаюридические основания, из которых непосредственно и проистекает действующее позитивное право.

Суверенитет не мог рассматриваться и существовать отдельно от государства и принадлежать разрозненным гражданам. Именно суверенная диктатура, по мысли К. Шмитта, могла обеспечить стабильность общества, даровав ему возможность развиваться собственным культурно-цивилизационным путем, без «слепого» заимствования «враждебных» (в системе координат политического, т.е. «друг-враг») моделей властвования, ставящих в конечном итоге под сомнение традиционные институты заимствующей культуры. Вестернизация представлялась негативным явлением, требующим от суверенных государств при необходимости объявления чрезвычайного положения для сохранения собственных устоев и правопорядка.

Разработкой теоретико-концептуальных моментов относительно будущего суверенитета в реалиях меняющегося мира с либеральных и неокантианских позиций занимался оппонент К. Шмитта Ганс Кельзен. Для Кельзена сам по себе «суверенитет» в случае наличия неизбежно формирующегося международного права (международного правопорядка) является чем-то умозрительным, лишенным реальных оснований. Суверенное государство, т.е., по Кельзену, национальный правопорядок, может признаваться таковым лишь до момента отсутствия вышестоящего порядка, который заключается и устанавливается международным правом. Указывая на необходимость растворения национального правопорядка, Кельзен отмечает: «Международный правовой порядок должен стоять выше любого национального порядка, т.к. национальные правовые порядки находят основание своей действительности в международном правовом порядке» [7. С. 453]. Дальнейшая практика показала, что приведенная цитата стала своеобразной формулой для действий международного сообщества по легитимации суверенных государств, чей суверенитет существует постольку, поскольку признается со стороны вышестоящего права.

Настаивая на важности международного права, Г. Кельзен порывает с классической позитивистской позицией относительно сущности права, которая не допускает существования наднационального правового порядка и правовых норм. Напротив, в них исследователь видит полноценную альтернативу национальному праву: «чисто учение о праве показывает, что вполне возможно рассматривать международное право как реальное право, поскольку оно содержит все существенные элементы правового порядка» [7. С. 450]. Еще раз подчеркнем, что именно *право*, понимаемое в западном, одинаковом для всех, специфически рационалистическом стиле, его

требования и развитие во времени требуют отказа от устоявшегося представления о государственном суверенитете.

Таким образом, суверенитет переносится в плоскость мирового сообщества и отчуждается от национальных государств посредством международного права, которое в свою очередь легитимирует локальные правовые порядки.

Постсовременная трансформация суверенных качеств государственной власти. Постсовременный виток глобализации начинает оказывать определяющее значение на переустройство мира в глобальном масштабе после Второй мировой войны. Далее с усилением процессов правой унификации и политической стандартизации национальных государственно-правовых пространств наблюдаются значительные изменения, вызывающие в качестве главного последствия кризис суверенных государств и политико-правовой самостоятельности государственной власти, а также размывание национальной идентичности и этнополитического изменения публичных интересов. Сами же истоки глобализации следует, на наш взгляд, искать в общей логике исторического процесса. Так, отмечается, что процесс глобализации не является продуктом исключительно нашего времени, а свойствен, в той или иной мере и в разных качествах всей истории развития человечества [8. С. 54]. Поэтому глобализацию можно рассматривать как элемент истории, тенденцию к объединению, сближению и общению.

Суверенитет, по своему изначальному, классическому формату направленный на сохранение национально-культурной уникальности государственно-правового пространства, естественно, становится преградой на пути унификационной глобализации. Именно функциональное измерение суверенитета становится основой для призыва к его ограничению со стороны международного сообщества. Считается, что суверенитет отдельных государств не в состоянии обеспечить внутригосударственный порядок, который должен основываться на ценностях, представлениях о праве и справедливости западноевропейского образца.

Все основополагающие нормативные документы, составляющие систему международного права, пронизаны духом западноевропейской цивилизации, несут ее нормативно-ценностный «заряд», что в ряде случаев ведет к нивелированию и делигитимации национальных правопорядков и маркирует действия, допустимые внутри отдельного государства, как враждебные, идущие в разрез с общепризнанными принципами права. Однако под общепризнанными принципами права выступают преимущественно локальные, сложившиеся в границах относительно небольшого региона представления о праве и правовой регуляции, его месте в жизни социума. Такое право представляет интересы той национально-культурной среды, в пределах которой оно было сформировано и для целей которых оно функционирует.

В некоторых же цивилизациях право является дополнительным и преимущественно обусловливаемым иными доминирующими социально-нормативными регуляторами [9. С. 43]. Например, в мусульманских государствах право обусловлено религией, нормы которой предопределяют содержание всех иных ценностей и нормативных регуляторов.

Конечно, межгосударственные отношения должны регулироваться общим, единым правом, функцию которого и выполняет международное право.

Но последнее «является *институционализированной нормативной системой*, хотя она и институционализована в меньшей мере, чем государственные правовые системы (курсив мой – А.У.)» [10. С. 44]. Международное право должно в большей мере строиться и развиваться именно как отношения между государствами, имеющие нормативный характер, т.е. быть правилом поведения во внешних сношениях государств. Тем не менее отмечается, что «позиция государства сильно ослабла...» [10. С. 43] в свете глобализационных трендов и усиления роли международных неправительственных организаций.

Терроризм и суверенитет: разрушение суверенных государственно-правовых основ. Поводом для ограничения суверенитета и вмешательства международного сообщества во внутренние дела государства становится международный терроризм.

В современном глобалистическом контексте террористическими могут признаваться действия как неправительственных организаций, так и правительства отдельных суверенных государств. При этом оценка на «террористичность»/«нетеррористичность» проводится международным сообществом, рядом надгосударственных образований, которые «маркируют» различные действия организаций или правительств как вынужденные (например, восстановление территориальной целостности страны, допуская насилие и террор по отношению к гражданам), либо в качестве террористических (например, когда действия правительств не вписываются в международно-правовые рамки, цели и интересы ведущих держав и проч.). Здесь международный терроризм классифицируется на два вида – «государственный терроризм» и «транснациональный терроризм».

Безусловно, международный терроризм представляет собой глобальную угрозу, однако считаем, что в условиях современной международной политической обстановки имеет место подмена одного вида терроризма другим (определенная терминологически-понятийная игра, учитывающая интересы лишь определенных сильных государств, как на это указывали М. Хардт и А. Неггри), ангажирование смыслов таких процессов, как глобализация, интернационализация и проч. с целью продвижения имперской модели мирового правопорядка. Диалог и плюрализм формально легитимируются в межправительственных организациях, служащих фикциями и проводящими политику, выгодную крупным мировым политическим центрам (прежде всего, Европа, США).

Таким образом, суверенитет государства может быть ограничен под предлогом борьбы за мир, хотя за такими лозунгами может скрываться стремление более сильной державы распространить свой собственный суверенитет на чужую территорию, используя легальные способы, предусмотренные международным правом. Мы считаем, что только суверенитет «является основой международного взаимодействия, обеспечения «междугосударственной толерантности», а также внутривнутриполитической стабильности, реализации и защиты правокультурных, этнополитических и этнических прав и свобод» [2. С. 264].

В дополнение к этому можно заметить, что главной формой легитимации государства в обход традиционным, выделенным еще М. Вебером, становится международная легитимация, т.е. признание со стороны международного сообщества за некоторой политической общностью статуса суверенного государства. Можно считать, что такой подход противоречит сути государства как результату

объективного исторического процесса, проходящего в рамках определенной территории, потому как суверенитет является внутренним свойством государства, возникающим внутри самого государства в сфере властеотношений.

Стремление реинтерпретировать или вообще нивелировать суверенитет не ограничивается действием международных организаций, за которыми всегда стоят интересы национальных государств. Основную угрозу *суверенитету как явлению* представляет не международная система, состоящая из пока еще суверенных государств, а повышенная активность неправительственных организаций, составляющих в своей совокупности глобальное гражданское общество. Всевозможные торговые и некоммерческие, правозащитные, транснациональные и проч. компании и организации не имеют четкой принадлежности (кроме места регистрации) к территории какого-либо государства. Они в целом обслуживают разные интересы и рынки.

Таким образом, можно постулировать, что, *во-первых*, современный мир характеризуют такие процессы, как глобализация, вышедшая на новый уровень своего развития; *во-вторых*, доминирующей формой признания государств становится легитимация со стороны международного сообщества, обладающего условным глобальным суверенитетом; *в-третьих*, традиционные формы идентичности претерпевают кризис и сменяются вместе с национальными государствами новыми формами публичной организации; *в-четвертых*, на мировой арене в качестве полноправных политических акторов начинают играть роль различные негосударственные образования. Однако из сказанного выше можно заметить, что данные тенденции наиболее характерны именно для западной цивилизации, хотя и претендующей на обладание общецивилизационной формулой устройства общества, но не вмещающей в себя всего массива современных процессов, преподносимых с выгодных и характерных для запада позиций.

Современные проекты трансформации государственной власти и ее суверенных качеств. В завершение следует остановиться на области идей относительно будущего суверенных государств. В современной социально-политической философии выделяются три концептуальных подхода к оценке суверенных государств и государственной власти. И если проект Г. Кельзена уже практически реализован, то прогнозы, модели будущего по-прежнему являются открытыми и вступают друг с другом в «схватку» за ожидающую человечество социальную реальность. К таковым проектам относятся универсалистский, космополитический и прагматический [2. С. 310].

Универсалистский проект представлен мощными социально-политическими учениями, к которым относятся неолиберализм, неомарксизм и неонархизм. Каждую традицию объединяет взгляд на суверенное государство как на одну из возможных политических общностей, действующих наряду с другими. Происходит полный или частичный отказ от признака суверенитета, при этом государство хоть и сохраняется на политической арене, но перестает играть определяющую роль в политической системе и занимает место субъекта, подчиненного воле тотального гражданского общества, собранного из всевозможных элементов.

Так, представители современной марксистской мысли, развивая классические, ортодоксальные постулаты учения К. Маркса о гибели буржуазной (национальной)

государственности в связи с развитием производственных отношений и производительных сил, выдвигают в качестве новой формы политического общежития аморфные, амбивалентные «множества», возможные в качестве политического измерения коммунистической формации. Множества, строящиеся на концептуальной формуле «многих в качестве многих», взамен «из многих – единое» «не противопоставляются Единому, но заново его определяют» путем «индивидуации универсального, родового, разделяемого» [11. С. 17].

Неолиберализм, в отличие от классического либерализма, не видит в государстве «ночного сторожа» и временного учителя человечества, необходимого ему до момента созревания. Считается, что этап созревания и просвещения уже пройден, государство может занять более скромное место в системе общественных отношений. Государство становится элементом, обслуживающим нужды общества, согласно общественным запросам, не вторгаясь больше в область постановки задачи и политических целей. Государственная идентичность уступает место «конституционно-правовой», выходящей за рамки государственной территории и связывающей между собой постоянно изменяющиеся, усложняющиеся, самоорганизующиеся общности [12].

Неоанархизм, как и более ранняя анархическая мысль, является антигосударственной теорией. Современный анархизм в целом выступает против какой-либо властно-иерархической организации, в том числе государственной, т.е. в пределах этого учения стоит вообще отказаться от государства и государственной власти. Публичная организация строится на основе принципа ризоморфности, согласно которому любая общность становится внеструктурной, нелинейной и горизонтальной, что исключает саму возможность формирования властно-иерархических центров [13].

Космополитические проекты исходят из преодоления отдельными государствами собственных границ и общего сближения цивилизаций и локальных ценностей. Именно космополитические проекты являются подлинно глобализационными, призывающими к стиранию границ и всеобщей унификации. Все узконаправленные моменты, отдельные политико-правовые практики должны быть вытеснены из общего для всех мирового политического процесса, где нет места национальному государственному порядку. Государства должны быть свернуты, поглощены общемировыми структурами, к которым переходят основные функции государства по защите прав и свобод населения и поддержания планетарной безопасности. Суверенное государство признается отжившим институтом и отправляется на «свалку истории» [14].

Однако не все проекты выступают за сворачивание суверенитета. Так, **прагматический проект** исходит из социокультурной методологии. За каждым государством и правопорядком признается пространственно-временная и национально-культурная особенность, влияющая на восприятие глобализационных трендов. Считается, что глобализация не свернет национальное государство, а, наоборот, увеличит его функциональную нагрузку, сделает государственную власть ещё более сложным и многоплановым явлением. При этом государство по-прежнему будет оставаться центральным элементом политической системы как внутри своих границ, так и в международной системе.

Тем не менее подлинный суверенитет будет только у сильных государств, т. е. критерий «сила государства» выступает уточняющим для понятия «суверенитет». Только сильные государства смогут независимо определять вектор собственного дальнейшего развития, вступать на равных в диалог с иными государствами и конструировать общепланетарную систему международных отношений. Такие государства видятся в качестве центров многополярного мира, обеспечивающих стабильность в регионе и выражающих интересы целой группы государств на международных коммуникативных площадках.

Можно заключить, «что в настоящее время происходит разработка правовых конструкций и политических форм, *адекватно описывающих современное функционирование институтов государственной власти и перспективы их развития в космополитическом мире*, критериев и характеристик, типологизирующихся «суверенных качеств» государства, уточняющих их реальность, фактичность и т.д. (курсив мой. – А. У.)» [2. С. 315].

Таким образом, современная политико-правовая теоретическая мысль, внутригосударственные и международные отношения находятся на переломном моменте истории, где уже не действуют ранее актуальный методологический и категориально-понятийный инструментарий, применяемый для описания действительности [15]. В прошлом остаются ранее общепризнанные социальные практики и идентификационные параметры. В целом считаем, что на настоящий момент полноценно возможны только диалог суверенных государств и социокультурный обмен между ними в сфере международных отношений, а проекты постсуверенного мироустройства должны быть отодвинуты на неопределенное время в силу отсутствия объективных условия для отказа от суверенной государственности.

-
1. Энгельс, Ф. Происхождение семьи, частной собственности и государства. В связи с исследованиями Льюиса Г. Моргана [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.esperanto-mv.pp.ru/Marksismo/Pschsg/index.html>
 2. Любашиц, В.Я. Государственная власть: парадигма, методология и типология / В.Я. Любашиц, А.Ю. Мордовцев, А.Ю. Мамычев – М.: Юрлитинформ, 2013.
 3. Еллинек, Г. Общее учение о государстве / Г. Еллинек. – СПб., 2004.
 4. Постановление Конституционного Суда Российской Федерации «По делу о проверке конституционности отдельных положений Конституции Республики Алтай и Федерального закона «Об общих принципах организации законодательных (представительных) и исполнительных органов государственной власти субъектов Российской Федерации» № 10-П от 07.06.2000.
 5. Шмитт, К. Диктатура: от истоков современной идеи суверенитета до пролетарской классовой борьбы / К. Шмитт. – СПб., 2005.
 6. Шмитт, К. Понятие Политического / К. Шмитт // Вопросы социологии. – 1992. – Т. 1. №. 1. – С. 67–95.
 7. Кельзен, Г. Проблема суверенитета / Г. Кельзен // Российский ежегодник теории права. – № 2. – 2009.
 8. Проскурин, С. Глобализация как фактор поляризации современного мира / С. Проскурин. – М., 2002.

9. Варламова, Н.В. Понимание свободы, равенства и справедливости в контексте либертарной концепции права / Н.В. Варламова // Российский ежегодник теории права. – № 1. – 2008. – С. 43–66.
10. Хук, М. ван. Право как коммуникация / М. ван Хук. – СПб., 2012.
11. Пауло, В. Грамматика множества: к анализу современной жизни / В. Пауло. – М., 2013.
12. Хабермас, Ю. Расколотый запад / Ю. Хабермас. – М., 2008.
13. Делёз, Ж., Гваттари Ф. Анти-Эдип: капитализм и шизофрения / Ж. Делёз, Ф. Гваттари. – М., 2007.
14. Любашиц, В.Я. Феномен государства: структурно-функциональная методология анализа / В.Я. Любашиц, А.Ю. Мордовцев, А.Ю. Мамычев // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. – 2015. – № 2(29). – С. 63–71.
15. Мордовцев, А.Ю. Государственная власть в информационно-конфликтном пространстве: правовой механизм противодействия политическим манипуляциям в современной России на рубеже XX-XXI вв. / А.Ю. Мордовцев, А.Ю. Мамычев, М.К. Бухарина // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. – 2015. – № 3(30). – С. 39–47.
16. Керимов, А.Д. О сильном государстве / А.Д. Керимов // Политика и право. – 2008. – №8.
17. Фукуяма, Ф. Сильное государство: Управление и мировой порядок в XXI веке / Ф. Фукуяма. – М., 2007.
18. PRO суверенную демократию: сборник. – М., 2007.
19. Носов, С.И. Суверенитет государства в условиях глобализации: новые угрозы и вызовы // Право и образование. – 2015. – № 3. – С. 103–111.
20. Глухова, А.В. Споры о государстве: методологический национализм versus космополитическая парадигма / А.В. Глухова // Среднерусский вестник общественных наук. – 2015. – № 1. – С. 65–77.
21. Зырянов, Е.П. Мягкая сила как характерный признак политического влияния великой державы в условиях многополярного мира / Е.П. Зырянов // Мировая политика. – 2015. – № 1. – С. 89–122.

© Уханов, А.Д., 2016

Для цитирования: Уханов, А.Д. Современная трансформация государственного суверенитета / А.Д. Уханов // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. – 2016. – № 1. – С. 53–62.

For citation: Ukhanov, A.D. Contemporary Transformation of state sovereignty / A.D. Ukhanov // The Territory Of New Opportunities. The Herald of Vladivostok State University of Economics and Service. – 2016. – № 1. – P. 53–62.

Дата поступления: 07.12.2015.

В.И. Шульга¹

В.С. Василенко²

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

К вопросу снижения возраста уголовной ответственности для несовершеннолетних

Вопрос о снижении возраста для привлечения к уголовной ответственности несовершеннолетних неоднократно ставился учеными и парламентариями в современной России. Однако для его решения необходимы реальные основания, которые подтверждали бы юридическую целесообразность снижения возрастного ограничения.

Ключевые слова и словосочетания: несовершеннолетние, снижение возраста уголовной ответственности, преступления, статистика.

V.I. Shulga

V.S. Vasilenko

Vladivostok State University of Economics and Service
Vladivostok. Russia

To a question for reducing the age of criminal responsibility for minors

A question about reduction in the age for the attraction to the penal responsibility of minor was repeatedly placed by scientists and parliamentarians in modern Russia. However, for the realization of this reduction in the age for the penal responsibility the presence of the real bases, which would confirm the impossibility of existence of present age limit, is necessary.

Keywords: minors, lowering the age of criminal responsibility, the crime statistics.

В начале 2013 г. в Государственной Думе Российской Федерации планировали вынести на рассмотрение законопроект о снижении возраста уголовной ответственности несовершеннолетних. Поводом послужил ряд жестоких и беспрецедентных преступлений, совершенных несовершеннолетними. В связи с этим депутаты предложили снизить возраст уголовной ответственности с шестнадцати до четырнадцати лет, а за совершение тяжких и особо тяжких преступлений – с четырнадцати до двенадцати лет. В качестве доводов в пользу снижения возраста инициаторы такого законопроекта приводили следующие аргументы.

¹ Шульга Владимир Иванович – канд. юрид. наук, доцент кафедры публичного права, доцент, старший научный сотрудник Института права; e-mail: Vladimir.Shulga@vvsu.ru.

² Василенко Виолетта Сергеевна – бакалавр 4 курса Института права; e-mail: vasilenko.56@mail.ru.

Во-первых, такое нововведение позволит привлекать к ответственности малолетних преступников и тем самым изолирует их от общества. Во-вторых, двенадцатилетние преступники зачастую уже дают отчет своим действиям и сознательно идут на преступления. В-третьих, в мировой практике несовершеннолетние привлекаются к уголовной ответственности в более раннем возрасте. Так, в Сингапуре, Сирии, Ирландии возраст уголовной ответственности наступает с семи лет. В Австралии, Великобритании, Новой Зеландии и Швейцарии – с десяти лет. Уголовная ответственность с двенадцати лет предусмотрена в Португалии; в Канаде, других странах Евросоюза – от тринадцати до восемнадцати лет.

Вынесение представленного вопроса для обсуждения в обществе вызвало бурное обсуждение не только у парламентариев, но и у обычных граждан. Мнения по данному поводу разделились, но все же большая часть высказывалась против рассмотрения законопроекта, предусматривающего снижение возраста уголовной ответственности несовершеннолетних.

Действительно ли в российском современном обществе для обеспечения общественного порядка и безопасности необходимо менять уголовное законодательство в части снижения возраста для привлечения к уголовной ответственности? Или такая мера является несоразмерной количеству совершаемых преступлений и будет неэффективной в борьбе государства с преступностью?

Для того чтобы оценить перспективы снижения возраста уголовной ответственности для несовершеннолетних, в первую очередь необходимо проанализировать статистику преступлений, совершаемых подростками. Согласно данным Федеральной службы государственной статистики Российской Федерации наблюдается тенденция к снижению уровня зарегистрированных преступлений, совершаемых несовершеннолетними.

К примеру, в 2005 г. в России было зарегистрировано 154 734 преступления, совершенные несовершеннолетними, в 2010 г. – 78 548, а в 2014 г. – 59 549 [1]. Удельный вес зарегистрированных преступлений, совершенных несовершеннолетними в возрасте от 14 до 17 лет, от всех зарегистрированных преступлений соответственно составил: в 2005 г. – 4,4%, в 2010 г. – 3,3%, в 2014 г. – 2,7%.

Согласно статистическим данным по выявленным лицам, совершившим преступления, удельный вес выявленных лиц несовершеннолетнего возраста, совершивших преступления, от числа всех выявленных лиц, совершивших преступления, составил: в 2005 г. – 11,6%, 2010 г. – 6,7%, 2014 г. – 5,4%.

И в том и в другом случае такой процент за последние десять лет (2005–2014 гг.) стабильно снижается и является минимальным по сравнению с остальными возрастными группами преступников. Аналогичная тенденция снижения зарегистрированной преступности несовершеннолетних одним из авторов настоящей статьи отмечалась в период 1997–2008 гг. не только на федеральном, но и региональном (местном) уровне. При этом регистрация преступлений показывает циклический характер: то снижение, то рост, то опять снижение показателей зарегистрированной преступности несовершеннолетних [2. С. 22–27].

На этом примере можно сделать первоначальный вывод о том, что снижать возраст для привлечения к уголовной ответственности несовершеннолетних неоправданно ввиду того, что рассматриваемой возрастной группой населения совершается минимальное количество преступлений с устойчивой тенденцией на снижение.

Правда, за последние десять лет удельный вес несовершеннолетних, совершивших преступления в возрастной группе 14–15 лет, обнаруживает тенденцию небольшого роста – с 29,7% в 2005 г. до 31,4% в 2014 г. Доля названной возрастной группы за весь исследуемый период стабильно составляет одну треть, а 16–17 лет – две трети от всех выявленных несовершеннолетних, совершивших преступления.

Сравнение судебной статистики осужденных несовершеннолетних за совершенные преступления по всей стране показывает, что в 2005 г. был осужден 99 091 подросток, в 2010 г. – 46 954, в 2014 г. их количество составило уже 23 586 человек, что в четыре раза меньше, чем в 2005 г.

Статистические данные Судебного департамента при Верховном Суде РФ расширяют картину по количеству осужденных подростков по разным возрастным группам.

Так, данные за 2014 год свидетельствуют о том, что в возрасте 14–15 лет было осуждено 6 950 подростков, что составляет только 29,5% от всех преступлений, совершенных несовершеннолетними. Характерно, что значительную часть из них, а именно 6 474 (93,2%), составляют преступления, предусмотренные главой 21 Уголовного кодекса Российской Федерации «Преступления против собственности». По остальным составам преступлений общественно опасных деяний осуждено значительно меньше.

Так, за преступления, предусмотренные гл. 16 УК РФ «Преступления против жизни и здоровья», их было осуждено 253 (3,6% от числа всех осужденных данной возрастной группы по всем составам преступлений) несовершеннолетних, в том числе за убийство и иные посягательства на жизнь человека (ст. 105–110 УК РФ) – 53 (0,76%); умышленное причинение тяжкого вреда здоровью – 167 (2,4%), а за преступления против половой неприкосновенности и половой свободы личности был осужден 171 подросток (2,5% от числа всех осужденных данной возрастной группы). К тому же рецидив преступности несовершеннолетних также показывает тенденцию снижения. Число несовершеннолетних, имевших не снятые и не погашенные судимости на момент вынесения приговора, в 2014 г. составило 4 897 человек, или 20,8%, а в 2007 г. – 6,1% (без учета снятой и непогашенной судимости) [3].

Такие показатели указывают на снижение распространенности тяжких и особо тяжких преступлений против личности среди подростков младшей возрастной группы уголовной ответственности, а, значит, и нецелесообразность снижения минимального возрастного ограничения для привлечения несовершеннолетних к уголовной ответственности.

Статистика МВД России приводит следующую информацию по количеству несовершеннолетних, находящихся на учете в подразделениях органов внутренних дел по делам несовершеннолетних, совершивших разного рода правонарушения и проступки (табл. 1).

Таблица 1

Число состоявших на конец отчетного периода на учете в подразделениях органов внутренних дел Российской Федерации по делам несовершеннолетних

Отчетный период (год)	Число состоявших на конец отчетного периода на учете в подразделениях органов внутренних дел по делам несовершеннолетних, чел.	Число несовершеннолетних от общего числа состоявших на учете, чел.	Число родителей или иных законных представителей от общего числа состоявших на учете, чел.
2008	483 783	313 113	170 670
2009	452 620	286 211	166 409
2010	409 492	250 351	159 141
2011	362 565	216 145	146 420
2012	328 773	190 173	138 600
2013	310 831	174 477	136 354
2014	291 198	159 348	131 850

На основе вышеуказанных статистических данных делаем вывод о том, что уже на протяжении семи лет идет динамика в сторону кратного снижения количества несовершеннолетних и их законных представителей, состоящих на учете органов внутренних дел, что вновь подтверждает нецелесообразность снижения возраста для привлечения к уголовной ответственности.

Проанализируем данные, касающиеся осужденных несовершеннолетних, отбывающих реальное наказание в виде лишения свободы в воспитательных колониях.

Так, Федеральная служба государственной статистики Российской Федерации по данным федеральной службы исполнения наказания приводит следующую статистику [4] (табл. 2).

Таблица 2

Численность осужденных несовершеннолетних, отбывающих наказание в воспитательных колониях Российской Федерации

Год	Содержалось несовершеннолетних в воспитательных колониях, всего чел.	Содержалось несовершеннолетних в следственных изоляторах (СИЗО) и тюрьмах, а также в помещениях, функционирующих в режиме СИЗО и тюрем, чел.
1	2	3
2008	8550	4444
2009	5970	2827
2010	4053	2092
2011	2808	1821

Окончание табл. 2

1	2	3
2012	2289	1678
2013	1983	1608
2014	1776	1492

Как видно, численность осужденных несовершеннолетних в воспитательных колониях снизилась с 8550 человек в 2008 г. до 1776 человек в 2014 г. Данная статистика также подтверждает общую тенденцию к снижению контингента осужденных подростков и указывает на значительную разницу (в пять раз) количества осужденных несовершеннолетних по истечении семи лет в 2014 г. по сравнению с 2008 г. Справедливости ради надо отметить, что снижение указанной численности во многом связано с гуманизацией уголовного законодательства, в том числе для несовершеннолетних.

Это подтверждается статистикой ФСИН России по младшей возрастной группе. Если в 2005 г. в воспитательных колониях содержались 1040 человек в возрасте 14–15 лет, то в 2014 г. – 100 человек, то есть в десять раз меньше, чем в 2005 г. [5]. В связи с этим также отпадает необходимость снижения минимального возраста уголовной ответственности для привлечения несовершеннолетних к уголовной ответственности.

Как показывает пенитенциарная статистика в воспитательных колониях, также наблюдается снижение доли впервые осужденных лиц несовершеннолетнего возраста: с 91,5% в 2005 г. до 50,7% в 2014 г.

Психолого-психические личностные особенности несовершеннолетних также указывают на нецелесообразность снижения возраста уголовной ответственности: практически каждый третий осужденный среди несовершеннолетних обладает психологическими аномалиями, например, такими, как неврозом, психопатия, патохарактерологические аномалии личности, нервно-психические расстройства. Кроме того, высока доля несовершеннолетних с иными заболеваниями, отражающимися на их личностных характеристиках.

Особое внимание необходимо уделить отношению несовершеннолетнего к главным социальным ценностям общества. Осужденные несовершеннолетние чрезвычайно остро переживают утрату свободы как наивысшей социальной ценности, которая всячески ограничивается взрослыми без особой необходимости. Выявлена и последующая зависимость: чем выше образовательный уровень осужденных, тем тяжелее переживается ими утрата свободы. Весомым этот фактор является и для лиц, осужденных в первый раз. Для рецидивистов, в значимой степени адаптированных к условиям жизни в местах лишения свободы, факт ее утраты перестает быть весомым.

Еще одной особо значимой для несовершеннолетних ценностью является справедливость. Довольно большое число осужденных подростков считают, что применённое к ним наказание несоразмерно совершенному преступлению. Более того, властные возможности, которыми наделена администрация, императивный

стиль в обращении, отрицательное отношение к воспитанникам еще больше актуализируют эту ценность в их сознании. Также у них особое понимание и отношение к себе как личности, которое также выражается в форме ценности. «Ярлык» преступника вызывает у них защитную реакцию в виде самооправдания прежнего стиля жизни, преступного поведения и завышенной самооценки. И здесь мы приходим к выводу о том, что, с одной стороны, лишение подростка свободы – несомненное зло, а с другой – якобы необходимость.

В этом случае есть ли смысл «усугублять» ситуацию и понижать возраст уголовной ответственности хотя бы до 12 лет? Считаем, что на данном этапе развития уголовного законодательства в этом нет необходимости.

Учитывая те данные, которые приводит уголовная и пенитенциарная статистика в отношении преступлений, совершаемых подростками, нужно принимать во внимание еще один немаловажный факт. Прежде чем снижать порог уголовной ответственности для несовершеннолетних, необходимо создать ювенальную систему. Такая система должна в себе содержать специализированное судопроизводство, другую систему наказания и ограничений, специализированные органы исполнения наказания и сеть вспомогательных служб, ориентированных на несовершеннолетних. Создание такой системы потребует больших затрат, в том числе денежных, кадровых, материальных и других, но не сопоставимых с существующей карательной системой. Поэтому преждевременно уменьшать возраст уголовной ответственности для несовершеннолетних в государстве, где отсутствует специализированная система органов, занимающаяся непосредственно оказанием помощи несовершеннолетним, в том числе и преступникам. В противном случае имеется большая вероятность увеличения взрослых рецидивов от лиц, отбывших уголовное наказание в подростковом возрасте.

Если государство ставит своей целью защитить общество от общественно опасных деяний, совершаемых преступниками, то снижение возраста уголовной ответственности является не самым эффективным методом при достижении такой цели. Во-первых, как показывает статистика, доля преступлений, совершаемых несовершеннолетними, является минимальной и количество таких преступлений с каждым годом снижается. Во-вторых, привлечение детей к уголовной ответственности может породить дальнейший рецидив, в том числе «взрослый». В-третьих, детей еще можно вернуть к нормальной жизни с помощью коррекционных методов, которые применяются в специальных образовательных учреждениях. Трудных подростков можно изменить психокоррекционным воспитанием, ресоциализировать их, чтобы в итоге они стали законопослушными гражданами, а не вышли из пенитенциарной системы с навыками преступников [6].

Необходимо отметить отношение научных деятелей в области юриспруденции к возможности снижения возраста для привлечения несовершеннолетних к уголовной ответственности. Приведем в пример точку зрения доктора юридических наук, профессора Я.И. Гилинского. Он излагает свою позицию с учетом тех реалий, которые существуют в современной России и за рубежом, и приходит к выводу, что снижение минимального возраста не решит тех проблем, которыми

руководствуются сторонники понижения возраста уголовной ответственности. По его мнению, основанием для агрессивности и насилия в обществе, в том числе со стороны подростков, служит социально-экономическое неравенство в стране. Через сокращение этого неравенства снизится преступность общества в целом [7].

Подводя итог вышесказанному, хотелось бы вновь обратиться к предложенному Государственной Думой Российской Федерации законопроекту о снижении возраста уголовной ответственности до 12 и 14 лет. К сожалению или к счастью, данный документ не был представлен на рассмотрение парламента. Скорее всего, причиной этого явилась большая его обсуждаемость, в связи с чем идея понижения возраста для привлечения несовершеннолетних к уголовной ответственности нашла больше противников, чем сторонников. Более того, доводы, на основании которых инициаторы такого законопроекта защищают свою точку зрения, не дают реальных оснований для воплощения законопроекта в жизнь.

Для реализации цели – изоляции малолетних преступников от общества, более рационально применять иные методы и подходы. В первую очередь необходимо заниматься воспитанием малолетних, в том числе правовым, и не только в семьях, но и в школах. Кроме того, правильно было бы следить за нравственным, психическим и эмоциональным состоянием подростков. Уже на основании этого можно было бы проводить иные, не карательные, меры воздействия со стороны специализированных учреждений, которые предупреждали бы возможные общественно опасные деяния несовершеннолетних.

-
1. Основные показатели по преступности // Федеральная служба государственной статистики Российской Федерации: официальный сайт. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/population/infraction/#.
 2. Шульга, В.И. Статистический анализ и оценка преступности в России, Дальневосточном федеральном округе и Приморском крае / В.И. Шульга. – Владивосток: Изд-во Дальневост. гос. ун-та, 2010. – 135 с.
 3. Данные судебной статистики // Судебный департамент при Верховном Суде Российской Федерации: официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cdep.ru/index.php?id=79>
 4. Статистика: Семья, материнство и детство // Федеральная служба государственной статистики Российской Федерации: официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/population/motherhood/#.
 5. Статистика // Федеральная служба государственной статистики Российской Федерации: официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.fsin.su/structure/inspector/iao/statistika/Xar-ka%20v%20VK>.
 6. Столяренко, А.М. Юридическая педагогика: курс лекций // А.М. Столяренко. – М., 2000.

7. Гилинский, Я.И. Возраст уголовной ответственности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.crimpravo.ru/blog/1731.html>.

© Шульга, В.И., 2016

© Василенко, В.С., 2016

Для цитирования: Шульга, В.И., Василенко, В.С. К вопросу снижения возраста уголовной ответственности для несовершеннолетних / В.И. Шульга, В.С. Василенко // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. – 2016. – № 1. – С. 63–70.

For citation: Shulga, V.I. To a question for reducing the age of criminal responsibility for minors / V.I. Shulga, V.S. Vasilenko // The Territory Of New Opportunities. The Herald of Vladivostok State University of Economics and Service. – 2016. – № 1. – P. 63–70.

Дата поступления: 21.01.2016.

А.П. Алексеенко

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Право и государство в трудах Н.А. Бердяева

В статье рассмотрены политико-правовые взгляды философа Н.А. Бердяева. Особое внимание уделено теории возникновения государства, форме правления и политическому режиму. Анализируется представление Н.А. Бердяева о правах и обязанностях человека, даётся оценка его актуальности на современном этапе развития общества.

Ключевые слова и словосочетания: Николай Бердяев, теория возникновения государства, аристократия, права человека, демократия, монархия, теория насилия.

A.P. Alekseenko

Vladivostok State University Economics and Service
Vladivostok. Russia

Law and the State in the writings of N.A. Berdyaev

The law and political ideas of the philosopher N.A. Berdyaev are examined in the paper. The main attention is paid to the theory of the state, form of government and political regime. The author makes analysis of the Berdyaev's conception of the human rights and obligations as well estimates its significance to the modern society.

Keywords: Nikolay Berdyaev, the theory of the state, aristocracy, human rights, democracy, monarchy, the theory of violence.

Николай Александрович Бердяев (1874–1948) был одним из авторитетных участников русского религиозного возрождения начала века, инициатором создания Академии духовной культуры (1918–1922). В 1922 г. был выслан из РСФСР, жил во Франции, издавал журнал «Путь» (1925–1940). Политико-правовые идеи Н.А. Бердяева представляют собой оригинальное видение прав человека, понятие которых особенно важно в последнее время в связи с требованиями политического характера различных меньшинств.

В своей работе «Философия неравенства» Н.А. Бердяев детально раскрывает взгляды на происхождение государства и власти, зачастую говоря о государственной власти. Он считает, что «все государства родились в кровавых насилиях. Первый властитель был величайшим насильником. Поистине, ветхозаветно благостны и праведны были эти насилия, и никогда без них не поднялись бы мы из тьмы и

хаоса до человеческого космического состояния. Без этих священных насилий род человеческий утонул бы в зверином хаосе у самых истоков своей истории» [3. С. 60]. В своей работе философ утверждает, что только насилие способно породить государство, однако оно не является «злом» для человечества, а, наоборот, помогает ему выбраться из хаоса, где царит война всех против всех. При этом Бердяев, как видно из изложенного выше, убежден, что насилие священо и санкционировано Богом, который таким образом пытается уберечь человечество.

Бердяев также приходит к мысли, что нечто необъяснимое заставляет людей принять государство на подсознательном уровне, следовательно, они подчиняются государству не потому, что боятся его насилия над собой, но в связи с тем, что попали под его «гипноз». Как отмечает философ, «в государстве есть мистическая основа, и эта мистическая основа должна была бы быть признана и с позитивной точки зрения, как предельный факт, не поддающийся объяснению. ... Никакие рассудочные рациональные мотивы не могут заставить массы подчиниться государству и нести для него жертвы. Это не может быть оправдано никакими интересами. Покорность масс всякой государственной власти есть всегда безумие, есть состояние гипноза, есть трепетание народа перед реальностями, превышающими эмпирическую жизнь людей» [Там же. С. 52–53].

Итак, Н.А. Бердяев уверен, что государство порождается насилием, а люди подчиняются государству под давлением «безумия», которое не может быть объяснено. Данный момент можно назвать спорным, так как подчиняться, следуя логике философа, человека заставляет именно насилие, а точнее, страх перед ним. В то же время «грешное человечество», как отмечает Бердяев, – «не может жить вне государства» [Там же. С. 55]. При этом «государство есть соединяющая, упорядочивающая и организующая онтологическая сила, преломленная во тьме и грехе. Принуждающая и насилующая природа государства сама по себе не есть зло, но она связана со злом, есть следствие зла и реакция на зло. Принуждение и насилие может быть добром, действующим в злой и темной стихии» [там же. С. 55].

Философ также критикует договорную теорию возникновения государства, доказывая ее несостоятельность, отмечая, что «в основе этой теории лежало прекраснородушно-оптимистическое представление о безгрешности и доброте естественного человека – предположение, прямо противоположное всему, чему учат и религия и наука. В теории этой были разложены все органические единства, общество человеческое было атомизировано, и воссоздание общества и государства поставлено в зависимость от механической суммы атомов. Не только общество и государство в этой теории потеряли органическую целостность, но и человек перестал быть органической индивидуальностью, всегда неповторимой в своем своеобразии и своей судьбе, превратился в атом» [Там же. С. 57].

Бердяев не считал, что государство всегда имеет положительное значение для человека, он допускал, что возможны ситуации, когда государство утрачивает свою суть, а принуждение, исходящее от него, перестает быть упорядочивающим и теряет свою суть, как средство борьбы с хаосом. Согласно мнению философа, государство существует вне времени и независимо от того или иного поколения

людей, живущих в конкретное время. Так, «государство не может определяться никаким человеческим поколением. Государство поддерживает реальную связь времен в жизни народов, и потому оно не может стоять в такой зависимости от времени, какой хотят те, которые отдают его временному потоку. Государство не может быть создано и не может быть разрушено никаким человеческим поколением. Оно не является собственностью людей, живущих в каком-либо периоде истории. В этом смысле государство имеет сверхвременную и сверхэмпирическую природу» [Там же. С. 53]. Очевидно, этим философ хотел сказать, что государство как явление, а не как конкретная страна, возникнув, уже не может быть людьми уничтожено в силу своей мистичности. Данное утверждение философа подкрепляется его идеями о том, что вне государства человек не может жить и что государство – божественный миропорядок, дарованный нам, но не созданный нами. Примечательно, что Н.А. Бердяев совсем не уделяет внимание функциям государства, которые активно изучают многие исследователи [8], считая, что у государства есть только цель и атрибуты.

Бердяев приводит свое определение государства, называя его признаки, которые не имеют ничего общего с укоренившимся в юриспруденции определением государства как властно-политической организации, обладающей суверенитетом, специальным аппаратом управления и принуждения, территорией и населением. Философ считает, что «государство есть объективная природная и историческая реальность, которая не может быть ни создаваема, ни разрушаема по человеческому произволу» [4. С. 59].

Таким образом, государство, по Бердяеву, некая мистическая реальность, которая посредством насилия и «гипноза» заставляет людей подчиняться себе и тем самым спасает их от хаоса, при этом такая реальность от людей независима.

О том, как возникла власть, Н.А. Бердяев рассуждает с позиций креационизма, сочетая их с теорией насилия. Он говорит, что «власть государственная имеет религиозную первооснову и религиозный исток. Власть имеет онтологическую основу, и она восходит к первоисточнику всего, что имеет онтологическую реальность. Онтология власти исходит от Бога. Это поведал всему христианскому миру гений апостола Павла: «всякая власть от Бога» ... «начальствующий носит меч не напрасно» [3. С. 54]. Бердяев также отмечает, что «власть никогда не была и никогда не может быть организацией человеческих интересов, организацией господства каких-либо интересов или равнодействующих интересов. Власть всегда есть проникновение какого-то таинственного начала в человеческие отношения, исходящего от Бога или от дьявола» [Там же. С. 52]. В то же время Н.А. Бердяев вступает в противоречие сам с собой, допуская возможность происхождения от дьявола и в то же время утверждая в дальнейшем тексте своей работы, что власть имеет источником Бога. Однако это противоречие он пытается снять, введя возможность наличия сочетания божественной власти с властью человека, которая, в отличие от первой, ведет к греху.

В работе «О рабстве и свободе человека» Н.А. Бердяев также называет такой признак государственной власти, как атрибут войны. Он пишет, что «власть

государства всегда окружена символами войны, войсками, знаменами и орденами, военной музыкой. Монархи всегда были военными, ходили в военной форме, появлялись окруженные своей гвардией. ... Символика власти всегда военная, власть всегда готова прибегнуть к силе для поддержания своего престижа. Если власть не ведет войны с внешними врагами, то она всегда готовится к этой войне и она всегда наготове для войны с врагом внутренним. Государство тратит чудовищные средства на вооружения, и это истощает его финансы и тяжелым бременем ложится на народ. Закон жизни национальных государств: человек человеку волк. В организованных цивилизованных государствах люди более всего тратят сил на подготовку коллективного убийства и более всего жертв несут для этой нечеловеческой цели» [2. С. 130].

Между тем, Бердяев не допускает полного давления власти государства на людей, считая, что такая власть должна все же быть ограничена. «Источник ограничения власти государственной – чисто религиозный, духовный. В первооснове своей это не есть ограничение государства обществом и общественными группами, требующими тех или иных конституционных гарантий, это есть, прежде всего, ограничение государства церковью и душой человеческой» [3. С. 66]. Это означает, что только божественное начало может быть основанием для того, чтобы не допустить произвола государства. Кроме того, Н.А. Бердяев подвергает сомнению и критикует теорию суверенитета государства. Согласно ему, «великая опасность заключается не в самой идее государства, исполняющего необходимые функции, а в идее суверенитета государства, суверенитета теократии, монархии, аристократии, демократии, коммунизма. Идея суверенитета во всех формах есть рабство человека» [2. С. 122].

Государство, как и власть, согласно Н.А. Бердяеву, возникли в результате опирающегося на военную мощь насилия, но истоком своим имеют некую необъяснимую первооснову, которой присущ божественный характер и которая подчиняет людей себе посредством некоего иррационального воздействия.

Идеи Н.А. Бердяева о форме государства, прежде всего, отражены в работе «Философия неравенства». В ней он останавливается на таких понятиях, как форма правления и политический режим, однако не различая их.

Бердяев считает, что «происхождение власти – монархическое, а не демократическое, она возникла из почитания героя... В суровой борьбе и войне образовалась раса правителей, происходил подбор лучших, укреплялась аристократия власти. В жизни человеческих обществ, в историческом процессе раса имеет огромное значение. Без образования расы лучших и сильнейших, расы царственной, мир человеческий никогда не вышел бы из темного нерасчлененного хаоса» [3. С. 57–59].

Как отмечают исследователи, Бердяев «ненавидел демократию, настолько он благоговел перед аристократией, а вместе с ней и перед монархией и вообще единоличным правлением» [11]. Монархию и аристократию философ отождествляет. Он считает, что «аристократическая идея требует реального господства лучших, демократия – формального господства всех. Аристократия, как управление и господство лучших, как требование качественного подбора, остается на веки веков

высшим принципом общественной жизни, единственной достойной человека утопией» [3. С. 102]. При этом «аристократия есть порода, имеющая онтологическую основу, обладающая собственными, незаимствованными чертами. Аристократия сотворена Богом и от Бога получила свои качества. Свержение исторической аристократии ведет к установлению другой аристократии. Аристократией претендует быть буржуазия, представители капитала и пролетариат, представители труда. Аристократические претензии пролетариата даже превосходят претензии всех других классов, ибо пролетариат, по учению его идеологов, должен сознавать себя классом избранным, классом – мессией, единственным подлинным человечеством и высшей расой. Но всякое желание выйти в аристократию, возвыситься до аристократии из состояния низшего, по существу не аристократично» [Там же. С. 105]. Данной идеей философ обосновывает бессмысленность революций, доказывая, что они безнравственны и нецелесообразны, так как аристократия от Бога. «Всякий жизненный строй – иерархичен и имеет свою аристократию, не иерархична лишь куча мусора и лишь в ней не выделяются никакие аристократические качества. Если нарушена истинная иерархия и истреблена истинная аристократия, то являются ложные иерархии и образуется ложная аристократия. Кучка мошенников и убийц из отбросов общества может образовать новую лжеаристократию и представить иерархическое начало в строе общества» [Там же. С. 105].

Исходя из такого отношения Бердяева к аристократии, можно утверждать, что он придерживается такой позиции, что есть люди, призвание которых править, они лучшие, они не стремятся захватить власть, так как она им уже дарована Богом. Данный вывод представляется спорным, особенно ввиду присущих российскому бюрократическому аппарату, как утверждают некоторые исследователи, таких черт, как некомпетентность, коррупционность и злоупотребление полномочиями [7. С. 61].

Демократию Н.А. Бердяев подвергает сильнейшей критике, отождествляя ее при этом с парламентаризмом. Философ считает, что демократия закабальет человека сильнее, чем это возможно при аристократии. Так, «демократия, с одной стороны, означает суверенность народа, господство большого числа, и в этом смысле она скорее неблагоприятна для личности и свободы» [2. С. 174]. Бердяев считает, что «нет более горькой и унижительной зависимости, чем зависимость от воли человеческой, от произвола равных себе. Можно подчинить себя воле высшей, высшей правде, высшим началам, можно ограничить себя и отречься от себя во имя этих начал» [3. С. 145]. Обосновывает свою идею философ тем, что «воля одного и воля немногих не может так далеко простирают свои притязания, как воля всех. От воли самодержца можно еще охранить часть своего существования, но несоизмеримо труднее его охранить от воли самодержавного народа. Демократия в крайнем своем выражении не хочет допустить прав частной жизни, она имеет тенденцию превратить всю человеческую жизнь в публичную. Трудно, очень трудно укрыться от всепроникающей и безграничной в своих притязаниях демократии. Она вторгается в наши жилища, проникает в наши мысли и чувства. Она хочет сделать человека существом исключительно общественным. Стиль жизни демократических обществ все и вся приводит к единообразию. Стиль этот

не терпит уединения и уединенных, он не оставляет места и времени для созерцания, он враждебен избыточному творчеству немногих» [3. С. 143].

Философ утверждает, что подчиняться можно только Богу или только тому, кто встал на путь Божий и одарен Им – аристократам. Кроме того, Бердяев считает, что получив власть, тот, кто для нее не создан, будет учинять произвол. Так, «народная воля может захотеть самого страшного зла, и демократический принцип ничего не может возразить против этого. В демократическом принципе нет никаких гарантий того, что осуществление его не понизит качественный уровень человеческой жизни и не истребит величайшие ценности. В отвлеченной идее демократии есть величайшее презрение к качествам человека и народа, к духовному их уровню» [Там же. С. 134].

Демократия – это показатель большинства, а не качества. Власть, по Бердяеву, должна быть качественной, можно сказать, профессиональной и нравственной. «В ваших демократиях, – пишет Бердяев, обращаясь к своим идеологическим противникам, – господствует человеческое количество». В основу демократии не была положена воля к повышению жизни, к качеству и ценности. Никаких новых ценностей сама демократия из себя не создает и не может создать. Она строится вне всякой мысли о ценности и содержании жизни. И всеуравняющая демократическая эпоха человеческой истории есть понижение качественного, ценностного содержания жизни, понижение типа человека. Демократия не имела интереса к воспитанию высокого человеческого типа, и потому она бессильна создать лучшую жизнь. Более того, демократия не способна ничего создать, так как она сама по себе, в силу своего появления ничего хорошего не несет, а лишь говорит о глубоких противоречиях в обществе. «Демократия есть уже выходение из органического состояния, распадение единства народа, раздор в нем. Демократия по существу механична, она говорит о том, что народа как целостного организма уже нет. Демократия есть нездоровое состояние народа» [Там же. С. 137].

Особой критике у Бердяева подвергается отдельно выделяемая им социал-демократия, он ее считает закабалением и хаосом, которые одинаково опасны для человека. Так, «социал-демократия отрицает существование народа как реального единства, она разлагает его на классы и группы с противоположными психиками и интересами, и для нее не существует воли народной, нет суверенного начала. Выше воли народа стоит воля пролетариата, на который переносятся все те божественные атрибуты, которые демократическая метафизика приписывала народу» [Там же. С. 136]. При этом философ не отождествляет предложенную им иерархичность и деление на классы. Деление на классы, по его мнению, искусственно и неиерархично. Иерархия людей дается Богом, а не придумывается человеком.

Критикуя демократию и преклоняясь перед аристократией, Н.А. Бердяев, предлагает свое видение идеальной формы правления, которую, однако, сложно назвать таковой, если исходить из положений теории государства и права. Бердяев различал два порядка: благодатный и природный, воплощение первого из которых возможно путем воссоединения с Богом, а природный – это государство [10. С. 240]. Философ уверен, что лучшим для людей является Царство Божье,

которому должны уступить место и государство, и хозяйство, и культура, и весь мир [3. С. 242]. При этом «Царство Божье неприметно, Царство Божье не от мира сего. Царство Божье есть совершенное преображение мира. Христианское общение не может быть внешней материальной теократией. Христианская общественность есть таинственное общение в духе, в любви Христовой» [Там же. С. 237]. Философ утверждает, что Царство Божье не имеет ничего общего с теократией, которая хотя и лучше демократии, но искажает Божий замысел. По мнению Бердяева, «в Царстве Божьем нет никаких коллективов, в нем есть только личности, оно все состоит из личностей разных иерархических ступеней» [Там же. С. 237]. Можно отметить, что, фиксируя определенную духовную установку, находящую отклик в душе человека со сходным жизненным и духовным опытом, мыслитель, не принимая рационалистическое философствование, сам не стремится к системному обоснованию своей точки зрения. Как отмечалось, отдельные фрагменты его работ сближаются с богословскими текстами [1. С. 213].

Очень кратко Н.А. Бердяев касается в своих трудах формы государственного устройства. Он не выдвигает идей о том, какое государственное устройство лучшее, однако подвергает критике федерализм и возможность существования автономий, называя их причиной бед для государства [3. С. 87]. Н.А. Бердяев видит своим идеалом совместной жизни людей – Царство Божье, а пока оно не достигнуто, в силу греховности людей, лучшая форма правления – монархия. Политический режим в государстве должен быть аристократическим, так как только аристократы обладают лучшими качествами. Демократия, в свою очередь, это порождение болезни общества, она лишает человека личности и подчиняет власти большинства, а не лучших.

В работе «О рабстве и свободе человека» Н.А. Бердяев излагает свои идеи на счет прав человека. Философ считает, что люди делятся на три категории: господ, рабов и свободных. При этом «господин и раб коррелятивны, они не могут существовать друг без друга. Свободный же существует сам по себе» [2. С. 51]. Господин и раб не обладают качествами свободного человека, они – греховны и пользуются своими политическими свободами, чтобы ущемить друг друга, а не для самосовершенствования.

Из названного выше философ приходит к выводу, что политические свободы человека не есть свобода. Так, «рабочий, то есть человек, лишенный орудий производства и принужденный продавать свой труд, чтобы не умереть с голоду, формально свободен, его никто не принуждает, он имеет даже политические права, одинаковые с капиталистами, он участвует в избрании парламента. Но реально свобода его означает, что ему вполне предоставляется свобода умереть с голоду, если он эту участь предпочтет тяжелым и унижительным формам фабричного труда. Свобода труда понимается как свобода продавать свой труд в качестве товара. Эта свобода осуществляется под страшной угрозой невозможности дальше жить» [5. С. 57].

Отдельной критике Бердяев подвергает всеобщее избирательное право, которое у него вызывает «величайшие сомнения». Философ считает, что «всеобщее

избирательное право не знает конкретных людей, с их разнокачественностью, с их различным весом, оно исключительно имеет дело с отвлеченными людьми, с атомами и математическими точками. Оно не знает и органических социальных групп. Всеобщее избирательное право есть отвлечение от качественного содержания жизни, оно не хочет знать никакого качественного подбора. Откуда же взялась уверенность, что таким путем можно получить общество высокого качества? Это – гипноз идеи равенства» [3. С. 139]. Следует признать, что данная позиция до сих пор актуальна среди ряда авторов и применяется на практике в некоторых государствах.

Интересную идею высказал Н.А. Бердяев о соотношении свободы и равенства. Критикуя лозунг Французской революции, он приходит к мысли, что свобода не может сочетаться с равенством: *«свобода есть прежде всего право на неравенство. Равенство есть, прежде всего, посягательство на свободу, ограничение свободы. Свобода живого существа, а не математической точки, осуществляется в качественном различении, в возвышении, в праве увеличивать объем и ценность своей жизни. Свобода связана с качественным содержанием жизни. Равенство же направлено против всякого качественного различия и качественного содержания жизни, против всякого права на возвышение»* [Там же. С. 125].

В совокупности с идеями Бердяева об аристократии можно сделать вывод, что он ратует за наличие избирательного права только у аристократов, которые качественно выше всех остальных и свободны от страхов господ и рабов. Равенство же политических прав не может положительно отразиться на жизни людей, так как лица низкого качества начнут использовать свое большинство, чтобы добиться власти, свергнув мир в хаос.

Н.А. Бердяев определяет свободу человека как долг, долг не быть господином или рабом. *«Человек должен быть свободным. Этого требует и ждет от него Бог. Человек должен взять на себя тяготу свободы, как совершеннолетний. Центр тяжести тут переносится с гражданина на человека. Понятие гражданина вторичное и подчиненное, оно принадлежит политическому обществу, которое прикрывает реальности и за которым не так легко обнаружить реальности. Понятие же человека принадлежит духовному плану. Человек есть прежде всего духовное, а не политическое существо, и его безусловные и неотъемлемые права коренятся в духовном мире, а не в изменчивом, непрочном, преходящем гражданско-политическом мире»* [5. С. 71]. Философ приходит к выводу о наличии у человека данных Богом прав, однако эти права он не считает естественными и подвергает критике теорию естественных прав.

Бердяев утверждает, что *«естественное право пытались обосновать идеалистически. Но учение об естественном праве связано с верой в «естественное состояние». Естественное право противопоставляется историческому праву, как естественное состояние противопоставляется историческому состоянию, исторической действительности... Неотъемлемые и священные права человека не могут быть названы «естественными» его правами, правами «естественного состояния». И напрасно вы идеализируете природу человека, напрасно вы хотите опереться*

на нее в стремлении к лучшей жизни. «Исторический» человек все же лучше «естественного» человека, и расковывание человека «естественного» порождает лишь зло... Неотъемлемые и священные права имеет человек не как «естественное» существо, а как существо духовное, его благодатно-возрожденная, усыновленная Богу природа» [3. С. 129]. Он также отмечает, что «человек по «естеству» своему не добр и не безгрешен. Все «естество» во зле лежит. В «естественном» порядке, в «естественном» существовании царит вражда и суровая борьба... Нет никакого «естественного» состояния, нет никакого «естественного» права, нет и быть не может никакой «естественной» гармонии» [Там же. С. 130].

Важную мысль высказал философ о соотношении прав и обязанностей. «Требования прав без сознания обязанностей толкало на путь борьбы человеческих интересов и страстей, состязание взаимоисключающих притязаний. Права человека предполагают обязанность уважать эти права. В осуществлении прав человека самое важное не собственные правовые притязания, а уважение к правам другого, почитание в каждом человеческого образа, т. е. обязанности человека к человеку и человека к Богу. Обязанности человека глубже прав человека, они и обосновывают права человека. Право вытекает из обязанности» [Там же. С. 123].

Таким образом, у Бердяева субъективная обязанность уважать права порождает субъективное право. Только в том случае, если лицо сознает свою обязанность перед другими, он может притязать на осуществление его субъективного права. Политические права – причина раздора в обществе, они не соответствуют действительности и поэтому не должны быть применимы, особенно, если речь идет об управлении государством.

Отталкиваясь от сущности человеческой природы, Бердяев переходит к рассмотрению того, что такое закон и право в его позитивном значении. Он пишет, что «свободу и права человека гарантируют лишь начала, имеющие сверхчеловеческую природу, возвышающиеся над человеческим произволом» [Там же. С. 145]. Данную идею можно истолковать как наличие у права божественного происхождения.

Авторское определение права Бердяева таково: «Право есть принудительное начало, защищающее и охраняющее человеческую свободу. Оно делает возможным сожителство и общение людей и в том случае, когда люди грешны и злы, когда они насильники и корыстолюбцы» [Там же. С. 161]. Ни о каких нормах, их формальной определенности автор не говорит, его право от Бога, оно, так же как и государство иррационально. Право имеет свою цель – охрану свободы, свободы как обязанности. Данный подход к праву проявляется и в работах современных исследователей, которые отмечают, что «право возникло одновременно с государством и, по всей видимости, вместе с ним и отомрет» [6. С. 65].

Законы, согласно Бердяеву, представляют собой лишь инструмент, который позволяет праву ограничивать зло. Главная же проблема закона, нормативной морали заключается в том, что она может служить лишь внешней реакцией на зло, она может ограничивать его, смягчать его последствия, но не способна к полному устранению его [9. С. 32]. Понимание закона как инструмента привело Бердяева к отвержению правового государства и нормативистских воззрений на право его

современников. Философ писал, что «конституции можно устраивать согласно требованиям исторического дня, но верить в них бессмысленно. Вера должна быть направлена на предметы более достойные. Делать себе кумира из правового государства недостойно. В этом есть какая-то ограниченность» [3. С. 131]. Такая идея Бердяева сближает его со сторонниками социологической и исторической школ права.

Отдельно в своем труде «О рабстве и свободе человека» Н.А. Бердяев останавливается на соотношении преступления и наказания, рассуждая о смертной казни. Он является противником высшей меры наказания и достаточно аргументированно отстаивает свою позицию, исходя из того, что человек принадлежит Богу, а уже потом государству. По мнению философа, «никакой человек не может быть воплощением и персонификацией зла, зло в нем всегда частично. Поэтому ни о ком не может быть окончательного суда. Это ставит границы и самому принципу наказания. Человек может совершить преступление, но человек как целостная личность не может быть преступником, с ним нельзя обращаться как с воплощением преступления, он остается личностью, в нем есть образ Божий. И личность, совершившая преступление, не принадлежит целиком и окончательно государству и обществу. Личность есть гражданин царства Божьего, а не царства кесаря, и суждения и осуждения царства кесаря по отношению к ней частичны и не окончательны. Поэтому персонализм решительно и радикально против смертной казни» [2. С. 49–50].

Таким образом, по мнению Н.А. Бердяева, право имеет божественное основание, оно имеет цель – защитить Богом данные права, которые появляются у лица лишь тогда, когда оно осознает свои обязанности. Закон – то, посредством чего право ограничивает зло. Политические права философ отвергает, считает их искусственными и вредными.

Представляется, что в современном обществе взгляды Н.А. Бердяева вряд ли встретят широкую поддержку. Между тем, его идея о том, что лицо обладает правами только тогда, когда оно осознаёт и признаёт свои обязанности, заслуживает особого внимания. Актуальность этому придаёт разразившийся общественно-политический кризис в Европе из-за наплыва мигрантов, многие из которых пользуются правами, но отвергают обязанности.

-
1. Александров, В.Б. Русская философия XX века об истоках власти, государства и права / В.Б. Александров // Управленческое консультирование. – 2011. – № 2. – С. 211–220
 2. Бердяев, Н.А. О рабстве и свободе человека / Н.А. Бердяев. – Paris: YMCA-Press, 1939. – 222 с.
 3. Бердяев, Н.А. Философия неравенства письма к недругам по социальной философии / Н.А. Бердяев. – Берлин: Обелискъ, 1923. – 246 с.
 4. Бердяев, Н.А. Философия свободы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://odinblago.ru/filosofiya/berdyayev/filosofia_svobodii#6 (дата обращения 11.01.2016).

5. Бердяев, Н.А. Христианство и классовая борьба / Н.А. Бердяев. – Paris: YMCA-Press, 1931. – 139 с.
6. Гуманитарные проблемы современности: человек и общество / Н.А. Иванова, Т.П. Иванова, С.Ф. Литвинова и др. / под общ. ред. С.С. Чернова. – Новосибирск: СИБПРИНТ, 2012. – Кн. 17. – 215 с.
7. Кравченко, А.Г. Правокультурные аспекты развития российской бюрократической системы / А.Г. Кравченко, А.Ю. Мамычев // Философия права. – 2014. – №3. – С. 60–64.
8. Любашиц, В.Я. Феномен государства: структурно-функциональная методология анализа / В.Я. Любашиц, А.Ю. Мордовцев, А.Ю. Мамычев // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. – 2015. – №2. – С. 63–71.
9. Романовская, В.Б. О морали, нравственности и законе в работах русских религиозных философов конца XIX – начала XX вв. / В.Б. Романовская, П.С. Жданов // Мир политики и социологии. – 2013. – №11. – С. 28–35.
10. Сахно, А.А. Теория теократии в трудах Н.А. Бердяева / А.А. Сахно // Сервис в России и за рубежом. – 2011. – № 4. – С. 239-246.
11. Семёнов, Ю. О русской религиозной философии конца XIX – начала XX века [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://scepsis.net/library/id_7.html (дата обращения 11.01.2016).

© Алексеевко, А.П., 2016

Для цитирования: Алексеевко, А.П. Право и государство в трудах Н.А. Бердяева / А.П. Алексеевко // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. – 2016. – № 1. – С. 71–81.

For citation: Alekseenko, A.P. Law and the State in the writings of N.A. Berdyaev // The Territory Of New Opportunities. The Herald of Vladivostok State University of Economics and Service. – 2016. – № 1. – P. 71–81.

Дата поступления: 29.01.2016.

УДК 008

Л.В. Преснякова¹
Н.А. Пономарчук²

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Законодательство России и Китая в сфере нематериального культурного наследия: сравнительный анализ

Для современного и развитого государства актуальной проблемой является защита нематериального культурного наследия. Особенно остро проблема сохранения культурного наследия стоит в Китае и России. Сравнительный анализ законодательств является важным шагом для решения этих задач. Ключевым моментом анализа должно стать выявление слабых сторон законодательств с целью улучшения качества охраны и защиты нематериального культурного наследия.

Ключевые слова и словосочетания: нематериальное культурное наследие, Россия, Китай, культурная политика.

L.V. Presnyakova
N.A. Ponomarchuk

Vladivostok State University of Economics and Service
Vladivostok. Russia

The legislation of Russia and China in the sphere of non-material cultural heritage: comparative analysis

For the modern and developed state an actual problem is protection of non-material cultural heritage. Especially the problem of preservation of cultural heritage is particularly acute in China and Russia. The comparative analysis of legislations is an important step for the solution of these tasks. Detection of weaknesses of legislations, for the purpose of improvement of quality of protection and protection of non-material cultural heritage has to be the key moment of the analysis.

Keywords: non-material cultural heritage, Russia, China, cultural policy.

Актуальностью данного исследования является проблема сохранения нематериального культурного наследия в связи с процессами глобализации и переходом к информационному обществу. Особенно актуален этот вопрос для российского Дальнего Востока, который находится в непосредственной близости с Китаем, имеющим богатые культурные ресурсы. Совершенствование законодательства

¹ Преснякова Людмила Викторовна – канд. искусствоведения, доцент кафедры дизайна и искусств; e-mail: milapres@mail.ru.

² Пономарчук Наталья Анатольевна – бакалавр 4 курса, кафедра дизайна и искусств; e-mail: natashka9393@bk.ru.

в сфере сохранения нематериального культурного наследия России и Китая, усилия, которые предпринимают государства для сохранения своей идентичности, инновационные формы воплощения традиций, различные социокультурные практики будут способствовать не только устойчивому развитию стран-соседей, но и превращению РФ и КНР в крупные культурные державы.

Целью исследования является раскрытие сильных и слабых сторон закона через сравнительный анализ законодательств России и Китая в сфере нематериального культурного наследия.

Структурно материал по этой проблеме можно разделить на 3 части. В первой части говорится о трактовке термина «культурное наследие»; во второй – о специально уполномоченных лицах, ответственных за культурное наследие; третья часть – о создании реестра культурных ресурсов, а также о некоторых особенностях законодательства.

Материалом для статьи послужили тексты законов [2, 3] и статьи о законодательстве в интернет-источниках. Так, Т.С. Курьянова в своих работах раскрывает понятие «нематериальное культурное наследие» [6, 7, 8]. В статье «Нематериальное наследие: этапы становления термина и явление» автор рассматривает основные этапы становления термина и явления «нематериальное культурное наследие» в истории и нормативно-правовой сфере в зарубежной и российской практике [8]. «Актуальным понятием современности» называет нематериальное культурное наследие в своих работах Ю.В. Кирюшина [5]. Приоритетом культурной политики России в XXI веке считают А.С. Каргин и А.В. Костина сохранение нематериального культурного наследия народов РФ [4]. К проблеме сохранения нематериального культурного наследия обращается в своих трудах и Н. Ахундова [1]. Ряд исследователей рассматривают в своих работах проблемы сохранения культурного наследия Китая, в частности, касаясь нематериального наследия. Так, в статье «Охрана культурного наследия Китая в освещении средств массовой информации» автор Э.А. Саракаева затрагивает вопросы сохранения нематериального культурного наследия КНР [10]. Об охране нематериального культурного наследия в Китае и о народной картине Няньхуа пишет в своей статье Ю.Г. Лемешко [9]. Вопрос сравнительного анализа законодательства России и Китая в сфере нематериального культурного наследия авторы не затрагивают, что придает новизну нашему исследованию и делает его актуальным.

Закон КНР о нематериальном культурном наследии был принят 25 февраля 2011 г. и вступил в силу с 1 июня 2011 г. Федеральный закон РФ от 25.06.2002 73-ФЗ «Об объектах культурного наследия (Памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации» принят 24.05.2002 г., одобрен Советом Федерации 14 июня 2002 г.

Сравнительный анализ уместно начать с трактовки термина «культурное наследие». В КНР под термином нематериальное культурное наследие (далее – НКН) понимается отношение к различным культурным проявлениям, передаваемым по наследству людьми всех национальностей от поколения к поколению и рассматриваемым в качестве части их культурного наследия, и предметам и местам,

относящимся к традиционной культуре. Он включает в себя: традиционные устные литературные произведения и язык, на котором они передаются; традиционные искусства, каллиграфию, музыку, танцы, драму, народные искусства и акробатику; традиционные технологии, медицину и календарь; традиционные ритуалы, фестивали и другие народные обычаи; традиционные народные виды спорта и развлечений, другое нематериальное культурное наследие [1].

В статье 3 ФЗ от 25.06.2002 73-ФЗ указывается, что к объектам культурного наследия (памятникам истории и культуры) народов Российской Федерации относятся объекты недвижимого имущества со связанными с ними произведениями живописи, скульптуры, декоративно-прикладного искусства, объектами науки и техники и иными предметами материальной культуры, возникшие в результате исторических событий, представляющие собой ценность с точки зрения истории, археологии, архитектуры, градостроительства, искусства, науки и техники, эстетики, этнологии или антропологии, социальной культуры и являющиеся свидетельством эпох и цивилизаций, подлинными источниками информации о зарождении и развитии культуры.

Объекты культурного наследия подразделяются на:

– памятники – отдельные постройки, здания и сооружения с исторически сложившимися территориями (в том числе памятники религиозного назначения);
– церкви, колокольни, часовни, костелы, кирхи, мечети, буддистские храмы, пагоды, синагоги, молельные дома и другие объекты; мемориальные квартиры; мавзолеи, отдельные захоронения; произведения монументального искусства; объекты науки и техники;

– ансамбли – четко локализуемые на исторически сложившихся территориях группы изолированных или объединенных памятников, строений и сооружений фортификационного, дворцового, жилого, общественного, административного, торгового, производственного, научного, учебного назначения, а также памятников и сооружений религиозного назначения (храмовые комплексы, дацаны, монастыри, подворья), в том числе фрагменты исторических планировок и застроек поселений, которые могут быть отнесены к градостроительным ансамблям; произведения ландшафтной архитектуры и садово-паркового искусства (сады, парки, скверы, бульвары), некрополи;

– достопримечательные места – творения, созданные человеком, или совместные творения человека и природы, в том числе места бытования народных художественных промыслов; центры исторических поселений или фрагменты градостроительной планировки и застройки; памятные места, культурные и природные ландшафты, связанные с историей формирования народов и иных этнических общностей на территории Российской Федерации, историческими (в том числе военными) событиями, жизнью выдающихся исторических личностей; культурные слои, остатки построек древних городов, городищ, селищ, стоянок; места совершения религиозных обрядов [2].

Таким образом, в российском законодательстве нет разграничения на материальные и нематериальные объекты культурного наследия, что может вызывать

критику общества, ведь нематериальное культурное наследие заслуживает пристального внимания и более тщательной охраны, в отличие от материального культурного наследия.

Далее, в ст. 29 закона КНР о нематериальном культурном наследии говорится, что отдел культуры при Госсовете и отделы культуры народных правительств провинций, автономных регионов или муниципальных образований, находящихся в непосредственном подчинении центрального правительства, могут назначать полномочных представителей предметов НКН. Такой представитель должен хорошо владеть той частью НКН, которую он представляет, быть представителем в специальной части и иметь влияние в определенной области, а также активно заниматься развитием наследия.

В статье 10 ФЗ от 25.06.2002 73-ФЗ говорится, что Правительство Российской Федерации непосредственно или через федеральный орган исполнительной власти назначает специально уполномоченного в области государственной охраны объектов культурного наследия, который осуществляет меры по сохранению, использованию, популяризации и государственной охране объектов культурного наследия.

Со стороны государства разрабатываются федеральные и региональные целевые программы сохранения, использования, популяризации и государственной охраны объектов культурного наследия, о чем упоминается в ст. 12.

Важной частью Закона КНР о НКН является создание Госсоветом каталога национальных предметов НКН и включение в него предметов, отражающих традиционную культуру народа Китая и имеющих серьезное историческое, литературное, художественное и научное значение для их защиты.

В статье 20 говорится, что если граждане полагают, что предмет НКН отражает национальную культуру китайского народа и имеет серьезное значение, то они могут предложить отделу культуры народного правительства провинции или отделу культуры при Госсовете включить данный предмет в национальный каталог предметов НКН. Также в этот каталог может попасть предмет, который относится по форме и содержанию к двум и более регионам.

В Российской Федерации действует аналогичный каталог – «Единый государственный реестр объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, содержащий сведения об объектах культурного наследия» (далее – реестр). Реестр представляет собой государственную информационную систему, включающую в себя банк данных, единство и сопоставимость которых обеспечиваются за счет общих принципов формирования, методов и формы ведения реестра. Сведения, содержащиеся в реестре, являются основными источниками информации об объектах культурного наследия и их территориях, а также о зонах охраны объектов культурного наследия при формировании и ведении государственного земельного кадастра, государственного градостроительного кадастра, иных информационных систем или банков данных, использующих (учитывающих) данную информацию, о чем указывается в статье 15.

Далее, в ст. 16 упоминается, что Реестр формируется посредством включения либо исключения объектов культурного наследия.

Правительство Российской Федерации может принять решение о признании объекта культурного наследия федерального значения, включенного в реестр, особо ценным объектом культурного наследия народов РФ. Особо ценным объектом культурного наследия признается объект, включенный в Список Всемирного Наследия.

Благодаря созданию каталога национальных предметов НКН Китая и единого национального реестра объектов культурного наследия России мы можем узнать о новом объекте, быть уверенными в его защите и охране, а также порекомендовать включить какой-либо объект в реестр или каталог, если он соответствует заявленным требованиям.

Особенностью закона РФ являются пункты владения, пользования и распоряжения объектом культурного наследия, в которых говорится, что такие объекты, независимо от категории их историко-культурного значения, могут находиться как в федеральной, так и в частной собственности. Собственник объекта культурного наследия несет бремя содержания принадлежащего ему объекта культурного наследия, включенного в реестр, или выявленного объекта культурного наследия с учетом требований закона. При государственной регистрации договора купли-продажи объекта культурного наследия либо выявленного объекта культурного наследия новый собственник принимает на себя обязательства по сохранению объекта культурного наследия либо выявленного объекта культурного наследия, которые являются ограничениями (обременениями) права собственности на данный объект. Но объекты археологического наследия находятся в государственной собственности.

В законе Китая упоминается, что объект нематериального культурного наследия берется под защиту и охрану государства и не может иметь частных собственников. В законе РФ говорится об историко-культурных заповедниках и об исторических поселениях, что указывает на целостность материального и нематериального культурного наследия, в отличие от закона КНР, который четко регламентирует рамки нематериального культурного наследия. Это связано с тем, что закон о нематериальном культурном наследии в Китае вступил в силу лишь в 2011 г. и включил в себя необходимые статьи.

В электронном каталоге нематериального культурного наследия народов России насчитывается 274 объекта. В каталог национальных предметов нематериального культурного наследия Китая входит около 500 объектов.

Таким образом, в законодательстве и России, и Китая выделяются специальные полномочные представители, задачей которых являются защита, сохранение и популяризация предмета нематериального культурного наследия. Безусловное сходство состоит и в задаче привлечения внимания общественности, распространения информации и доступа к объектам НКН.

В КНР, в отличие от российского законодательства, объекты нематериального культурного наследия после обнаружения попадают в государственное владение, пользование и распоряжение. В России объекты культурного наследия могут находиться как в федеральной собственности, так и в частной. Отличительным пунктом в законе РФ является объединение материального и нематериального культурного

наследия, что в китайском законодательстве имеет четкие рамки разграничений и разделено на несколько законов.

Общей является положительная тенденция увеличения количества объектов нематериального культурного наследия в обеих странах, что способствует развитию традиционной культуры народов России и Китая и содействует строительству духовной цивилизации. Объекты, включенные в этот список, представляют собой исключительную ценность с «исторической, художественной, этнологической, социологической, антропологической, лингвистической или литературной» точек зрения.

Проблема сохранения нематериального культурного наследия в последние десятилетия стала актуальной для культурной политики не только России и КНР, но и многих стран мира. В обществе растет понимание того, что экономическое развитие, безопасность страны связаны со сферой культуры, с сохранением самобытной традиционной культуры. Традиционная культура представляет собой историческую основу всего многообразия направлений, видов и форм культуры современного мира. До настоящего времени как в России, так и в КНР сохранились мощные пласты традиционной культуры – фольклора, ремесел, обрядов, народных праздников.

На XVII съезде коммунистической партии Китая (2007 г.) была поставлена цель превращения государства в глобальную культурную державу, что обусловило необходимость повышения привлекательности китайской культуры. Инициативы по сохранению традиционного культурного наследия в КНР исходили не только от правительственных организаций и партийной элиты. Само общество становится все более заинтересованным в защите регионального своеобразия, конфуцианской, даосской, буддийской традиций. Разрабатываются проекты сохранения уникальной архитектуры традиционного жилья (хутунов), проводятся Дни культурного наследия провинций. Как, например, в период проведения мероприятий в провинции Хэнань – колыбели китайской цивилизации, в 2005 г. в течение двух дней для бесплатного посещения были открыты около 70 исторически значимых памятников, музеев, парков, более 3 млн людей смогли приобщиться к богатейшему культурному наследию нации. Очень распространенным примером служит деятельность художественной труппы провинции Цзянсу, осуществившей постановку более 300 пьес на основе классических сюжетов с бесплатным их показом в сельской местности.

В КНР прилагаются усилия правового обеспечения сохранности нематериального культурного наследия. В 10 провинциях Китая разработаны соответствующие положения, что внесло реальный вклад в законодательство страны в этой сфере. Руководство КНР с каждым годом усиливает меры, направленные на сохранение культурного наследия государства. Так, в августе 2004 г. Китай присоединился к Конвенции ЮНЕСКО об охране нематериального культурного наследия. Принятие закона о нематериальном культурном наследии Китая в феврале 2011 г. свидетельствует о трепетном отношении китайцев к своему культурному наследию и о стремлении правительства совершенствовать правовую базу для охраны ценностного потенциала нематериального культурного наследия страны.

Новое осмысление потенциала китайской культуры, реальные инновационные формы воплощения традиций, различные социокультурные практики, дополняющиеся законодательством в сфере охраны культурного наследия Китая, являются ответами со стороны КНР на вызовы глобализованного мира.

Проблема сохранения нематериального культурного наследия народов Российской Федерации носит комплексный характер, отличается масштабностью, поскольку требует реализации мер на огромном географическом пространстве страны. Традиционная народная культура является глубинной основой всего многообразия направлений, видов и форм культуры современного общества России. Сегодня в условиях расширяющейся в мире политики глобализации и происходящих социальных преобразований особую актуальность приобретает проблема сохранения самобытной народной традиционной культуры, накопленного веками культурного наследия, исторической памяти и разумного их использования для гражданской консолидации общества и дальнейшего развития отечественной художественной культуры в современных условиях. Проблема не может быть решена на базе сложившегося механизма поддержки и развития нематериальной культуры страны и требует дополнительной государственной поддержки, совершенствования правового обеспечения сохранности нематериального культурного наследия России.

В декабре 2015 г. в Москве на XII совещании министров культуры государств-членов ШОС было поддержано предложение министра культуры КНР о проведении в Китае в 2016 г. форума нематериального культурного наследия стран ШОС. Форум будет способствовать осуществлению связи с историческим прошлым и развитию нематериального культурного наследия в качестве фактора обеспечения культурного разнообразия и гарантии устойчивого развития стран-участниц.

-
1. Ахундова, Н. К проблеме сохранения нематериального культурного наследия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://harmony.musigidunya.az/harmony/rus/reader.asp?s=1&txtid=71> (дата обращения 15.03.2015).
 2. Бизнес в Китае // Закон КНР о нематериальном культурном наследии, 2011 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.asia-business.ru/law/law3/cultural/>
 3. ГАРАНТ. Информационно-правовой портал. Федеральный закон от 25 июня 2002 г. N 73-ФЗ «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации» (с изм. и доп.). – 2002 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://base.garant.ru/12127232/>
 4. Каргин, А.С. Сохранение нематериального наследия народов РФ как приоритет культурной политики России / А.С. Каргин, А.В. Костина // Знание. Понимание. Умение. – 2008. – № 3 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.zpu-journal.ru/zpu/2008_3/Kargin&Kostina.pdf
 5. Кирюшина, Ю.В. Нематериальное культурное наследие – актуальное понятие современности / Ю.В. Кирюшина [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/nematerialnoe-kulturnoe-nasledie-aktualnoe-ponyatie-sovremennosti>

6. Курьянова, Т.С. Культурное наследие: смысловое поле и практика / Т.С. Курьянова // Вестник Томского государственного университета. – 2011. – № 2. – С. 12–18.
7. Курьянова, Т.С. Музей и нематериальное культурное наследие / Т.С. Курьянова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/muzey-i-nematerialnoe-kulturnoe-nasledie>
8. Курьянова, Т.С. Нематериальное наследие: этапы становления термина и явление / Т.С. Курьянова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/nematerialnoe-nasledie-etapy-stanovleniya-termina-i>
9. Лемешко, Ю. Г. Охрана нематериального культурного наследия в Китае: региональные центры по производству народной картины няньхуа / Ю.Г. Лемешко [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.uzknastu.ru/files/pdf/2013-16-2/9-14.pdf>
10. Саракеева, Э.А. Охрана культурного наследия Китая в освещении средств массовой информации / Э.А. Саракеева [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://asu.edu.ru/images/File/Izdatelstvo/KR4\(25\)/19.pdf](http://asu.edu.ru/images/File/Izdatelstvo/KR4(25)/19.pdf)

© Преснякова, Л.В., 2016

© Пономарчук, Н.А., 2016

Для цитирования: Преснякова, Л.В., Пономарчук, Н.А. Законодательство России и Китая в сфере нематериального культурного наследия: сравнительный анализ / Л.В. Преснякова, Н.А. Пономарчук // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. – 2016. – № 1. – С. 82–89.

For citation: Presnyakova L.V., Ponomarchuk N.A. The legislation of Russia and China in the sphere of non-material cultural heritage: comparative analysis / L.V. Presnyakova, N.A. Ponomarchuk // The Territory Of New Opportunities. The Herald of Vladivostok State University of Economics and Service. – 2016. – № 1. – P. 82–89.

Дата поступления: 02.02.2016.

Е.Ю. Гончарук

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Этнокультурная специфика взаимодействия носителей русского и китайского языков в ситуации коммуникативного конфликта

В статье рассматриваются понятия коммуникативного конфликта, типов речевого поведения в ситуации конфликтного взаимодействия носителей русского и китайского языков в социально-бытовой сфере общения. Материалом для исследования послужили конфликтные диалоги из современных российских и китайских художественных фильмов и произведений. Проводится анализ материала с целью определения основных коммуникативных типов личностей и сравнения специфики коммуникативного поведения носителей русского и китайского языков в ситуации конфликтного взаимодействия.

Ключевые слова и словосочетания: коммуникативный конфликт, коммуникативное поведение, бытовое общение, этнокультурная специфика, носители русского языка, носители китайского языка.

E.Yu. Goncharuk

Vladivostok State University of Economics and Service
Vladivostok. Russia

Ethno-cultural specificity of interaction Russian and Chinese language speakers in the situation of communicative conflict

The author considers the notions – communicative conflict, types of verbal behavior in the situation of conflict interaction Russian and Chinese language speakers' everyday communication. The material for analysis is conflict dialogs from modern Russian and Chinese art films and belles-lettres. The main purpose of analysis is identification of the basic communicative personality type and the comparison of specificity verbal behavior Russian and Chinese language speakers' in the situation of conflict interaction.

Keywords: communicative conflict, verbal behavior, ethno-cultural specificity, everyday communication, Russian and Chinese language speakers.

Конфликт рассматривается современными исследователями как междисциплинарное и многоуровневое явление [5, 8, 9]. Теория конфликта входит в область изучения философии, социологии, юриспруденции, политологии, логики и лингвистики [5, 6, 8]. Конфликт как феномен речевого взаимодействия изучается в рамках

Гончарук Екатерина Юрьевна – старший преподаватель кафедры русского языка; e-mail: Ekaterina.Goncharuk@vvsu.ru.

различных направлений лингвистики: лингвокогнитивного, социолингвистического, психолингвистического и лингвокультурологического. В лингвистике конфликт рассматривается как столкновение двух позиций – говорящего и слушающего [2, 6, 7]. Возросший интерес к проблеме эффективности коммуникации, в том числе в ситуации полиэтнического общения и межкультурной коммуникации, делает актуальным исследование этнокультурных особенностей поведения в ситуации конфликта представителей разных лингвокультур. Исследователи отмечают зависимость вербального и невербального поведения собеседников от принадлежности к той или иной культуре, и, следовательно, различное речевое поведение в ситуации конфликтного взаимодействия [3, 4, 8].

Рассмотрим понятие «коммуникативный конфликт». И.Н. Горелов и К.Ф. Седов определяют коммуникативный конфликт как «речевое столкновение, которое основано на агрессии, выраженной языковыми средствами» [1. С. 156]. Из данного определения следует, что конфликт связан с агрессией. Агрессия, по мнению И.А. Стернина, часто «вызвана конкретной ситуацией общения, эмоциональным состоянием человека, обидой, желанием немедленно добиться результата от собеседника» [7. С. 58]. Причины возникновения конфликта исследователи связывают с психологическими факторами, ситуацией взаимодействия, а также коммуникативными целями говорящего и слушающего. Таким образом, конфликт – столкновение, вызванное эмоциональным состоянием человека, следствием которого является агрессия, выраженная языковыми средствами.

В ситуации коммуникативного конфликта его участники проявляют индивидуально-личностные особенности коммуникативного поведения. Отличия в коммуникативном поведении определяются разными факторами, в том числе особенностями коммуникативно-личностных характеристик говорящих, обусловленных их темпераментом, воспитанием, социальным статусом и т.п. По мнению исследователей, разные языковые личности имеют разную степень конфликтности. Выделяют три основных коммуникативных типа личностей в ситуации коммуникативного конфликта: конфликтный, централизованный, кооперативный [1. С. 160].

Целью работы явилось определение этнокультурной спецификации поведения носителей русского и китайского языков в ситуации коммуникативного конфликта.

Для определения этнокультурной спецификации поведения носителей русского языка в ситуации коммуникативного конфликта нами было проанализировано 200 диалогов из современных художественных произведений. В результате анализа диалогов мы установили, что в 50% реплик говорящие проявляют тактики конфликтно-манипуляторского подтипа; в 40% реплик встречаются тактики конфликтно-агрессивного подтипа. Следующим по частотности стали тактики, относящиеся к кооперативно-конформному подтипу. Данный подтип встречается в 5% случаях. Наименее частотные тактики относятся к кооперативно-актуализаторскому (2%) подтипу. Тактики, присущие централизованному типу, в анализируемом материале представлены не были.

Проиллюстрируем перечисленные коммуникативные подтипы примерами.

(А) и (Б) подруги

(А) Это когда тебе Porsche купили?

(Б) Купили// он мне свой отдал/ бэу / а не купили// (повышает тон голоса) (к/ф «Про любовь», 2010)

В данном диалоге говорящий (Б) использует тактики, характеризующие конфликтный тип личности. В его речи присутствуют конфликтогены, к которым мы можем отнести слова, демонстрирующие усмешку (*Он мне свой отдал/ бэу/ а не купили*). Своим ответом (Б) демонстрирует превосходство над собеседником, лучшую осведомленность в данном вопросе. Таким образом, говорящий (Б) проявляет черты конфликтно-манипуляторского подтипа. Говорящий (А) использует тактику, характеризующую кооперативный тип личности, поскольку конфликт дальше не продолжается. Говорящий (А) готов принять точку зрения собеседника, не вступая в конфронтацию с ним. Говорящий (А) относится к кооперативно-конформному подтипу.

Рассмотрим следующий пример, в котором встречаются тактики конфликтного типа коммуникативного поведения.

Гаишник, который нас остановил, так не считал.

(А) Выпивали? – добродушно спросил он.

(Б) Я? Да вы что? – КБУ протянул ему документы.

(А) Задерживаю права. До экспертизы.

(Б) Какой экспертизы? – недовольно переспросил Костя и вдруг внимательно посмотрел на гаишника. – Эй, да вы сами выпивали! («Про любовь» О.Робски, 2007)

В данной реплике говорящий (Б) избирает тактику конфликтно-манипуляторского подтипа. Он пытается убедить собеседника в том, чего тот не делал, навязать свою точку зрения. Провоцирует собеседника вступить в конфликт, нападая на него (*Эй, да вы сами выпивали!*).

(А) Штраф будешь платить? – гаишник чуть отошел от машины.

Говорящий (А) игнорирует обвинения в свой адрес, меняет тему разговора, при этом не вступает в конфликт, увеличивает дистанцию с собеседником (*чуть отошел от машины*), демонстрируя тем самым желание уклониться от нападков говорящего (Б). Данная тактика характеризует активно-центрированный подтип.

(Б) Я? Штраф? – закричал КБУ. – Да это вы под суд пойдете! Вымогатели! Наньются и пристают к честным гражданам! И угрожают еще! Где ваш жетон?

Данной репликой говорящий (Б) демонстрирует свою отнесенность к конфликтно-агрессивному типу. Он открыто выражает свое недовольство, повышая тон голоса. Оскорбляет собеседника (*вымогатели*), продолжая провоцировать его продолжить конфликт.

Гаишник протянул КБУ права. (А) Езжай, езжай, сумасшедший!

Данной репликой говорящий (А) продемонстрировал свое нежелание участвовать в конфликте. Говорящий (А) готов идти на уступки. Он проявляет черты кооперативно-конформного подтипа.

(Б) Нет, вы постойте! – не мог успокоиться Костя.

Говорящий (Б) демонстрирует готовность продолжать конфликт (*не мог успокоиться Костя*). Он не соглашается с желанием говорящего (А) завершить коммуникацию (*Нет, вы постойте*), повышает тон голоса, пытается манипулировать собеседником, используя форму императива (*вы постойте*). Говорящий (Б)

в данной реплике избирает тактику, относящуюся к личности конфликтно-манипуляторского подтипа.

(В) Да отстань ты от него! – попросила Рита. Гаишник сел в машину и медленно выехал на дорогу.

Третий участник диалога говорящий (В) пытается успокоить говорящего (Б), демонстрирует свою отнесенность к конфликтно-манипуляторскому подтипу, так как использует глагол в форме императива (*отстань*), пытаясь изменить поведение собеседника. Кроме того, повышает тон голоса, что является одним из конфликтогенов.

(Б) Не отстану! – кричал КБУ, нажимая на газ. – Пьяная гаишная морда! Я ему покажу, кто здесь выпивал! («Про любовь/он» О.Робски, 2007)

В данной реплике говорящий (Б) выражает агрессию с помощью повышения тона голоса (*кричал*), а также использует оскорбления в адрес говорящего (А) (*Пьяная гаишная морда*). Говорящий (Б) относится к конфликтно-агрессивному подтипу личности.

Таким образом, говорящий в диалоге может менять тактики разных подтипов, но в рамках одного коммуникативного типа. В первых репликах диалога действия говорящего (Б) относятся к конфликтно-манипуляторскому подтипу (повышение тона голоса, глагол в форме императива, навязывание своей точки зрения), с развитием диалога в его речи появляются показатели конфликтно-агрессивного подтипа (оскорбление, агрессия, повышение тона голоса). Говорящий (Б) относится к конфликтному типу личности.

В следующем примере оба говорящих относятся к конфликтному типу личности, демонстрируют отнесенность к конфликтно-манипуляторскому подтипу, не изменяя тактик в течение разговора.

(А) и (Б) подруги. (Б) сомневается в выборе дочери, считает, что дочь торопится

(А) (подходит к Наде (дочери (Б) кладет руку ей на плечо) Галчонок/ перестань каркать/ ну не у всех же женихи сбегают в день свадьбы/ как у тебя// (смотрит на (Б) с укором)

Говорящий (А) выражает несогласие с точкой зрения говорящего (Б) с помощью тактики укора. Данная тактика демонстрирует отнесенность говорящего (А) к конфликтно-манипуляторскому подтипу коммуникативной личности.

(Б) отрицательно машет головой, смотрит с укором на (А)

Говорящий (Б) выражает несогласие с собеседником с помощью невербальных средств – отрицательно машет головой, смотрит с укором. Указанные тактики можно отнести к конфликтно-манипуляторскому подтипу.

(А) Я уверена/ что такие женихи на дороге не валяются// (смотрит на Надю в зеркале)

Говорящий (Б) старается убедить собеседника в своей правоте, навязать свою точку зрения, демонстрируя превосходство своего жизненного опыта (*я уверена*). Данная тактика относится к конфликтно-манипуляторскому подтипу.

(Б) Хм/ (качает головой, поднимает руку вверх) валяются/ валяются// (поворачивается и быстро уходит к дивану) чем Данечка не угодил// (говорит в сторону, поднимает руку к лицу, потом опускает) (к/ф «Выкрутасы», 2011)

В данной реплике говорящий (Б) демонстрирует несогласие с говорящим (А), оставаясь при своем мнении. Не меняет тактики, проявляет черты конфликтно-манипуляторского подтипа.

Итак, говорящий в течение диалога может использовать одну тактику поведения в конфликте либо изменять тактики поведения, при этом демонстрируя отнесенность к одному коммуникативному типу.

Далее рассмотрим на примере действия говорящего, демонстрирующие его отнесенность к кооперативно-конформному подтипу коммуникативной личности.

(А) Влад; (Б) Даша. Влад звонит Даше по телефону, проявляет нетерпение, поскольку девушка опаздывает

(А) Даш, ты не торопись//с иронией)

(Б) Я уже бегу//

(Б) Ничего/ничего/я тут в машине еще могу полчаса посидеть// (к/ф «Про любовь», 2010)

В данном диалоге говорящий (А) относится к кооперативно-конформному подтипу. Он использует иронию, демонстрируя спокойствие и согласие ждать столько, сколько нужно. Но на самом деле он совсем не хочет этого делать. Собеседник понимает его истинное намерение. Ирония в данном случае является способом избежать открытого конфликта, смягчает отрицательные эмоции, испытываемые говорящим (А) из-за того, что девушка (говорящий (Б)) опаздывает на встречу с ним.

Итак, кооперативно-конформный подтип говорящего характеризуется употреблением в речи иронии, подтекста, что снижает уровень конфликтности, так как агрессия и недовольство проявляются скрыто.

Наименее частотным среди исследуемого материала стал кооперативно-актуализаторский подтип, который характеризуется желанием понять собеседника, поставить себя на его место, успокоить. Проиллюстрируем данное положение примером.

(А) По-другому? – закричала Лада. – По-другому? А разве бывает по-другому? Когда я прощаю уже сколько лет, а?

Говорящий (А) относится к конфликтно-агрессивному подтипу. Агрессия выражается в виде повышения тона голоса. Вопросы демонстрируют несогласие с собеседником, претензию в адрес собеседника.

Ларчик обняла Ладу и стала что-то шептать ей в ухо. Лада послушно кивала.

(Б) Ну, – улыбнулась Ларчик, как улыбаются маленькому ребенку, – ты же любишь его. И он тебя. И когда-нибудь все будет хорошо, правда? Все равно вы вместе. («Про любовь/он», Оксана Робски, 2007)

Говорящий (Б) относится к кооперативно-актуализаторскому подтипу, поскольку, не обращая внимания на агрессию собеседника, старается настроить его на позитивный лад, подарить надежду. Своими действиями (*обняла, послушно кивала, улыбнулась*) говорящий (Б) демонстрирует участие, желание понять и успокоить собеседника.

Таким образом, анализ диалогов, содержащих коммуникативный конфликт, показал, что наиболее частотным типом поведения в конфликте для носителей русского языка является конфликтный тип. Конфликтный тип поведения встречается

в 90% диалогов, из которых 50% реплик относятся к конфликтно-манипуляторскому подтипу, 40% к конфликтно-агрессивному подтипу.

Следующим по частотности типом поведения носителей русского языка в конфликте стал кооперативный тип, который встречается в 7% случаев, из которых 5% реплик относятся к кооперативно-конформному подтипу, 2% к кооперативно-актуализаторскому.

Полученные результаты позволяют говорить о том, что носители русского языка имеют высокий уровень конфликтности, не склонны идти на уступки и компромиссы. Анализ продемонстрировал склонность носителей русского языка к провокациям и манипуляциям в отношении собеседника. Носители русского языка легко вступают в конфликт, по большей части открыто выражают агрессию, отстаивая и навязывая свою точку зрения, не скрывая свои истинные намерения.

Далее рассмотрим коммуникативные типы личности носителей китайского языка в ситуации коммуникативного конфликта.

Для определения этнокультурной специфики поведения носителей китайского языка в ситуации коммуникативного конфликта мы проанализировали 200 конфликтных диалогов. Материалом послужили диалоги из современных китайских фильмов: «Судьба персикового цветка» и «Любовь». В результате анализа диалогов мы установили, что 60% реплик говорящих относятся к конфликтно-агрессивному типу; 20% реплик – конфликтно-манипуляторскому типу; 15% – кооперативно-конформному типу; 5% реплик относятся к кооперативно-актуализаторскому подтипу. Проиллюстрируем полученные результаты.

Рассмотрим диалог из фильма «Судьба персикового цветка» (桃花运).

(А) мать; (Б) Мэй Тин, ее дочь. Разговаривают в доме.

(А) *Весь день ты дома// почему ты не общаешься с друзьями? (Говорит с повышенной интонацией; выражение лица строгое)*

В приведенном диалоге говорящий (А) относится к конфликтно-манипуляторскому типу, так как матери не нравится, что ее дочь весь день находится дома. Она упрекает дочь в этом. Мать не говорит прямо, что дочь должна идти на улицу, но тональность ее голоса и строгое выражение лица указывают на желательность этого действия со стороны дочери.

(Б) *В детстве вы бросили меня дома у бабушки в городе Наньцзин/ потом сказали мне находиться далеко от друзей и подруг // а сейчас разрешаете мне завести друзей? (тон голоса повысился; закрыла дверь)*

Говорящий (Б) демонстрирует тактики конфликтно-агрессивного подтипа, поскольку своими действиями (закрыла дверь, не хочет продолжать разговор) проявляет грубое, агрессивное отношение к своему собеседнику. Данными действиями она провоцирует собеседника к столкновению, поскольку подобное поведение дочери по отношению к матери неприемлемо. Дочь упрекает мать, вспоминает негативный опыт в прошлом, демонстрируя свое неуважение.

Итак, в данном диалоге оба собеседника проявляют тактики конфликтного типа. Говорящий (А) – манипулятор, говорящий (Б) демонстрирует агрессию.

Рассмотрим следующий диалог из фильма «Судьба персикового цветка» (桃花运).

(А) Гэн Лэ; (Б) Мэй Тин – его девушка

(А) Я просто серьезно подумал/ как ты себя чувствуешь// я думаю/ что ты права//я плохой/ ты хорошая девушка// это правда //ты заставляешь меня чувствовать себя виноватым/ я подчеркиваю/ мы расстаемся на время/ я думаю о наших отношениях//

Говорящий (А) проявляет черты кооперативно-актуализаторского подтипа, поскольку пытается поставить себя на место собеседника и понять его чувства (*Я просто серьезно подумал/ как ты себя чувствуешь*). Гэн Лэ сообщает о своем решении расстаться с девушкой. Он делает это осторожно и мягко, винит во всем себя (*я плохой/ ты хорошая девушка*), указывает на то, что делает это только ради Мэй Тин и их отношений (*я подчеркиваю/ мы расстаемся на время/ я думаю о наших отношениях*). Говорящий (А) заботится о чувствах своего собеседника, демонстрируя участие и желание избежать агрессии со стороны партнера по коммуникации.

(Б) (молчит и смотрит на него)

Говорящий (Б) относится к кооперативно-конформному типу, он принимает точку зрения собеседника, но при этом внутренне не согласен с ней. Молчание является следствием того, что Мэй Тин не может найти нужных слов, чтобы возразить, поскольку сообщение о расставании является для нее неожиданностью.

(А) Мы расстанемся// (обнял и ушел)

В данной реплике говорящий (А) проявляет черты конфликтно-манипуляторского подтипа. Он сообщает о принятом решении, решение безапелляционно и твердо (*мы расстанемся*). Озвучив свое решение, он не поинтересовался у собеседника о причинах его молчания, о его чувствах. Однако при этом говорящий (А) демонстрирует черты кооперативно-конформного подтипа, проявляя заботу по отношению к девушке (обнимает её), с целью смягчить твердость своих слов.

(Б) (она молчит и смотрит ему вслед)

Говорящий (Б) сохраняет тактику кооперативно-конформного подтипа, поскольку продолжает молчать. Молчание можно расценить как принятие с точки зрения собеседника.

Приведенный анализ доказывает, что участник конфликта может проявлять черты сразу нескольких типов. Говорящий (А) во второй реплике проявляет черты конфликтно-манипуляторского и кооперативно-конформного подтипа речевого поведения в конфликте. Кроме того, в зависимости от ситуации общения говорящий может избирать разные типы речевого поведения. В первом примере, в диалоге с матерью, говорящий (Б) (Мэй Тин) относится к конфликтно-агрессивному типу, упрекая и проявляя агрессию по отношению к собеседнику (своей матери). Во втором примере, при разговоре со своим любимым человеком, Мэй Тин относится к кооперативно-конформному типу речевого поведения, принимая точку зрения собеседника, внутренне с ней не соглашаясь.

Следующим проанализируем диалог из фильма «Любовь» (爱).

(А) Лу Пин (Б) Фан Жоуи (девушка Лу Пин) (В) Нора (дочь директора компании, в которой работает Лу Пин)

(А) Познакомься/ это Нора дочь директора компании «Да Юй»/ это Фан Жоуи//

(Б) Здравствуй//

(В) Здравствуй//

(Б) Вау// прекрасный бриллиант//

(В) Спасибо//

(А) (обращается к Фан Жоуи) Хорошо/пошли//

Говорящий (А) относится к конфликтно-манипуляторскому типу, поскольку хочет, чтобы собеседник ушел вместе с ним.

(Б) Да//какой запах//ты чувствуешь?

Говорящий (Б) относится к кооперативно-конформному типу, соглашается с собеседником, но при этом не хочет уходить, пытаясь отвлечь собеседника, обращая его внимание на запах.

(А) Ничего//пошли//

Говорящий (А) продолжает настаивать на своем, не обращая внимания на собеседника (конфликтно-манипуляторский тип).

(Б) Запах пирога//

(А) (обращается к Nora) Извини/она пьяная// (к Фан Жоуи) Пошли//

Говорящий (А), обращаясь к говорящему (Б), проявляет черты конфликтно-манипуляторского подтипа, поскольку продолжает настаивать на том, что им надо уходить, несмотря на нежелание говорящего (А).

(Б) Извини меня/ ты должен извинить меня//

Говорящий (Б) просит извинения, пытаясь успокоить собеседника (кооперативно-конформный тип), затем настаивает на том, чтобы собеседник простил его (конфликтно-манипуляторский тип).

(А) Ужасно/// Фан Жоуи//

Говорящий (А) делает собеседнику замечание, указывает на то, что его поведение неуместно (конфликтно-манипуляторский тип).

(Б) Ужасно//(ушли вместе)

Говорящий (Б) относится к кооперативно-конформному типу, соглашается с собеседником, делает то, о чем он просил (уходит вместе с ним).

Анализ диалогов, содержащих коммуникативный конфликт, продемонстрировал, что наиболее распространенным типом коммуникативного речевого поведения в ситуации конфликта носителей китайского языка является конфликтно-агрессивный подтип (60% реплик). Менее частотным стал конфликтно-манипуляторский тип (20% реплик). Данные результаты говорят о высокой конфликтности носителей китайского языка. Кооперативно-конформный подтип речевого поведения в ситуации конфликта представлен в 25% реплик, что демонстрирует большее стремление продолжить конфликт, нежели попытаться его избежать или прекратить. Наименее частотным (5% реплик) является кооперативно-актуализаторский подтип поведения в конфликте, то есть меньше всего собеседники стремятся понять чувства друг друга, выразить сочувствие. Кроме того, проведенный анализ продемонстрировал отсутствие централизованного типа речевого поведения и его подтипов, что свидетельствует об активной позиции всех участников общения в ситуации конфликта, направленности на собеседника, внимании к словам и мыслям собеседника, желании продолжить конфликт.

Таким образом, поведение носителей русского и китайского языков в целом является конфликтным. Носители русского языка выступают большими мани-

пуляторами (50%), чем китайцы (20%). При этом анализ продемонстрировал, что носители китайского языка более агрессивны (60%), чем русские (40%). Следующим по частотности у китайцев и русских стали тактики кооперативного типа поведения, у русских они составили 7%, у китайцев 15%. Центрированный тип поведения русских и китайцев в коммуникативном конфликте не представлен. Это свидетельствует о том, что русские и китайцы в конфликте не склонны игнорировать своего собеседника, молчать и скрывать свои истинные чувства. Анализ материала показал, что русские и китайцы активны и легко вступают в конфликты, не склонны к компромиссам, предпочитают открыто отстаивать свою позицию.

1. Горелов, И.Н. Основы психолингвистики / И.Н.Горелов, К.Ф. Седов. – М.: Лабиринт, 2010. – 320 с.
2. Мартынова, Е.А. Типология явлений коммуникативного дискомфорта в ситуациях диалога: дис. ... канд. филол. наук / Е.А. Мартынова. – Орел, 2000. – 192 с.
3. Мацумото, Д. Психология и культура / Д. Мацумото, 2008 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://krotov.info/lib_sec/13_m/maz/umoto_7.htm#14.
4. Пугачева, Е.Н. К вопросу об исследованиях коммуникативного конфликта (на примере конфликтного взаимодействия носителей китайского языка) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов: Грамота. – 2013. – №7 (25). Ч. II. – С. 153–158.
5. Рудов, А.П. Информативный диалог конфликтного типа: структурно-семантический и коммуникативно-прагматический аспекты: дисс. ... канд. филол. наук / А.П. Рудов. – Новосибирск, 2005. – 216 с.
6. Смирнова, М.Н. Коммуникативные неудачи в неофициальном диалоге (на материале английского языка): дис. ... канд. филол. наук / М.Н. Смирнова. – М., 2003. – 165 с.
7. Стернин, И.А. Деловое общение / И.А. Стернин. – Воронеж: Родная речь, 2009. – 184 с.
8. Стернин, И.А. Русское и финское коммуникативное поведение / И.А. Стернин. – Воронеж: Изд-во ВГТУ, 2002. Вып. 3. – 181 с.
9. Хараш, А.У. Психология коммуникативного воздействия / А.У. Хараш. – М.: МГУ, 1986. – 257 с.

© Гончарук, Е.Ю., 2016

Для цитирования: Гончарук, Е.Ю. Этнокультурная специфика взаимодействия носителей русского и китайского языков в ситуации коммуникативного конфликта / Е.Ю. Гончарук // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. – 2016. – № 1. – С. 90–98.

For citation: Goncharuk, E.Yu. Ethno-cultural specificity of interaction Russian and Chinese language speakers in the situation of communicative conflict / E.Yu. Goncharuk // The Territory Of New Opportunities. The Herald of Vladivostok State University of Economics and Service. – 2016. – № 1. – P. 90–98.

Дата поступления: 09.12.2015.

И.А. Ишмурзина

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Сравнение русской и китайской языковых картин мира (на примере концепта «голова»)

Исследование посвящено концепту «голова» в русской и китайской языковых картинах мира. Это один из древнейших концептов человечества, отражающий ум и интеллектуальные способности, то есть внутренние качества, по которым оценивается человек. Цель работы – проанализировав этимологию слова «голова» и современное понимание данного концепта в китайском и русском языках, сравнить их; исследовать русскую и китайскую фразеологию, поговорки, пословицы, тексты современных песен. Как самая важная часть человеческого тела,местилище ума голова является одним из основных понятий любого языка, культуры, каждого человека. Это отражается в поговорках, фразеологизмах, песнях каждого народа.

Ключевые слова и словосочетания: язык, культура, языковая картина мира, концепт, голова.

I.A. Ishmurzina

Vladivostok State University of Economics and Services
Vladivostok. Russia

Comparing Russian and Chinese language pictures of the world (for example, the concept “head”)

Our research is devoted to the concept “head” in Russian and Chinese language pictures of the world. It is one of the oldest concepts of the mankind, reflecting mind and intellectual capacity – internal qualities to estimate people. The present work aims at analysing the etymology of the word “head” and a modern understanding of this concept in Chinese and Russian languages, at comparing them; at exploring Russian and Chinese phraseology, proverbs and lyrics. The concept “head” is the basic concept for Russian and Chinese languages. As the most important part of the human body, mind receptacle place, of course, it is one of the main concepts in any language, culture and every human being. It is reflected in sayings, phraseologisms and songs of every nation.

Keywords: language, culture, head.

Язык – важнейший способ формирования знаний человека о мире. Отобразив в процессе деятельности объективный мир, человек фиксирует результаты познания в словах – концептах. Данная работа посвящена концепту «голова» в русской и китайской языковых картинах мира. Этот концепт носит универсальный характер, так как присутствует в любой культуре. Это один из древнейших концептов

Ишмурзина Инна Александровна – старший преподаватель кафедры русского языка Института иностранных языков; e-mail: russprofessor.Inna@yandex.ru.

человечества, отражающий ум и интеллектуальные способности, то есть внутренние качества, по которым оценивается человек. Концепт по своей структуре неоднороден. Он включает в себя компоненты, являющиеся элементами различных культурных эпох, принадлежащие разным историческим слоям. Эти слои отличаются временем образования, происхождением, семантикой. Обобщенно структуру концепта можно представить в виде круга, состоящего из ядра и периферии.

Ядро концепта – основное понятие, семы, зафиксированные в словарных статьях, периферия – коннотативные и ассоциативные приращения, которые привносятся культурой и реализуются при определенном наборе слов. Это ассоциативное поле слова очень важно, поэтому выявление ассоциативных комплексов – основная задача описания концепта. Поэтому наша работа состоит из нескольких частей, в которых исследуются различные проявления концепта в языке. Цель работы – проанализировав этимологию слова «голова» и современное понимание данного концепта в китайском и русском языках, сравнить их; исследовать русскую и китайскую фразеологию; провести ассоциативный эксперимент, сопоставить его результаты для получения объективных данных о функционировании концепта «голова» в русском и китайском языках. В своей работе мы использовали описательный, сравнительно-сопоставительный методы лингвистики и метод компонентного анализа.

Этимология служит основой, на которой возникают и держатся остальные слои значений. Сравнение этимологии слова «голова» двух совершенно не схожих языков – русского и китайского – показало определённое сходство – в обоих языках это слово имеет в основе семы «твёрдый» и «круглый» («камень», «череп», «котёл» в русском языке и «боб» в китайском). Другими словами, слово образовалось благодаря метафоре, сходству части человеческого тела и окружающих предметов. Анализ толковых словарей показал, что прямое значение слов «голова» совпадает и в русском и в китайском языках – верхняя часть тела человека или животного. Совпадающие переносные значения – передовой отряд, передняя часть, начальник.

Важно отметить, что концепт «голова» – базовый концепт русского и китайского языков. Как самая важная часть человеческого тела, вместилище ума голова является одним из основных понятий любого языка, культуры, каждого человека, что отражено в пословицах, поговорках, фразеологизмах, песнях каждого народа. Изучение значения конкретного концепта на материале пословиц и поговорок имеет под собой безусловный смысл, поскольку и концепт, и пословица, и поговорка несут в себе обобщённое, образное значение, основанное на жизненном опыте целого народа и отдельного индивида. Ниже рассмотрим некоторые примеры использования концепта «голова» в китайских и русских пословицах и поговорках.

Концепт «голова» в китайских пословицах и поговорках:

丑话说在前头】不中听的话先说出来以免发生矛盾。Уродливые слова на переднюю голову. (Сначала надо сообщать плохие вести). – Переносное значение слова «голова» – начало.

【虎头上捉虱子】在老虎头上捉虱子。比喻干危险的事情。也指不懂厉害·冲撞了惹不起的大人物或势力。Брать вошь на голову тигра. (Опасность). – Прямое значение слова «голова» – часть тела человека или животного.

【挂羊头卖狗肉】比喻以好的名义做幌子·实际上名不副实或做坏事。Повесить голову скота, а продавать собаку. (Обманывать). – Прямое значение слова «голова» – часть животного.

【顾头不顾尾】形容做事或考虑事不仔细周到。Обращать внимание только на голову, а не на хвост. (Надо выделять главное, а не второстепенное). – Переносное значение слова «голова» – начало, главная часть.

Концепт «голова» в русских пословицах и поговорках:

Чужая голова подобна тыкве. (Мысли другого человека узнать невозможно). – В переносном значении «мозг, мысли».

Голова болит, как в огне трещит. – Прямое значение слова «голова» – часть тела человека или животного.

Голова у ног ума не просит. – В переносном значении «начальник».

Одна голова – хорошо, а две – лучше. – В переносном значении «ум».

Мы сравнили употребление концепта «голова» в русских и китайских пословицах и поговорках и выявили следующие сходства и различия. В прямом значении употребляется слово и в китайском и в русском языках, но в русских пословицах и поговорках оно встретилось только в значении «часть тела человека», а в китайском – и как «часть тела животного». Сходным оказалось и употребление слова «голова» в значении «ум», но в русских пословицах и поговорках такое значение встречается гораздо чаще. Неповторимым значением «голова» в китайском языке является переносное значение «начало (дела)», а в русском встретились значения «внешность человека» и «начальник».

Далее мы рассмотрим употребление концепта «голова» в китайских и русских фразеологизмах.

Образцы употребления концепта «голова» в китайских фразеологизмах:

头晕眼花: Голова кружится – удивление. **头枕刀剑**: Голова лежит на мече – опасность. **头足异处**: Голова и ноги в разных местах – человек умер. **三头六臂**: О трёх головах и о шести руках – быстрый, шустрый человек. **独占鳌头**: Завладеть головой морского чудовища – победить. **牛头马面**: Бычья голова и лошадиное лицо – мерзкий, отвратительный. **鼠目獐头**: Крысиные глаза и голова сайгака – лживый человек, вор.

Как мы можем заметить, слово «голова» часто используется в китайских фразеологизмах. Положительный и отрицательный оттенок встречается одинаково часто.

Образцы употребления концепта «голова» в русских фразеологизмах:

Без головы – глупый человек. Биться головой о стену – напрасный труд.

В голове вертится – не могу вспомнить. В голове не укладывается – не верю.

Выбросить из головы – специально забыть. Вылететь из головы – случайно забыть. Высоко держать голову – гордиться. Ветер в голове – легкомысленный человек. Хоть кол на голове теши – бесполезно объяснять. Всему голова – важное, первое.

Проанализировав образцы русских фразеологизмов, содержащих слово «голова», мы с удивлением обнаружили, что большинство их значений негативное, отрицательное. По структуре и русские, и китайские фразеологизмы соответствуют

словосочетаниям. Кроме того, одинаково часто лексема «голова» выступает в обоих языках в прямом значении. Но, как и в случае с пословицами и поговорками, в китайском языке это нередко голова животного. В русских устойчивых сочетаниях такого употребления не встречается.

Кроме того, мы рассмотрели употребление концепта «голова» в китайских и русских песнях.

Примеры из китайских песен:

1. 你又在哭泣 我给不了安慰 我又在摇头 有那么点后悔

Ты плачешь, я не могу дать комфорт. Я покачал головой – так жаль.

Прямое значение: Верхняя часть тела человека, верхняя или передняя часть тела животного.

2. 头发甩甩 大步的走开

Размахивая волосами, головы шагаю прочь.

Переносное значение: Волосы человека или образцы волос.

3. 你是头号甜心 没错 你最爱我 没错

Ты номер один, голова. Ты любишь меня первый.

Переносное значение: первый.

Примеры из русских песен:

1. Ты запомни, сынок, золотые слова –

Хлеб – всему голова.

Переносное значение: главный.

2. Я лежу на хирургическом столе,

Голова прострелена контрольным выстрелом.

Прямое значение: голова человека, часть тела.

Рассмотрев использование и понимание концепта «голова» в русской и китайской языковых картинах мира, мы выделили следующие общие черты:

1. В этимологии слова «голова» в китайском и русском языках присутствуют семы, обозначающие внешнее и качественное сходство с головой – «твёрдая», «круглая» («камень», «череп» в русском языке и «боб» в китайском). 2. Анализ китайских и русских пословиц и поговорок, в составе которых есть понятие «голова», показал сходство в употреблении данного слова в прямом значении – часть тела человека, в переносном значении – ум, мозг. 3. Исследование фразеологизмов двух языков позволяет говорить о структурном сходстве – и в русском, и в китайском языках фразеологизмы соответствуют словосочетанию, и о семантическом – чаще всего «голова» используется в прямом значении – часть тела человека. 4. В китайских и русских песнях мы встретили и прямое и переносное значение слова.

Наиболее интересная часть результатов исследования – различия в использовании и понимании концепта «голова»: 1. Этимология русского слова «голова» имеет возможное значение «скорлупа», то есть «хрупкая, и «голая», то есть «лысая». Китайское слово состоит из двух иероглифов, сочетание которых имеет как прямое, так и переносное значение (монарх, император). 2. Только в китайских пословицах, поговорках и фразеологизмах употребляется прямое значение «часть тела животного» и переносное «начало». В русских пословицах и поговорках

нередко встречается переносное значение «внешность». 3. Большинство русских фразеологизмов, включающих лексему «голова», имеют негативную окраску (80%).

В заключение важно отметить, что концепт «голова» является базовым концептом русского и китайского языков. Голова, как и лицо, это часть тела, важная для идентификации личности. Именно поэтому и в русской, и в китайской бытовой культуре существуют эстетические оценки головы. Голова как верхняя часть тела считается самой заметной частью тела человека, вместилищем ума, видимо, поэтому слово «голова» так часто употребляется в речи. В обоих языках одинаково часто лексема «голова» употребляется в прямом и в переносном значении.

1. Жуков, В.П. Русская фразеология / В.П. Жуков. – М.: Высшая школа, 1986. – 310 с.
2. Новорусско-китайский словарь. – Пекин, 1999. – 1303 с.
3. Самый большой словарь по-китайски. – Пекин, 2010. – 572 с.
4. Ушаков, Д.Н. Большой толковый словарь современного русского языка / Д.Н. Ушаков. – М., 2009. – 1239 с.
5. Философский энциклопедический словарь / ред.-сост. Е.Ф. Губского [и др.]. – М.: ИНФРА-М, 2006. – 574 с.
6. Цыганенко, Г.П. Этимологический словарь русского языка / Г.П. Цыганенко. – Киев., 1989. – 512 с.
7. Шанский, Н.М. Школьный этимологический словарь русского языка. Происхождение слов / Н.М. Шанский, Т.А. Боброва. – 7-е изд., стереотип. – М.: Дрофа, 2004. – 398 с.
8. Энциклопедический словарь. – Пекин: Культурная революция, 2009. – 392 с.
9. Этимологический словарь китайского языка. – Пекин, 1997. – 520 с.

© Ишмурзина, И.А., 2016

Для цитирования: Ишмурзина, И.А. Сравнение русской и китайской языковых картин мира (на примере концепта «голова») / И.А. Ишмурзина // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. – 2016. – №1. – С. 99–103.

For citation: Ishmurzina, I.A. Comparing Russian and Chinese language pictures of the world (for example concept «head») / I.A. Ishmurzina // The Territory Of New Opportunities. The Herald of Vladivostok State University of Economics and Service. – 2016. – № 1. – P. 99–103.

Дата поступления: 10.11.2015.

Н.В. Хисамутдинова

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

От «Пролетрадио» к регулярному вещанию

Статья посвящена начальному этапу развития радиовещания на российском Дальнем Востоке, опередившем большинство регионов СССР в развитии этого средства массовой информации. Приводятся данные о движении радиолюбительства в России, в частности Приморском крае, и первых общественных организациях радиолюбителей, благодаря которым и началась радиофикация Дальнего Востока.

Ключевые слова и словосочетания: Дальний Восток, радиолюбительство, «Пролетрадио», Общество друзей радио, радиотехнические знания, радиовещание в Приморье.

N.V. Khisamutdinova

Vladivostok State University of Economics and Service
Vladivostok. Russia

From Proletradio to the regular broadcasting

The article informs about the early stage of radiobroadcasting in the Russian Far East, which happened to be among the first territories in the Soviet Union in developing the regional broadcasting network. A number of facts have been revealed about the amateur radio movement and the first public organizations of radio amateurs in Russia in general and in Primorie in particular. Their initiative was decisive in the development of radiobroadcasting in the Russian Far East.

Keywords: Russian Far East, radio amateur movement, Proletradio, Radio Friends, radio-technical knowledge, radiobroadcasting development in Primorie.

Одна из мемориальных досок на стене старого каменного здания по ул. Верхнепортовой, 40 во Владивостоке сообщает о том, что в 1926 г. здесь находилась первая на Дальнем Востоке радиовещательная станция. Именно отсюда 90 лет назад впервые раздалась слова «Говорит Владивосток». Созданная руками энтузиастов-радиолюбителей, эта радиостанция со временем превратилась в мощное средство массовой информации, позывные которого слышали не только жители Приморского края, но и моряки, находившиеся за тысячи километров от родных берегов.

Несмотря на то, что изобретение инженера Александра Степановича Попова датируется 1895 годом, вопрос о радиовещании как средстве массовой информации возник в России только в годы советской власти. С ноября 1917 г. по радиоте-

Хисамутдинова Наталья Владимировна – д-р ист. наук, профессор кафедры межкультурных коммуникаций и переводоведения; e-mail: Natalya.khisamutdinova@vvsu.ru.

леграфу, который до сих пор использовался лишь как средство связи, стали передавать декреты правительства, сообщения о важнейших событиях, радиogramмы В.И. Ленина, обращенные к народу и местным органам власти. В марте 1918 г. ряд радиотелеграфных станций были специально выделены под передачу информационных радиogramм, а в Нижнем Новгороде была создана научная радиотехническая лаборатория (руководитель М.А. Бонч-Бруевич), в которой стали проводить опыты по применению радио для широкого вещания. С этого же времени берет начало популяризация радиотехники в СССР. В радиолаборатории стали устраивать лекции популярного характера с демонстрациями: о сущности беспроволочного телеграфа, видах радиостанций, возможностях радиоприема [5. С. 4]. С 1919 г. лаборатория выпускала журнал «Радиотехник», предназначенный для радиолюбителей.

Опыты Нижегородской радиолаборатории оказались успешными и вскоре позволили установить опытные радиовещательные станции в Москве, Казани и ряде других городов. Владивосток в это число не входил: на Дальнем Востоке еще продолжалась Гражданская война и существовала буферная Дальневосточная республика, но интерес к радио и радиолюбительство распространились и здесь благодаря большому числу моряков, как военных, так и из «Доброфлота», которые давно уже использовали изобретение А.С. Попова, а также наличию на местных предприятиях и в вузах высококвалифицированных и образованных специалистов, прибывших на Дальний Восток в годы Гражданской войны в числе беженцев. В частности, хорошо знаком с радиоделом был преподаватель Владивостокского политехнического института инженер-электротехник М.Н. Головщиков, окончивший Тулузский университет (1909) и работавший после этого за границей [11. С. 42].

Впрочем, в радиоделе Россия не отставала от заграницы. В США и Франции радиолюбительство и радиовещание берут начало с 1920 г., в Великобритании – с 1922 г., Германии и Австралии – с 1923 г., в Италии правительство отменило законы, препятствующие радиолюбительству, лишь в 1924 г. [3. С. 13]. В Москве строительство центральной радиотелефонной станции большого радиуса действия (радиостанция имени Коминтерна) началось 17 марта 1920 г., она вступила в строй в 1922 г. Для организации регулярного вещания было создано акционерное общество «Радиопередача», или, официально, «Акционерное общество для широкого вещания по радио».

В феврале 1924 г. владивостокские радиолюбители объединилась – с одобрения местных партийных органов – в добровольное общество «Пролетарское радио». Его председателем избрали Г.В. Гончара, в то время ответственного секретаря газеты «Красное знамя». Главной своей задачей члены «Пролетрадио» ставили пропаганду радиолюбительства среди жителей Приморья и в некоторых районах края создали филиалы своей организации.

«Как только общество было оформлено, – сообщал всероссийский журнал, – правление поставило своей первоочередной задачей вербовку членов путем устройства лекций и докладов в клубах, на собраниях коллективов госучреждений, приняв все меры к вступлению присутствующих в члены общества. К первому апреля общество объединило уже до 15 ячеек “Пролетрадио” с общим количеством

членов до 750 человек. ...В основу своей работы “Пролетрадио” положило вовлечение широких рабоче-крестьянских масс, с целью привить любовь к этой общественной организации, имеющей колоссальное значение в деле насаждения технической культуры среди трудящегося населения» [2. С. 15].

Владивостокские радиолюбители были одними из первых в СССР, кто оформил свое объединение. В Москве первый официально зарегистрированный радиолюбительский кружок появился в конце 1923 г. при Электротехническом институте народной связи имени В.Н. Подбельского (ныне Московский технический университет связи и информатики), а в Ленинграде – в мае 1924 г. С августа 1924 г. началось объединение на всероссийском уровне: местные кружки и общества стали вливаться в Общество радиолюбителей РСФСР, переименованное к концу года в Общество друзей радио. К середине 1925 г. оно объединяло свыше 200 губернских и областных организаций [4]. «Пролетрадио» вошло в него в 1927 г. (председатель – бывший участник партизанского движения в Приморье Павел Климентьевич Волгин).

«Добровольные общества существуют у нас сравнительно недолго, – писала пресса. – Они могли возникнуть только после окончания гражданской войны, когда страна приступила к мирному строительству... Положение радиолюбительства было тяжелое. В начале 1924 г. еще не работала ни одна советская радиотелефонная станция. Когда начала работать станция имени Коминтерна, было еще очень мало приемников и слушателей во всей стране.

Только после издания декрета о разрешении частных приемников (постановление СНК СССР “О частных приемных радиостанциях” – *Н.Х.*), т.е. после 7 сентября 1924 г., радиолюбительство начало расти гигантскими шагами. Не было еще радиолитературы в достаточном количестве. Широкие массы не знали, что такое радио и как овладеть этим новым средством связи. Радиолюбители, с трудом построившие себе приемники, не знали, как продолжать свое самообразование; не знали, в каком направлении работать дальше. Вот почему создание Общества Друзей Радио встретило такой горячий отклик во всем Союзе. Число членов ОДР росло тысячами ежемесячно. Все радиолюбители понимали, что только организованным путем можно добиться успехов в деле развития радио» [1. С. 3].

Для выполнения главной задачи, активной просветительской деятельности среди населения по распространению радиотехнических знаний и содействия в развитии радиолюбительства Общество выпускало два журнала – ежемесячный «Радиолюбитель» (с 1924) и «Радио всем» (с 1925), выходящий два раза в месяц (в 1931–1941 издавался объединенный журнал «Радио-Фронт», с 1946 – «Радио»). С этой же целью научно-техническая секция «Пролетрадио» разработала и начала распространять простейшие схемы радиоприемников, которые можно было изготовить в домашних условиях. Были подготовлены и специальные пособия, организованы постоянные консультации по вопросам конструирования радиоприемающих устройств – сначала во Владивостоке, а затем и в районах.

Последователей оказалось много, особенно среди молодежи. Беседы и лекции по радиотехнике с демонстрацией приема передач, которые члены Общества

проводили в рабочих клубах, собирали полные залы. В результате радиолобительством оказались охвачены более двух тысяч приморцев, объединенных приблизительно в 65 ячеек. В Спасске было образовано 19 ячеек (400 членов), на Сучанском руднике (ныне Партизанск) – четыре ячейки (150 человек), Артемовских копях – одна ячейка (100 человек) [1. С. 4].

Далеко не все из примкнувших к Обществу решались на сборку приемников: не хватало самого необходимого, но вырочала смекалка, и в ход шли всякие подручные материалы и детали. «В утешение товарищей из провинции: предпринятые шаги позволяют надеяться, что в ближайшее время отдельные части появятся в достаточном количестве на рынке. Не надо забывать, что промышленность была неподготовлена к тому росту любительства, который действительно принял стихийные размеры... уже сейчас дан ряд заказов на радиовещательные передатчики для провинциальных городов. Можно уверенно сказать, что через какой-нибудь год наша провинция окажется в этом смысле в лучшем положении, чем, например, провинция Франции, где, несмотря на сравнительно давнее существование любительства, провинция находится в том же положении, что и у нас теперь» [6. С. 2].

У владельцев приемной радиоаппаратуры, главным образом детекторных приемников, по вечерам собирались соседи и друзья, чтобы прикоснуться к чуду: услышать звуки эфира. Если везло, сквозь шум и треск прорывалась музыка, иногда слышна была речь. Хотя разобрать, о чем говорят, было зачастую невозможно, это не мешало всем чувствовать себя счастливыми [9].

«Пролетрадио» ставило перед собой и далеко идущие цели: с первых дней существования Общества его члены стали вести сбор средств на постройку местной радиостанции для радиофикации Приморья. Деньги собирали, организуя платные концерты и вечера, через подписные листы и взносы членов «Пролетрадио». Большую материальную поддержку оказали местные организации и предприятия. По 10 тыс. руб., в частности, выделили Губисполком, Владивостокский торговый порт и Государственная мельница, по 1 тыс. – местные отделения Общества друзей воздушного флота и Общества «Долой неграмотность».

Нужную сумму собрали в том же 1924 г., и в Москву отправили соответствующую заявку, но небольшие в то время отечественные заводы по производству радиоаппаратуры были перегружены государственными заказами, и «Пролетрадио» получило разрешение на приобретение аппаратуры за границей. В Англии за 45 тыс. руб. была заказана радиопередающая станция с двумя комплектами машин фирмы «Маркони» радиусом действия 150 верст. Помещение для радиостанции предоставило Военное ведомство, выделившее «Пролетрадио» две небольшие комнаты в доме на ул. Верхнепортовой. Они не отвечали техническим требованиям, но энтузиасты смогли приспособить их под монтаж станции. Большую помощь в строительстве радиостанции оказали начальник Владивостокской телефонной станции Степан Петрович Коханов, мотористы военной радиотелеграфной станции с Русского острова Пиляй и Глебов, а также радиолобители-студенты технического факультета Государственного дальневосточного университета (ГДУ) Черепнин и Симонов. Они же стали и первыми техническими сотрудниками Владивостокской

радиовещательной станции, когда закончилось строительство. В.Е. Черепнин, осуществивший монтажные работы на станции, в дальнейшем стал работать ее начальником, а Д.Т. Пиляй и А.И. Глебов – радиотехниками.

Из рассказа Д.Т. Пиляя: «Вспоминается 1925 год. На Эгершельде, в маленьком непригодном домике мы монтировали первую в Приморье радиостанцию мощностью ... в полтора киловатта. Трудно нам было, но сознание того, что мы делаем большое и весьма нужное дело, помогло нам успешно справиться с монтажом. 25 декабря 1925 года я вместе с Черепниным и Глебовым провел первую пробную радиопередачу. Вместе с голосом и музыкой в эфир шло много постороннего шума» [10. С. 5].

Радиостанция во Владивостоке стала первой, построенной на средства и силами общественности. 23 декабря 1925 г. она была зарегистрирована седьмой по счету в СССР и первой на советском Дальнем Востоке, а через неделю, 1 января 1926 г., состоялась первая радиопередача. Она началась в 20.00 небольшой речью председателя «Пролетрадио» Гончара по поводу открытия ширококвотельной радиостанции, затем последовала другая речь – об успехах советского строительства и его перспективах. Завершил передачу концерт: оркестр Владивостокской пехотной школы исполнил «Интернационал», рабочий-металлист – соло на балалайке, прозвучало несколько скрипичных произведений. К концу радиопередачи отовсюду, где имелись радиоустановки, стали поступать приветствия по случаю первого концерта. Как отмечала газета «Красное знамя», в сообщении из с. Михайловки Владивостокского уезда крестьяне благодарили советскую власть за установку радио, которое поможет еще крепче связать город с деревней.

Активисты «Пролетрадио» во время передачи проверяли дальность действия станции и качество вещания и в разных частях Владивостока, и за его пределами. Слышимость оказалась вполне удовлетворительной не только в городе, но и в районах. Черепнин даже вел прием в поезде Владивосток – Москва, зафиксировав хорошую слышимость вплоть до Читы. Позднее радиостанция получила извещения из Иркутска и других городов Восточной Сибири и Дальнего Востока об уверенном приеме радиопередач из Владивостока и хорошей слышимости.

«”Товарищи, внимание! Говорит Владивостокская радиостанция”. Так ровно в 8 вечера выкрикнули громкоговорители по всем клубам и красным уголкам Владивостока. Всюду, где только имелись радиоустановки, собрались в этот вечер толпы трудящихся. Первые радио-слова были прослушаны с затаенным дыханием. Еще бы! Разве это не наше советское пролетрадио, построенное на деньги трудящихся Приморья? Первый радиоконцерт-митинг надо признать вполне удачным. Программа была составлена довольно полно и разнообразно. Слышимость прекрасная. В некоторых клубах еще не научились ловить волну, но время быстро устранило этот недочет... Клуб Воровского в 8 с половиной вышел из сферы радиоволн. Ради халтурной постановки “Запорожец за Дунаем”, несмотря на протесты публики, пришедшей послушать первый радиоконцерт, руководители попросили безбилетных удалиться. Такое отношение к нашему советскому радио едва ли можно считать допустимым. Сегодня в 6 часов начнется второй радиоконцерт.

Всем настраиваться на волну 456 метров. Мощная широковещательная станция в Приморье – свершившийся факт» [8]. По сведениям той же газеты, первый радиоконцерт услышали также жители Токио и Харбина.

С января 1926 г. начались регулярные радиопередачи. Первое время они шли три раза в неделю по вечерам и состояли преимущественно из новостей и музыки. Политическая часть вещания включала в себя сообщения ТАСС – их предоставляла редакция «Красного знамени», а также статьи из газет и журналов. Делались и первые попытки трансляции собраний и конференций, а в феврале 1926 г. успешно прошли первые трансляции из Москвы. Творческих работников в штате радиостанции поначалу не было. Вели передачи, читали новости, объявляли концертные номера те, кто радиостанцию обслуживал – инженеры и техники.

Одновременно с радиопередающей станцией «Пролетрадио» закупило в Англии и радиоприемники: шесть мощных для Владивостока с громкоговорителями, рассчитанными на аудиторию в 500 человек, шесть поменьше, для аудиторий численностью 150–200 человек, специально предназначенные для уездных городов, и 20 радиоприемников на 50 человек, которые установили в рабочих клубах Владивостока, Уссурийска, Сучана (ныне г. Партизанск), Артема, Гродеково (ныне пос. Пограничный) и других населенных пунктов края. Один из этих радиоприемников определил судьбу Алексея Степановича Квача, одного из первых технических работников Приморского радио, ставшего затем и одним из основателей Приморского телевидения.

«О радио я прочитал впервые в 1925 году, когда учился в четвертом классе, – вспоминал он. – Слово было неизвестным, и никто ничего объяснить мне не мог, даже учителя. Кое-какие сведения я нашел в “Журнале крестьянской молодежи” в местной избе-читальне Камень-Рыболова. Там же через год я увидел настоящий радиоприемник. Это был массивный дубовый ящик с наклонной передней стенкой, сверху стояли четыре лампы, а рядом – батареи и громкоговоритель с раструбом. Его установили в избе-читальне, укрепив на крыше дома две жерди с блестящей медной проволокой-антенной, рядом закопали цинковый лист для заземления, и в один прекрасный день первые радиослушатели, главным образом мальчишки, затаив дыхание, слушали трески, шорохи, завывания, доносившиеся из приемника. Сквозь них временами более или менее отчетливо звучала какая-то музыка. В следующий вечер нам удалось поймать другую волну, где музыка слышалась лучше, так, что можно было даже разобрать отдельные слова из песен. Но вскоре батареи, на которых работал радиоприемник, иссякли, и радио замолчало.

Оживил радиоприемник начальник почтово-телеграфной конторы и заядлый радиолобитель Троицкий. У него дома я с большим интересом рассматривал приемники, катушки, лампы, громкоговорители, прочитал все выпуски журнала «Радио всем» и вскоре начал активно помогать ему: перемыл и перечистил батареи – они были наливными угольно-цинковыми, научился самостоятельно настраивать приемник. С тех пор я и занялся радиолобительством, не забывая о нем и во время учебы в Уссурийском сельскохозяйственном техникуме, и после его окончания» [10. С. 9].

«Чтобы обслужить громадное пространство, занимаемое Советским Союзом, – писала пресса, – нужны десятки радиовещательных станций, рассеянных по всем крупным нашим городам. Работа в этом направлении уже ведется. В некоторых городах радиовещательные станции уже установлены; в других установка будет закончена осенью и зимой, так что скоро радиовещание охватит весь наш Союз. ... Правда, это стоит недешево, и не скоро наши средства позволят установить нам такую радиотрансляцию в каждом губернском городе и, таким образом, связать с Москвой всю территорию нашего необъятного Союза. Но все же это время настанет, и тогда в любом месте, в самой глухой деревне можно будет слушать живое слово из Москвы, установив лишь простой детекторный приемник; тогда-то осуществится тот завет, который нам остался после Ильича – при помощи радио создать “митинг с многомиллионной аудиторией”» [7. С. 5].

В конце 1927 г. Владивостокская радиовещательная станция вошла в организованное в Москве общество «Радиопередача». Волгин стал его уполномоченным во Владивостоке, а через год был назначен начальником Владивостокского радиоцентра и ответственным редактором. Радиовещание к этому времени перешло в ведение Наркомата почты и телеграфа. При этом были увеличены ассигнования на радиофикацию Приморья и на развитие вещания.

Регулярное финансирование радиостанции позволило значительно расширить ее и улучшить постановку радиовещания в Приморье. Была оборудована радиостудия, появился небольшой редакционный аппарат, в том числе и штатный диктор. Была введена должность художественного руководителя, в обязанности которого входила организация и руководство художественным радиовещанием, которое проводилось в основном силами самодеятельных кружков из рабочих клубов Владивостока. Позднее при студии был создан небольшой оркестр, стали транслировать концерты из театров и клубов, в которых кроме профессиональных артистов часто выступали и сами радиолюбители. Все участвовали в передачах на общественных началах, никаких гонораров за выступления тогда не было предусмотрено. Со временем стали выпускать радиогазету (редактор Г.В. Гончар), в которой помимо программы вещания печатали советы радиолюбителям, схемы радиоприемников, новости о развитии радиовещания и радиофикации Приморья и всего СССР.

К этому времени значительно расширились и возможности радиолюбителей. При Обществе друзей радио была создана секция коротковолновиков, которые собственными силами приступили к строительству во Владивостоке коротковолновой радиостанции. Чтобы направить мысли радиолюбителей на создание новых, более совершенных и удобных в эксплуатации радиоприемников, Общество периодически организовывало в городах и селах Приморья радиовыставки, поощряло премиями наиболее удачные и оригинальные конструкции приемников и радиотехнических деталей. Под руководством инженера Катаева работники радиолaborатории Общества оборудовали первый радиоузел на промышленном предприятии – Дальзаводе. Чтобы популяризировать радио на селе, активисты Общества систематически выезжали в районы вместе с радиопередвижкой, чтобы на месте демонстрировать прием передач из Владивостока.

В первое время передачи велись главным образом по эфиру, поэтому их могла слушать сравнительно небольшая группа людей, имевших приемники. В 1928 г. были проведены первые опыты по использованию для радиопередач телефонных проводов владивостокской городской телефонной станции. Опыты увенчались успехом, но только к концу 1929 г. передачи по проводам получили распространение. Чтобы слушать передачи могло большое число людей, а не только те, кто находится у телефона, работники телефонной станции под руководством А.С. Коханова и радиолaborатория построили усилитель, через который можно было вести трансляцию, а на самых оживленных перекрестках Владивостока установили мощные репродукторы.

«Радиофикация Приморской губернии имеет чрезвычайно важное значение и вот почему: там имеются населенные места, с которыми наш губернский центр в течение нескольких месяцев не имеет никакой связи. Села, расположенные по северному и южному побережьям Японского моря, применив усилители в своих приемных приспособлениях, могут свободно слушать, кроме Владивостокской, и радиовещательные станции Японии, а также городов Харбина и Шанхая и радиовещательную станцию города Хабаровска, которую предположено установить в ближайшее время для связи с Камчаткой, Сахалином, Николаевском-на Амуре и другими наиболее важными районами Дальнего Востока, установив там приемные приспособления» [2. С. 16].

Развитию радиовещания и радиолубительства придавалось большое значение и по другой причине: страна становилась на путь индустриализации и была заинтересована в распространении технических знаний и углублении технической грамотности населения. В 1928 г. было создано Всесоюзное общество «Техника массам» с главной задачей «содействовать путем популяризации, приобщения трудящихся СССР к техническому творчеству в целях развития производственных сил Союза ССР» [12].

Начались работы и по преобразованию акционерного общества «Радиопередача» в государственное учреждение, ведающее радиовещанием на территории всего СССР. В 1928 г. организация и руководство радиовещанием в стране были возложены на Наркомат почт и телеграфов, при котором в сентябре 1931 г. создали Всесоюзный комитет по радиовещанию. С этого начался новый этап развития радио – под полным контролем государства.

-
1. Каплан, М. Общество друзей радио и его работа / М. Каплан // Радио всем. – 1927. – №1.
 2. На Дальнем Востоке // Радио всем. – 1924. – № 1.
 3. Новости // Радиолубитель. – 1924. – № 2.
 4. Н-ов. За радиолубительство // Красное знамя. – 1925. – 26 авг.
 5. Популяризация радиотехники // Радиотехник. – 1919. – № 8.
 6. Радиовещание – в провинцию // Радиолубитель. – 1925. – № 4.
 7. Радио, радиолубительство, радиовещание // Радио всем. – 1925. – № 1.

8. Радист. Говорит Владивосток // Красное знамя. – 1926. – 3 янв.
9. Собрание Н.В. Хисамутдиновой. Из интервью с Б.П. Полевым (С.-Петербург), жителем Владивостока в 1922–1927 гг.
10. Соловьева, Н. Немного о радио и о нас с вами: к 75-летию Приморского радио / Н. Соловьева. – Владивосток: Изд-во Дальневост. ун-та, 2001. – 80 с.
11. Турмов, Г.П. У истоков высшей технической школы на Дальнем Востоке России (1918–1941): материалы к биографиям / Г.П. Турмов, Н.В. Хисамутдинова. – Владивосток: Изд-во ДВГТУ, 2010. – 130 с.
12. Устав Всесоюзного общества «Техника массам» // ГАРФ. Ф. 5576. Оп. 1. Д. 6. Л. 2.

© Хисамутдинова, Н.В., 2016

Для цитирования: Хисамутдинова, Н.В. От «Пролетрадио» к регулярному вещанию / Н.В. Хисамутдинова // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. – 2016. – № 1. – С. 104–112.

For citation: Khisamutdinova, N.V. From Proletradio to the regular broadcasting / N.V. Khisamutdinova // The Territory Of New Opportunities. The Herald of Vladivostok State University of Economics and Service. – 2016. – № 1. – P. 104–112.

Дата поступления: 02.02.2016.

.....

Имидж территорий: технологии и опыт формирования*

.....

УДК 323.2

Д.П. Гавра

Санкт-Петербургский государственный университет
Санкт-Петербург, Россия

Информационная логистика в коммуникациях региона

Статья посвящена коммуникациям территорий – регионов и крупных городов в условиях формирования сетевого цифрового общества. Рассмотрены принципы управления информационными потоками региона. Обосновано понятие социальной информационной логистики территории.

Ключевые слова и словосочетания: регион, мегаполис, имидж региона, сетевое общество, региональные стейкхолдеры, информационная логистика, креативные кластеры.

D.P. Gavra

St. Petersburg State University
St. Petersburg, Russia

Informational logistics in the communications of the region

The article deals with communication of territorial units – regions and megapolises in the transforming network digital society. Basic principles of the regional informational management are discussed. The concept of social informational logistics of the territory is introduced.

Keywords: region, megapolis, regional image, network society, regional stakeholders, informational logistics, creative clusters.

Глобализация и цифровая революция, породившие трансформацию «галактики Маклюэна» и переведшие ее в формат «галактики Кастельса», особым образом перестроили маркетинговые стратегии современных регионов. Особенно заметна социальная динамика коммуникативных пространств крупных и крупнейших городов – мегаполисов. Наиболее развитые регионы, центрированные вокруг мегаполисов, в настоящее время переживают комплекс схожих проблем: скудность населения,

Гавра Дмитрий Петрович – д-р социол. наук, профессор, зав. кафедрой связей с общественностью в бизнесе Высшей школы журналистики и массовых коммуникаций СПбГУ; e-mail: d.gavra@spbsu.ru, gavra@mail.ru.

* Статьи подготовлены в рамках организации и проведения Владивостокским государственным университетом экономики и сервиса научно-практической конференции «Имидж территорий: технологии и опыт формирования» (22-23 марта 2016 года, г. Владивосток).

затруднительность развития необходимой инфраструктуры в рамках существующей исторической городской среды, жесткий транспортный трафик, плохая экология, социальная неоднородность заселения ряда районов, недостаточное качество сити-менеджмента и т.д. При этом глобализация обострила конкуренцию между мегаполисами за ресурсы. Инвестиции, инновации, технологии, «мозги», креативный класс – все то, что превращает просто большой город в глобальный мегаполис, теперь перемещается в более выгодные места, вне зависимости от наличия государственных границ. Именно ресурсное пространство является областью конкуренции современных регионов. Это пространство в общем виде имеет трехмерную композицию, складываясь вокруг инвестиционно-инновационной, туристической и миграционной осей [1–3]. Инвестиционно-инновационное измерение подразумевает повышенную удельную добавленную стоимость, привлекающую инвесторов на территорию. Туристическая ресурсная ось представляет собой суперпозицию трех компонентов: собственно привлекательности региональных локаций для туристов, качества инфраструктуры и территориальной среды и логистической комфортабельности. Под миграционным ресурсом понимаются эффективные мигранты, как трудовые, так и нетрудовые (учащиеся, налоговые резиденты, покупатели жилой недвижимости и т.п.), которые увеличивают прямую и социальную капитализацию мегаполиса. Каждое из измерений обозначенного пространства порождает свои ресурсные потоки, которые имеют ограниченную емкость и перераспределяются в пользу того региона, который формирует у трех основных аудиторий (инвесторов, туристов и эффективных мигрантов) выгодные для себя когнитивные, аффективные и, в итоге, поведенческие компоненты социальной активности.

Детерминация внешних ресурсных потоков для региона в решающей степени обладает информационно-коммуникативной природой. Имидж и репутация территориального субъекта – инвестиционные, туристические, культурные, иммиграционные и др. – притягивают или отталкивают обладателей ресурсов. На их решение в свою очередь влияют коммуникативные посредники – международные организации, экспертное сообщество, СМИ, третий сектор и, наконец, диффузная активная общественность, непрерывно порождающая смыслы в социальной сети.

Дигитализация социальности и опирающееся на технологии социального Web сетевое горизонтально-стохастическое переформатирование прежде вертикально интегрированных структур реализации власти и авторитета ставят принципиально новые задачи перед управлением информационными потоками мегаполиса. Не наступает, как полагают многие, а наступил новый этап территориального маркетинга. Для этого этапа присущи технологии и подходы территориального (регионального) PR 2.0.

Сформулируем основные характеристики цифрового территориального PR нового поколения. Новый цифровой PR территории представляет собой систему коммуникационных мероприятий по продвижению территории (мегаполиса, региона, государства) в глобальной информационной среде (как онлайн, так и оффлайн), опирающуюся на комплексное использование технологий социального Web и позволяющую создать добавленную стоимость территории за счет социальной синергии

всемирной сети. Для мегаполиса это системная деятельность, организованная из единого центра, хотя и предусматривающая широкий круг распределенных субъектов коммуникации. Опирается она на комплексное использование технологий, любых, приносящих эффект, – как принадлежащих этапу Web 1 региональных сайтов, так и новых – Вики-ресурсов, социальных сетей, блогов, видеохостингов, поисковой оптимизации и т.д.

При управлении информационными потоками региона необходимо понимать, что принципиально изменились и объект управления и его субъект. В регионах, прежде всего в их центрах – мегаполисах, ранее, чем где-либо, сформировалась новая коммуникативная среда. Это населенная инфогражданами с правом голоса – просьюмерами (*information producers + consumers at the same time*) среда *user generated content* – интерактивная, мультисубъектная, не управляемая из единого центра, постоянно изменяющаяся, подчиняющаяся закономерностям гражданской сетевой социальной динамики. В этой среде бренды, имиджи и репутации живут по своим особым законам, иным, нежели законы старого *offline* маркетинга. Для них отменено крепостное право зависимости от масс-медиа и генерируемых базисными субъектами – правительствами, губернаторами и т.п. – жестких фреймов и повесток дня. На смену этому праву приходит невидимая рука сетевого интерактивного рынка паблицитных капиталов. Рискнем высказать предположение, что в среде Web 2.0 меняется и природа социального капитала мегаполиса.

Раньше, на предыдущих этапах, это был олигархический капитал, монополично принадлежавший губернатору, мэру, правительству города, управлявшийся через собственность городских властей на медиапостки. С нашей точки зрения, в среде Web 2.0 паблицитный капитал и формирующиеся на его основе бренды и репутации особым образом, употребим этот термин, *акционируются*. Мегаполис, выстраивающий информационную политику в этой среде, вынужден играть по новым правилам. Любой инфогражданин, который обсуждает Лондон или лондонские власти в социальной сети, выступает фолловером Бориса Джонсона или его заместителей в Твиттере, размещает о ней видеоподкасты в YouTube, становится совладельцем его (Лондона) паблицитного капитала, акционером. Такой же информационный акционер городского бренда – иностранный инвестор, который в Facebook жалуется на бюрократизм и волокиту чиновников. Назовем этот процесс вебционированием городского бренда /репутации (от Web + акционирование), а соответствующих инфограждан – вебционерами компании/ репутации, бренда (*webholders = web+shareholders*). То же самое происходит с театрами и музеями, даже самыми великими. Если кто-то разместил в Instagram фото гигантской очереди в гардероб, скажем, Ковент-Гарден, а кто-другой на YouTube – видео нечистых полотенец в туалете музея, будьте уверены, это найдет свою аудиторию, и статусные туристы оставят свои деньги в другой дестинации.

Таким образом, по сути, трансформируется природа социального капитала территории. Равно как и природа управления этим капиталом. Его раньше монополично создавали институты власти, монопольные бренды, герои и лидеры. Теперь это никуда не ушло. Ливерпуль был и останется городом Джона Леннона. А Амстердам –

Рембрандта и Ван-Гога. Но ушла монополия. Просьюмеры, вебционеры, инфограждане – свои и приезжающие – перераспределяют маркетинговую власть в свою пользу. Они снимают видео и размещают его в Facebook, постят отзывы на Booking.com и Trip Advisor, размещают фото, часто репутационно амбивалентные в Instagramm. А другие стейкхолдеры территории все это читают. При этом безжалостным убийцей репутаций становится бездушный поисковый робот – Google search engine.

Новая ситуация ставит на повестку дня новые управленческие задачи, релевантные требованиям сетевого общества. Эти задачи требуют адекватных подходов к управлению коммуникациями мегаполиса, опирающихся на закономерности новой горизонтальной интерактивной сетевой социальной динамики, основанных на принципах диалектики организации-самоорганизации, централизации-децентрализации, сочетания вертикальных и горизонтальных, интегрированных и дифференцированных информационных потоков [4, 5].

Требуется обновления и категориальный аппарат науки, занимающейся проблемами управления коммуникациями крупных социальных субъектов – государств, транснациональных корпораций, регионов, мегаполисов, глобальных брендов. В последние десятилетия приобрела права гражданства категория информационной логистики, заимствованная из менеджмента. Она была введена для обозначения процессов управления распределения потоками ресурсов особого рода – информационных. В настоящее время под информационной логистикой, с одной стороны, понимают совокупность процедур и операций по эффективному распределению информационных потоков между цифровыми и традиционными носителями. С другой – ее трактуют как процесс менеджмента информационных потоков (Information Logistics – managing and controlling information handling processes optimally with respect to time storage, distribution and presentation in such a way that it contributes to company results in concurrence with the costs). В рамках этого менеджерского подхода предметом изучения информационной логистики являются особенности построения и функционирования информационных систем, обеспечивающих функционирование логистических систем. Некоторые авторы предлагают расширительную трактовку этой категории, выводя ее за пределы экономического и логистического распределительного дискурса, переводя при этом в плоскость управления коммуникациями социально-политических субъектов. На наш взгляд, этот расширительный подход не в полной мере обоснованным.

Мы предлагаем уточнить это термин. Полагаем правильным применительно к сложно организованным социальным субъектам ставить вопрос о *социальной информационной логистике* или коммуникативной логистике. Социальная информационная логистика – комплексная деятельность по эффективному распределению информационных потоков между социальными субъектами в целях достижения социально значимых задач, обеспечивающая минимизацию социально-коммуникативных транзакционных издержек. В отличие от классической информационной логистики предметом коммуникативной логистики является социальная информация, а ее цель – построение систем коммуникации, обеспечивающих

не чисто экономическую, а понимаемую в широком смысле социальную эффективность.

Для современных регионов социальная информационная логистика – ключевое направление реализации маркетинговых стратегий в высококонкурентной среде. Назовем основные ее принципы: открытая архитектура, гибкость и адаптивность; общественно-государственное партнерство при разработке и реализации; включение в процессы социальной капитализации неинституциональных стейкхолдеров территории; открытость проектных процедур для общественности, всех заинтересованных сторон и публичность принятия решений; ориентация на использование потенциала креативного класса.

На последнем из названных технологических решений остановимся особо. Как мы уже писали, аксиологическая и прагматическая значимость креативных пространств для региона, живущего в условиях цифрового «быстрого» мира, возрастает как для «исторических» территорий с классическим архитектурным, историческим и художественным наследием, так и для поселений относительно молодых. Не будучи частью традиционного наследия дестинации, они порождают новые художественные смыслы и ревитализируют творческие ценности обычного человека, как правило, скрытые под грузом практик повседневности. Такие пространства превращаются в центры концентрации культурной энергетики региона и при успешном позиционировании могут стать частью его стратегического бренда [7]. С нашей точки зрения, креативные кластеры – это обладающие синергией локализованные в пространстве и связанные общностью принципов деятельности, экономической модели и характера коммуникации комплексы самостоятельных хозяйственных единиц, производящих как креативный, так и символический продукт. Они формируют особое социально-коммуникативное и хозяйственное пространство, способствующее повышению социальной и прямой экономической капитализации территории.

В завершение обратим внимание на необходимость интеграции в программы социальной информационной логистики региона наиболее перспективных на сегодня маркетинговых технологий, в том числе территориального SMM и SEO, краудсорсинга (crowdsourcing), мобильного PR, геймификации (gamefication) и цифрового креативного сторителлинга (digital creative storytelling).

-
1. Houghton J.P. City branding and stakeholder engagement / J.P. Houghton, A. Stevens // *City branding: theory and cases* / ed. K. Dinnie. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2011. – P. 45-53.
 2. Kavaratzis M. From “necessary evil” to necessity: stakeholders’ involvement in place branding / M. Kavaratzis // *Journal of Place Management and Development*. – 2012. – Vol. 5. No. 1. – P. 7–19.
 3. Klijn E.H. The influence of stakeholder involvement on the effectiveness of place branding / E.H. Klijn, J. Eshuis, E. Braun // *Public Management Review*. – 2012. – Vol. 14 (4). – P. 499–519.

4. Middleton, A. City Branding and Inward Investment / A. Middleton // City branding: theory and cases / ed. K. Dinnie. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2011. P. 15–26.
5. Robeson, G. Destination Branding: Find Your Unique Voice, 2013 // URL: <http://www.mediapost.com/publications/article/194202/destination-branding-find-your-unique-voice.html#axzz2iqsusObc>
6. Гавра, Д.П. Цифровой PR для территории: постановка проблемы и базовые понятия / Д.П. Гавра // Капитал страны, 2011 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://kapital-rus.ru/articles/article/cifrovoj_pr_dlya_territorii_postanovka_problemy_i_bazovye_ponyatiya/
7. Гавра, Д.П. Креативные кластеры в брендинге крупного города: сущность, композиция и функционал / Д.П. Гавра // Реклама и PR в России: современное состояние и перспективы развития: материалы XII Всерос. науч-практ. конф. – СПб: СПбГУП. – 2015.

© Гавра, Д.П., 2016

Для цитирования: Гавра, Д.П. Информационная логистика в коммуникациях региона / Д.П. Гавра // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. – 2016. – № 1. – С. 113–118.

For citation: Gavra, D.P. Informational logistics in the communications of the region / D.P. Gavra // The Territory Of New Opportunities. The Herald of Vladivostok State University of Economics and Service. – 2016. – № 1. – P. 113–118.

Дата поступления: 03.03.2016.

М.А. Беляева

Уральский государственный педагогический университет (УрГПУ)
Екатеринбург. Россия

Образ Екатеринбурга: от истории к современности

Рассмотрен имидж Екатеринбурга в исторической ретроспективе на фактическом материале: как «город-завод» превращается в «город-предприниматель»; как новые бренды дополняют или сменяют традиционные; как город использует имеющиеся ресурсы в незримой конкурентной борьбе за право носить неформальные статусы – «столица Урала» и «третья столица России».

Ключевые слова и словосочетания: имидж территорий, городские бренды, региональная идентичность, культура.

M.A. Belyaeva

Ural State Pedagogical University
Ekaterinburg. Russia

Image of Yekaterinburg: from history to the present

The author considers the image of Ekaterinburg in historical retrospect and shows the actual material as «city-plant» turns into a «city-entrepreneur», as new brands supplement or replace traditional, as the city uses available resources in an invisible competition for the right to wear informal status is «the capital of Ural» and «the third capital of Russia».

Keywords: image of territories, urban brands, regional identity, culture.

В последние годы обозначился явный интерес к проблемам конструирования имиджа территорий, сохранению и трансляции исторической памяти, разработки программ формирования региональной идентичности. Изменившаяся государственная политика – от стихийных процессов бренда-образования к управляемым – пока носит больше декларативный характер и в своем деятельном воплощении касается, главным образом, городов федерального значения (Москва, Санкт-Петербург), городов-столиц национальных республик (Казань, Грозный). Но постепенно и другие региональные центры включаются в процесс целенаправленного строительства узнаваемого имиджа, среди них и Екатеринбург.

В ряду российских мегаполисов Екатеринбург (с 1924–1991 гг. – Свердловск) занимает свое почетное четвертое место по численности населения. По состоянию на 1 января 2015 г. численность населения составила 1 461 372 человека [7].

Впервые число жителей превысило миллион в 1967 г. [2], и город оказался в списке первых российских городов-миллионщиков.

В качестве конкурентных преимуществ Екатеринбурга (в народной топонимике – «Ёбург»), как правило, выделяют географическое положение – на границе Европы и Азии (расстояние до Москвы 1667 км, до Владивостока – 7635 км), обеспеченность природными ресурсами, в том числе водными и энергетическими, высокий научный и кадровый потенциал, высокую инновационную и деловую активность. С 2000 г. Указом Президента РФ Екатеринбург наделен статусом центра Уральского федерального округа. В городе расположены 35 территориальных органов федеральной власти, чья юрисдикция распространяется не только на Свердловскую область, но и на другие регионы Урала, Сибири и Поволжья, также штаб объединенного стратегического командования «Центр» и Президиум Уральского отделения Российской академии наук.

На официальном портале Екатеринбурга отмечается, что на протяжении последних лет город демонстрирует высокие темпы роста. Социально-экономические успехи – это результат совместной работы городского сообщества в рамках реализации Стратегического плана развития Екатеринбурга [9]. Наличие такого рода документа, как руководство к действию, подтверждает известную в имидж-маркетинге закономерность, что конкурентные преимущества территории существенно возрастают в процессе целенаправленного формирования имиджа, который должен базироваться, с одной стороны, на пиар-активности, способной ярко и напористо презентовать регион, а с другой – на реальных особенностях и ресурсах. Кратко обозначим исторические особенности развития города, чтобы понять основные направления формирования имиджа в настоящем и ближайшем будущем.

Город основан как город-завод (Верх-Исетский завод) на реке Исеть в 1723 г. и назван в честь императрицы Екатерины I и покровительницы горных ремесел Святой Великомученицы Екатерины. В 1781 г. уже Екатерина II даровала этой территории статус города.

Строительство Екатеринбурга шло согласно генеральному плану, разработанному по лучшим образцам фортификационного искусства Германии, Нидерландов и Франции. Европейский характер города отразился в его названии и планировке. Сам Екатеринбургский завод в первые годы работы превосходил по технологической оснащенности все иные металлургические предприятия не только страны, но и мира.

Изначально Екатеринбург возводился как столица горнозаводского края, раскинувшегося на громадной территории по обе стороны Уральского хребта, в двух частях света – Европе и Азии. Сегодня условная географическая граница Европы и Азии находится в нескольких километрах от города и является оборудованным знаковым местом, посещение которого входит в ритуальные выезды свадебных эскортов. Подобная особенность есть у нескольких городов Урала в силу их расположения, однако именно Екатеринбург стал городом-ключом к бескрайней и богатой Сибири, т.к. во время правления Екатерины II через молодой город проложили главную дорогу Российской Империи, которая к западу от Екатеринбурга называлась Московским трактом, а к востоку – Большим Сибирским. Эти назва-

ния сохраняются и по сей день, а город принял на себя миссию служить «окном в Азию», подобно тому, как Петербург был российским «окном в Европу».

В 1807 г. роль столицы горнозаводского края была подтверждена присвоением ей статуса единственного в России «горного города». Основой славы и процветания Екатеринбурга того времени была продукция «железоделательных заводов». Листовое кровельное железо, появившееся в начале XIX в., покупали Англия, Франция, Испания и их колонии. В торговом мире это железо было известно как «яковлевское» (в 1774 г. Верх-Исетский завод был продан графом Р. Воронцовым С. Яковлеву – петербургскому миллионеру), оно имело клеймо «А.Я. Сибирь» с изображением соболя и высоко ценилось за свои качества: *«по сто лет на крыше стояло и выдерживало до двенадцати сгибов»* [5].

Во второй половине XIX в. Екатеринбург стал центром производства горного и металлургического оборудования. Здесь производились паровые котлы, переносные железные дороги, рудодробилки, шахтовые насосы, паровые подъемники, локомотивы и другие механизмы. 22 августа 1894 г. на Верх-Исетском заводе начала работать первая мартеновская печь. К началу Первой мировой войны завод первым в России перешел к выпуску стали для снарядных установок [5]. Сегодня Верх-Исетский завод – успешно действующее предприятие Екатеринбурга, с почти 300-летней историей. Его старинные производственные корпуса и заводская плотина превратились в знаковые исторические места города («Плотинка»), где проводятся официальные церемонии и массовые праздничные гуляния.

Во XIX в. город пережил золотую лихорадку, что привлекло сюда старателей из разных мест. В 1802 г. А.С. Ярцов, один из специалистов горнозаводского дела на Урале, управляющий всеми рудниками и заводами, утверждал, что в районе Екатеринбурга золото можно встретить повсюду, *«...а самоцветы «плывут гуще моря и длиной в локоть»* [4]. Золото в окрестностях добывают по сей день (г. Березовский), закрытым шахтным способом с большой глубины.

В 1831 г. в регионе были открыты изумрудные копи, которые оказались невероятно богатыми и разрабатываются до сих пор. Кроме того, были открыты месторождения сапфиров, аквамаринов, алмазов и других драгоценных, полудрагоценных и поделочных камней. Работы уральских художников по камню прославились во всем мире. Например, к открытию Всемирной выставки в Париже в 1900 г. екатеринбургские мастера сделали карту Франции из драгоценных камней. Обозреватель выставки пишет об этом следующее: *«В одном из зданий на площади Инвалидов огромная толпа всегда стоит перед картой Франции, исполненной в Екатеринбурге из уральских драгоценных камней. Карта вделана в раму из серой яшмы и имеет вид квадрата в 1 1/2 аршина ширины и длины (примерно 97 сантиметров). Окружающее Францию море представлено пластинками светло-серого мрамора, а отдельные департаменты – яшмами разного цвета. На карте обозначено 105 городов Франции. Париж обозначен большим рубином, Гавр – изумрудом, Руан – сапфиром, Лилль – фенакитом... Прочие города означены аметистами, турмалинами и горным хрусталем. Названия городов начертаны золотом, реки обозначены вкрапленными в яшму платиновыми жилками»* [4].

Таким образом, добыча и обработка драгоценных, полудрагоценных и поделочных камней, а также производство чугуна и стали, горного и металлургического оборудования – это традиционные производственные бренды Екатеринбурга, имевшие всемирную известность.

К началу XX в. город представлял собой крупный промышленный, торговый и финансовый центр. Особую роль в развитии города сыграл бум железнодорожного строительства. Именно в Екатеринбурге сошлись дороги на Пермь и Нижний Тагил (сейчас это второй по численности город в Свердловской области), а дорога на Челябинск обеспечила Екатеринбургу выход на Транссибирскую магистраль. Благодаря этим линиям установились постоянные экономические связи с другими районами страны, и Екатеринбург утвердился в роли «столицы Урала».

В годы социалистической индустриализации этот неформальный статус получил новые подтверждения. В городе начинают работать крупнейшие в мире металлургические и машиностроительные заводы: Уралмаш, Уралтрансмаш, Уралхиммаш, Уралэлектротяжмаш.

Возведение индустриального гиганта, «завода заводов» – Уралмаша (Уральского завода тяжелого машиностроения) началось в 1928 г. на северной окраине города. И вместе с ним выросли новые жилые кварталы, которые с современных позиций оцениваются как уникальный социально-архитектурный эксперимент. Речь идет о строительстве «соцгородка», состоящего из комплекса «жилкомбинатов» – домов-коммун для рабочих, воплощавших в себе концепцию идеального города и построенных *в стиле конструктивизма*, который имеет глубокие корни в русском авангардном искусстве и, по словам С.О. Хан-Магомедова, является важнейшим архитектурным достижением России в целом и Урала в частности [11]. Позднее началось строительство соцгородков в районах предприятий Вторчермет (1929 г.), Эльмаш (1932 г.), Химмаш (1934 г.). В мировой практике редко встречаются примеры возведения городов в столь короткие сроки и по единому плану. В этом историческая уникальность Екатеринбурга. Масштабное строительство соцгородков и конструктивистская застройка центра города демонстрируют имиджевые цели и наличие столичных амбиций города.

Сегодня «столичность» можно проследить в стремлении к высокоэтажной застройке, созданию особой территории – «бизнес-сити-Екатеринбург» – комплекса высотных зданий, которые в будущем (район еще строится) должны стать центром деловой жизни на подобии аналогичных районов Лондона, Москвы и т.д. Амбиции проявляются в проведении таких знаковых мероприятий, как ежегодная международная промышленная выставка «Иннопром», саммиты Россия-ЕС, а также стран участниц ШОС. Если изучить общественное мнение, то больше половины опрошенных горожан (54%, по данным Е.В. Ракевич [8. С. 377]) считают Екатеринбург третьей столицей России, и их не смущает наличие только одной ветки метро (9 станций). Такая «нескромная» региональная идентичность базируется, в том числе, на достижениях прошлого.

В 1923 г. Екатеринбург стал официальной столицей Уральской области, а после ее раздела в 1934 г. получил статус административного центра Свердловской области. Помимо многочисленных промышленных предприятий, многоэтажного

строительства и быстро развивающейся сети общественного транспорта Свердловск на тот момент обладал и культурными достижениями: работал драматический театр, филармония, цирк и даже зоопарк [2]. Волна эвакуации в годы Великой Отечественной войны послужила новым импульсом развития. В Свердловске оперативно разворачивалось производство на эвакуированных предприятиях, появились новые музеи и театры; на окраинах выросли жилые районы для работников эвакуированных предприятий.

В послевоенный период город продолжает занимать ведущее положение в ключевых отраслях государственной экономики: добыча полезных руд, металлообработка, машиностроение. Обилие производств и научных центров, связанных с оборонной промышленностью, делало город «закрытым» для иностранцев. Это ограничение было снято в начале 90-х гг., город вернул себе прежнее имя и стал свободным от ряда административных барьеров. Как оборотная сторона этой свободы, в «лихие 90-е» город имел криминальный образ – «бандитский Екатеринбург», «родина ОПС «Уралмаш», и, несмотря на такую «славу», в некоторых слоях общества присутствует ностальгия по тем временам.

Если «открытый город» в физической реальности – это обеспечение возможности его посещения, знакомства с особенностями жизни, то в символическом смысле – *«...это трансформация все множащихся знаков реальности, запечатленных в сознании жителей и гостей города»* [6. С. 19]. Какие новые «знаки реальности» появились, какие новые бренды формируют имидж города сегодня?

За последние 20 лет Екатеринбург кардинально изменился. Из центра исчез деревянный частный сектор (к сожалению, в том числе и некоторые архитектурные памятники), выросли новые кварталы, предлагающие современное жилье, офисные и торгово-развлекательные комплексы, комфортабельные гостиницы, в том числе мировых брендов (Hyatt и др.).

Среди новостроек центра города выделяется «Бизнес-центр Высоцкий» – 52 этажа, имеющий сертификат «Книги рекордов и достижений России» с включением в Книгу Рекордов Гиннеса в номинации «Самый высокий многофункциональный комплекс в Урало-Сибирском и Центрально-Азиатском регионах» [3]. Ежегодно проводится (5 сентября) забег на небоскреб, хотя идея такого спортивного шоу заимствована, но для города новая. В здании есть панорамный ресторан, имеется одноименный отель, ставший лауреатом ежегодной профессиональной премии за достижения в области роскоши «Luxury Lifestyle Awards 2014» в номинации «Бутик-отель класса люкс». Создан музей Владимира Высоцкого (вход – бесплатный), а рядом, еще до появления высотки, был установлен популярный в народе памятник поэту и его музе – Марине Влади. Этот музейно-выставочный проект сделан в дополнение к масштабному бизнес-проекту для поддержания нового бренда, т.е. был применен типичный инструмент эффективного «нейминга», взятый из теории и воплощенный на практике. Музей Высоцкого имеет в экспозиции подлинные личные вещи поэта, подаренные музею членами семьи. Высотное первенство, ресторан, музей и плюс наличие эффектной смотровой площадки позволили бизнес-центру выделиться и войти в список обязательных для посещения городских достопримечательностей.

У города появился современный и просторный аэропорт «Кольцово», хорошая скоростная дорога к нему, называемая в народной топонимике «Россельбан», в благодарность губернатору (1995–2009 гг.) Э.Э Росселю. В то же время город стал «тесным», столкнулся с проблемой «пробок», парковок, острым дефицитом зеленых зон, низким качеством воды и воздуха, большим количеством иммигрантов, превративших один из жилых районов города – «Сортировку» – в свое гетто. Эти и другие городские проблемы типичны для крупных городов России и требуют креативных решений.

«Правильный», по-немецки выверенный план у Екатеринбурга был не только в начале. В уже упомянутом Стратегическом плане будущее города видится как *«формирование межрегионального инновационно-ориентированного промышленно-финансового центра как основы роста диверсифицированной экономики города»* [9]. Благодаря наличию такого плана и его последовательной реализации в 2011 г. международная консалтинговая компания McKinsey включила Екатеринбург в список городов («City-600»), которым отводится лидирующая роль в мировом развитии. В 2007 г. туда вошло 13 российских городов, но в 2025 г., по мнению аналитиков, там останутся только 5 из них, в том числе Екатеринбург [1. С. 270]. Город помнит и гордится своим индустриальным прошлым, но ищет новые имиджевые ориентиры как крупнейшего логистического центра на пути «Европа–Азия», как города с благоприятным предпринимательским климатом.

Екатеринбург участвовал в конкурсе на проведение «Экспо-20» наряду с Дубаем, но не выиграл. Если знать историю строительства выставочного центра «Екатеринбург-Экспо» и полученный результат, заявленный как базовая площадка для всемирной выставки, то сама идея участия в конкурсе покажется сумасшедшей. Зато город вошел в число городов, принимающих участников футбольного чемпионата мира 2018 г., поэтому возникла потребность в реконструкции Центрального стадиона – памятника архитектуры, одного из уникальных конструктивистских объектов. Первая реконструкция позволила сохранить фасад здания, но не удовлетворила требованиям ФИФА, теперь начата еще одна глобальная реконструкция с непредсказуемыми последствиями и огромными затратами.

Действия власти по формированию имиджа города эмоционально обсуждаются на городских интернет-форумах, самый известный из них – «E1.RU», среднесуточная аудитория которого превышает 400 тыс. пользователей.

Город стремится быть «быстрее, выше, сильнее» («Citius, Altius, Fortius!»), и этот олимпийский девиз затрагивает все сферы. Политика «реконструктивного укрупнения» коснулась и системы образования: были объединены УрГУ (Уральский государственный университет им. А. Горького) и УПИ (Уральский политехнический институт им. Кирова), в результате слияния двух главных городских вузов советского периода возник новый бренд – Уральский федеральный университет (УрФУ) им. Б. Ельцина, Университет активно продвигает свое новое имя и на данный момент входит в топ-10 ежегодного рейтинга вузов России агентства «Эксперт РА».

Первый президент новой России Борис Ельцин – это самый мощный постсоветский бренд Екатеринбурга в категории «персоны». Помимо университета его именем названа улица, маленькая, но центральная, где расположилась вся власть в непосредственном соседстве с бизнесом и культурой. Именно на этой улице находятся здания правительства Свердловской области и Областной думы, строится ультрасовременный высотный деловой квартал, возвышается помпезное здание драмтеатра, возведенное на излете советских времен, и располагается прогулочная зона набережной реки Исеть с прекрасными видами центра города.

В Екатеринбурге установлен памятник Б.Н. Ельцину, на который неоднократно совершались покушения вандалов. Регулярно проводятся спортивные мероприятия, связанные с именем первого президента (например, Международный турнир по волейболу среди женских команд на Кубок Ельцина; детские и взрослые теннисные турниры всероссийского масштаба). В городе активно работает «Фонд им. Б. Ельцина», вкладывающий средства в том числе в образовательные и культурные проекты. И хотя имя Ельцина по-разному откликается в сердцах его земляков, но этот противоречивый бренд, полагаем, надолго прописался в Екатеринбурге, тогда как мирные и гламурные персоны типа «Мисс Россия 2015» – София Никитчук – это бабочки-однодневки.

У города есть и новый кандидат для политического брендинга – Евгений Ройзман – скандальный мэр Екатеринбурга, выбранный электоратом вопреки всяким прогнозам. В отличие от Ельцина, чье влияние на культуру и формирование имиджа города проявляется больше в «постбытии» силами его родственников и сторонников. Ройзман уже прочно вошел в историю города, будучи одним из основателей общественного движения – «Город без наркотиков», деятельность которого имела большой резонанс в СМИ, как отрицательный, так и положительный. В настоящее время Евгений Вадимович проявляет себя не только на социальном поприще в должности Главы Екатеринбурга – Председателя городской думы, но и на культурном, реализуя ряд интересных проектов. Он – писатель и поэт, член Союза писателей, книгоиздатель, коллекционер, почетный член Российской академии художеств. Еще в конце 90-х гг. на базе личной коллекции им был создан частный музей Невьянской иконы (бесплатный для посещения). В этом году мэр передал большую личную коллекцию картин в жанре «наивного искусства» городскому музею изобразительных искусств. Заметное стремление Ройзмана, обладающего габитусом «мачо» и демонстрирующего «пацанские ценности» (когда справедливость выше закона), запомнится народу не только в героическом образе «борца с наркотиками» или в скандальном образе «всенародно избранного мэра», но и в образе мецената, ценителя и творца прекрасного, идущего по стопам братьев Третьяковых и умножающего славу своего города.

Если относительно фигуры мэра можно спорить, бренд это или не бренд, то самый бесспорный и раскрученный из постсоветских брендов имеет историческую основу и связан с пребыванием и гибелью в Екатеринбурге Николая II. В пригороде, в урочище Ганина Яма, на месте первого захоронения останков царя и других членов царской семьи был создан одноименный мемориально-храмовый комплекс. О трагическом событии 1918 г. рассказывают экспозиции в ряде город-

ских музеев, построен православный храм – «Храм-на-крови» (2003 г.) и возведен памятник – скульптурная группа царской семьи (автор – К. В. Грюнберг), расположенные вблизи места гибели, где стоял дом инженера Ипатьева. Дом был снесен в 1977 г. (как раз в эпоху правления Ельцина, когда он был первым секретарем Свердловского обкома КПСС) и разобран «на сувениры»: паркет, ручки от дверей, чугунное литье и даже сохранный кирпич переехали на дачи соответствующих «ответственных работников».

«Храм-на-крови», учитывая его внушительные размеры, удобное месторасположение (в центре, на возвышении), стал главным православным храмом города, а горожане признали в нем визуальный символ, который прочно ассоциируется с Екатеринбургом (47% респондентов, по данным Е.В. Ракевич [8. С. 376]).

На фоне историко-мемориальных и политических брендов Екатеринбурга события, имена, места, относящиеся к культурной жизни города, выглядят не так ярко, хотя здесь в каждой нише искусства и около него есть свои «столпы». Например, в живописи – Виталий Волович и Михаил Брусиловский; в современном искусстве – Уральская биеннале современного искусства [10], в этом году она проводится в третий раз и нацелена на презентацию бренда «Конструктивизм Екатеринбурга»; в любимом народом музыкальном жанре «шансон» Екатеринбург представляет Александр Новиков; в театральном деле – Николай Коляда и одноименный театр; среди театров есть и другие, с сильным советским прошлым и динамичным настоящим – Свердловская муз-комедия и значительно более молодой, почти ровесник новой России – Екатеринбургский театр кукол; среди новых кинорежиссеров с екатеринбургской пропиской – Алексей Федорченко, обласканный призами многих кинофорумов за свои небанальные фильмы. Появились и другие позитивные, неожиданные бренды, отражающие именно культурную жизнь города, но они касаются определенных сообществ и не имеют универсального звучания.

Итак, бренды территорий – это «строительный материал» для создания целостного образа – имиджа места. Возможности административных центров значительно больше по сравнению с иными городами России.

За неполную 300-летнюю историю у Екатеринбурга сложился ряд брендов, связанных с природными ресурсами территории и ее постоянно наращиваемым производственным потенциалом. С производственной жизнью города связано появление архитектурного и одновременно социокультурного феномена «соцгородков». Многочисленные, отдельно стоящие здания и целые архитектурные комплексы в центре города и на его бывших окраинах, выстроенные в стиле «конструктивизм», представляют собой пример нераскрученного и нецененного бренда, сохранение которого находится под угрозой.

Среди новых постсоветских брендов, активно продвигаемых в СМИ, следует назвать: исторический «кровавый бренд», связанный с гибелью царской семьи; политический бренд Ельцина как символа постсоветской России; политический бренд Ройзмана как отражения гражданского самосознания екатеринбуржцев; высотное здание-рекордсмен «Бизнес-центр Высоцкий» как символическое воплощение высокой деловой активности города; наконец, самый крупный вуз города и Урала – УрФУ – гарант сохранения научного и кадрового потенциала региона. Бренды,

демонстрирующие культурный потенциал города, «спрятаны» гораздо глубже и по своей известности не могут сравниться с вышеперечисленными, в том числе потому, что сложившиеся практики территориального брендинга традиционно ориентированы больше на сферы производства, экономики и политики, нежели культуры. В целом, Екатеринбург обладает столичными амбициями, а его образ находится на пути трансформации «города-завода» в «город-предприниматель».

1. Важенина, И.С. Имидж, репутация и бренд территории / И.С. Важенина. – Екатеринбург: Институт экономики УрО РАН, 2013. – 408 с.
2. Город труженик // Информационный портал Екатеринбурга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ekburg.ru/aboutcity/history/gorod-truzhennik/>
3. Достижения и награды // БЦ «Высоцкий» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://visotsky-e.ru/biznes-tsentr/dostizhenie-i-nagrady.html>
4. Золотая лихорадка // Информационный портал Екатеринбурга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ekburg.ru/aboutcity/history/zolotaya-lihoradka/>
5. История Верх-Исетского района // УДОМА66.РУ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.udoma66.ru/content/news/?ELEMENT_ID=11283
6. Мурзина, И.Я. Открытый город как культурно-образовательное пространство / И.Я. Мурзин // Реалии новой культуры открытого города: материалы всерос. конф. – Екатеринбург: Екатеринбургская академия современного искусства, 2014. – 192 с.
7. О городе. Население // Информационный портал Екатеринбурга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ekburg.ru/aboutcity/population/>
8. Ракевич, Е.В. Имидж Екатеринбурга: структура и потенциал / Е.В. Радкевич // Современный город: социальность, культуры, жизнь людей: матер. междунар. конф.: в 2 т. – Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2014. Т. 1. – С. 375–378.
9. Стратегический план развития Екатеринбурга // Информационный портал Екатеринбурга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://екатеринбург.рф/officially/strategy_plan/
10. Уральская биеннале современного искусства [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://uralbiennale.ru/>
11. Хан-Магомедов, С.О. Архитектура советского авангарда [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.alyoshin.ru/Files/publika/khan_archi/khan_archi_1_000.html

© Беляева, М.А., 2016

Для цитирования: Беляева, М.А. Образ Екатеринбурга: от истории к современности / М.А. Беляева // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. – 2016. – № 1. – С. 119–127.

For citation: Belyaeva, M.A. Image of Yekaterinburg: from history to the present / M.A. Belyaeva // The Territory Of New Opportunities. The Herald of Vladivostok State University of Economics and Service. – 2016. – № 1. – P. 119–127.

Дата поступления: 01.02.2016.

С.Б. Будаева

Восточно-Сибирский государственный институт культуры
Улан-Удэ. Россия

О роли рекреационных местностей в формировании положительного имиджа Республики Бурятия (на примере рекреационной местности «Озеро Щучье»)

Одним из популярных мест отдыха жителей и гостей Республики Бурятия является рекреационная местность «Озеро Щучье». Озеро обладает уникальными природными ресурсами, расположено недалеко от столицы республики. Качество предоставляемых туристских услуг высокое. Все это способствует формированию положительного имиджа Республики Бурятия.

Ключевые слова и словосочетания: озеро Щучье, рекреационная местность, отдых.

S.B. Budaeva

The East Siberian State Institute of Culture
Ulan-Ude. Russia

About the role recreational districts in the formation of a positive image of the Republic of Buryatia (for example, the recreational district «Lake Shchuchye»)

One of the popular places of recreation for residents and visitors of the Republic of Buryatia is a recreational district «Lake Shchuchye». The lake has unique natural resources, located not far from the capital of Buryatia. The quality of tourism services is high. All this contributes to a positive image of the Republic of Buryatia.

Keywords: lake Shchuchye, recreational district, rest.

Туристский имидж региона складывается из совокупности символически выраженных эмоциональных и рациональных представлений о своеобразии и специфике территории, сформированных в сознании реальных и потенциальных туристов. В сложившихся современных политических и экономических условиях и позиции России на мировом туристском рынке большое значение имеет развитие внутреннего туризма. Все больше и больше жителей России начинают путешествовать по родной стране, происходит увеличение внутреннего туристского потока. Формирование позитивного туристского имиджа на основании природных

Будаева Светлана Батоевна – канд. фарм. наук, доцент, заведующая кафедрой сервиса, туризма и рекреации;
e-mail: sbbudaeva@mail.ru.

и культурных богатств может стать одним из важных источников дохода того или иного региона [9].

Республика Бурятия является привлекательным туристским регионом и обладает богатым природным и культурным наследием. В республике обнаружены 255 месторождений минеральных источников и лечебных грязей, развита сеть особо охраняемых природных территорий, участки для отдыха с пляжами занимают около 60% побережья оз. Байкал, объекта мирового наследия. В Бурятии насчитываются 266 памятников и природных достопримечательностей. Культурное наследие выражено в 1858 памятниках истории и культуры, фольклоре, быте местного населения. В республике работают 24 музея, 6 театров, 20 религиозных центров, а также центр тибетской медицины. Такие горные системы, как Восточные Саяны, Хамар-Дабан, Байкальский и Баргузинский хребты, пригодны для развития горного туризма, альпинизма, горнолыжного спорта.

На территориях, обладающих для организации туризма и отдыха природными ресурсами, организуются рекреационные зоны. Одним из доступных мест отдыха для гостей и жителей Бурятии является озеро Щучье. Этот пресный водоём на юго-западе Республики Бурятия находится в Селенгинском районе. Население данного района, по данным переписи 2010 г., составляет 43 788 человек, административным центром считается г. Гусиноозерск численностью 23 436 чел. [1].

Озеро расположено у подножия Солдатского хребта, отрога Хамар-Дабана, горной страны на юге Восточной Сибири в южном Прибайкалье, находится в 88 км от города Улан-Удэ, столицы Республики Бурятия, в 12 км от города Гусиноозерск и в 15 км от Гусиноозера, второго по площади озера после озера Байкал на территории Республики Бурятия. Численность населения города Улан-Удэ – 421 453 чел. [1].

Озеро входит в группу Гусиноозерско-Убукунских озер, группы озер на территории Селенгинского района к юго-востоку от отрогов хребта Хамар-Дабан. Наиболее крупными озерами являются Щучье, Солёное, Камышиное, Круглое и Черное. Все озера, кроме озера Солёное, имеют выход в реку Убукун. Щучье озеро имеет округло-овальную, слабо вытянутую с севера на юг форму. Наибольшая глубина озера – 23 м, его площадь – 4,43 кв. км, длина – 2,5 км, ширина – 2,3 км [3, 11]. По результатам анализов воды состав воды озера Байкал и озера Щучье почти идентичны. Недалеко от озера находится источник природной минеральной воды «Агсурга». Вода в источнике богата различными минеральными соединениями, используемыми при лечении опорно-двигательного аппарата, кожи и глазных болезнях [5].

Озеро Щучье является привлекательной территорией для развития рекреации и туризма. Наибольшее туристское развитие получила восточная береговая линия, где расположены пляжная зона и многочисленные турбазы. Туристы и местные жители, выбирая отдых на природе, могут наслаждаться красотой окружающей природы, отдохнуть от повседневной суеты, купаться, загорать как в кругу семьи, так и в компании друзей.

С каждым годом озеро привлекает все больше и больше внимания туристов и жителей республики. Около 80% отдыхающих – это гости из Улан-Удэ. Только за один летний период 2014 года озеро посетило свыше 30 тысяч туристов [11].

В 2006 г. создана рекреационная местность (местного значения) «Озеро Щучье». Территория площадью 1516,6 га включает акваторию озера и побережье на расстоянии от 200 до 1000 метров [8]. В пределах рекреационной зоны местного значения оборудованы участки для проката инвентаря, объекты общественного питания. Сформированы две автостоянки, имеются готовые участки под инвестиционные проекты. Развивается и другая необходимая инфраструктура: ведется строительство гостиничного комплекса, построена линия электропередач, поставлены уборные и комнаты переодевания [2].

Для обустройства территории и охраны окружающей среды организован платный въезд в зону отдыха. В 2014 г. плата составляла 25 рублей с человека, 60 рублей с машины. Бесплатный въезд предоставлялся детям (до 16 лет) и пенсионерам [2].

Нами было проведено анкетирование отдыхающих на озере Щучьем для выявления туристской привлекательности данной рекреационной местности. В анкетировании приняли участие 200 человек. Из них 48% мужчин и 52% женщин. Средний возраст отдыхающих – 35 лет; образование – среднее специальное (41,5%) и высшее (37%).

Наибольший процент из числа опрошенных людей (43,5%) отдыхают на Щучьем озере от 2 до 5 раз в летний период, 40,5% – один раз; остальные устраивают себе отдых на данной территории больше 5-ти раз за лето. Отметим, что почти все участники анкетирования целенаправленно выбирают отдых на Щучьем озере, так как процент людей, посетивших его в первый раз, невелик (11%). Наибольший наплыв отдыхающих приходится на выходные дни недели.

На побережье озера расположено множество турбаз и домов отдыха, следовательно, отдыхающим не требуется прилагать усилий для организации своего размещения. Наибольшее число опрошенных людей так и поступает, выбирая комнаты на турбазах вместо палаток и автомобилей. Размещение на турбазах требует небольших финансовых затрат. Например, проживание в летнем коттедже одному человеку обойдется 280 рублей за сутки [6]. Помимо этого многие отмечают благоустройство и комфортность комнат. Для кого-то важным фактором стало отсутствие в помещениях насекомых.

Но все-таки многие связывают отдых на природе с соответствующим размещением. 30,5% опрошенных отдают предпочтение палаткам. По словам самих отдыхающих, уединение с природой, свежий воздух, отдых от домашней обстановки и, конечно, отсутствие дополнительных расходов – все, что обуславливает выбор именно этого средства размещения. Но любители палаток жалуются на отсутствие специальных площадок. Те, кто выбирают безопасность, сохранность личного имущества и небольшие затраты, предпочитают располагаться в автомобиле. Огромное преимущество автомобиля как средства размещения – возможность находиться вблизи озера. У 5,5% отдохнувших вопросов о размещении не возникает, так как они являются обладателями собственного жилья на территории озера. И лишь один человек предпочитает размещаться на водных средствах, объясняя это финансовой возможностью.

У 44,5% рекреантов на отдых уходит 2-3 тысяч рублей в сутки, около 1 тысячи рублей тратят 30,5% отдыхающих; более 5 тысяч рублей – у 17% и около 500 рублей – у 8%.

По результатам анкетирования многие предпочитают отдыхать в компании друзей (51%) или в кругу семьи (46,5%); реже встречаются те, кто отдыхает со своими коллегами и предпочитают отдых в одиночестве.

Естественно, пляжный отдых предполагает купание и загорание, но нам было интересно, чем еще любят заниматься отдыхающие. Самый популярный ответ – катание на водных средствах (42,5%); многие преследуют гастрономические интересы (28,5%). Любование природой – еще одно приятное занятие (20,5%). Западное и юго-западное побережья оз. Щучье покрыты лесостепным разнотравьем и редким березняком. На северной стороне озера растет сосновый лес. На берегу растут сфагнум, тростник, осока вздутая. В прибрежных водах – горец земноводный и рдест, а в самой воде – уруть и рдесты. К тому же озеро Щучье находится в Республике Бурятия, в регионе, в котором 342 дня – солнечные. При этом люди не просто любят красоту пейзажа, но и занимаются его фотосъемкой (16,5%). Некоторые предпочитают уединение: кто-то читает, кто-то спит. Те, кто считает такой отдых семейным, занимаются с детьми. Как ни странно, но только одному человеку из двухсот нравится играть в спортивные игры. Возможно, это связано с отсутствием оборудованных спортивных площадок, о чем также говорили отдыхающие. 33,5% опрошенных считают, что оборудование таких площадок будет одной из мер по благоустройству территории. Спортивные игры были отмечены и как необходимая услуга, которую следует предлагать туристам.

Продолжая обсуждать вопрос о благоустройстве прибрежной территории, 33% анкетированных указали на отсутствие оборудованных мест (козрище, стол, навес). Большое число опрошенных отметили необходимость оказания услуг для детей (досуг, развлечения), а также проведения экскурсий. Помимо этого многие считают, что необходима организация развлечений, аттракционов, проката надувных средств. Также отдыхающими было предложено строительство бань. Многие заявили о важности установки биотуалетов и оборудованных мест для мусора, тем самым появится возможность улучшить неблагоприятную экологическую обстановку.

Отдельно отметим организацию патрулирования. Действительно, обеспечить безопасность отдыхающих не только на воде, но и на суше для сотрудников полиции не всегда возможно. А для организации быстрого реагирования не хватает людей и транспорта. Но местные предприниматели предложили патрулировать пляж на озере Щучьем конной полицией. Отдыхающие хотят, чтобы наряды полиции были более мобильными. Передвижение полицейских на автотранспорте нежелательно, так как это будет раздражать отдыхающих, создавать определенные неудобства, увеличивать рекреационную нагрузку на местность. Следовательно, хорошей альтернативой автотранспорту будет конное передвижение. Уже сейчас за побережьем прочно закрепилась слава организованного и безопасного места отдыха [4].

Большое скопление людей и некультурное поведение отдыхающих служит отталкивающим фактором. Некоторые из опрошенных считают, что на территории озера отсутствуют необходимые комфортабельные условия, а те услуги, которые предоставляются, имеют высокую стоимость и иногда бывают некачественными. Ко всему добавляются и транспортные проблемы.

При завершении анкетирования отдыхающим был задан вопрос: «Довольны ли вы своим отдыхом?» К сожалению, 12% ответили – нет, что объясняется всеми вышеизложенными причинами. Несмотря на это, с каждым годом качество отдыха на озере Щучьем повышается, что является результатом совместной планомерной работы местной власти, полиции и организаторов отдыха, учитывающих мнения и пожелания туристов.

Таким образом, рекреационная местность оз. Щучье, обладающая уникальными природными ресурсами, качеством предоставляемых туристско-рекреационных услуг, является востребованной территорией для рекреации гостей и жителей Республики Бурятия. Нами установлено, что большинство отдыхающих посещают озеро Щучье от 2 до 5 раз в летний период, в качестве средства размещения выбирают комнаты на туристских базах. На отдых у рекреантов уходит в среднем 2–3 тысячи рублей в сутки. Отдыхают жители и гости Бурятии на озере как в компании друзей, так и в кругу семьи. Кроме купания и загораения любимым занятием отдыхающих является катание на водных средствах. Такая привлекательная территория с большим туристским потоком способствует формированию положительного имиджа Республики Бурятия.

-
1. Бурятстат. «Население Республики Бурятия» // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://90.188.52.103:8080/SITE/BUR1181/2012> (дата обращения 12.02.2014).
 2. Воронов, А. В Бурятии на Щучьем озере открылся официальный пляж [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://arigus-tv.ru/news/item/51751/> (дата обращения 20.01.2015).
 3. Достопримечательности Байкала. Щучье озеро // Фонд содействия озера Байкал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://baikalfund.ru> (дата обращения 14.01.2015).
 4. Конные патрули появятся на щучьем озере [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://baikal-atv.ru/news> (дата обращения 21.01.2015).
 5. Мункоев, Ю.В. Курорты Бурятии. Минеральные целебные источники и здравницы Бурятии / Ю.В. Мункоев, П.Л. Натаев. – Улан-Удэ: Бурят. кн. изд-во, 1978. – 120 с.
 6. Отдых на озере Щучьем // Администрация г. Гусиноозерск [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://o-leg.ru/baikaltour/> (дата обращения 01.02.2015).
 7. Озеро Щучье (Бурятия) // Путеводитель по России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://akuaku.ru/dostoprimechatelnosti/ozero-shchuche-buriatiia> (дата обращения 01.02.2015).
 8. Рекреационная местность местного значения «Озеро Щучье» // Бюджетное учреждение природопользования и охрана окружающей среды Республики Бурятия

- [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.baikal-burpriroda.ru/> (дата обращения 20.01.2015).
9. Таранова, Ю.В. Туристический имидж страны // Имидж государства/региона: современные подходы: новые идеи в теории и практике коммуникации: сб. науч. трудов. Вып. 3 / отв. ред. Д.П. Гавра. – СПб.: Роза мира, 2009. – 264 с.
 10. Туристическая инфраструктура на озере Щучьем развивается в правильном русле // Органы государственной власти Республики Бурятия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://egov> (дата обращения 14.01.2015).
 11. Черных, В.М. «Гусиноозёрск: хроника событий» / В.М. Черных [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/> (дата обращения 14.01.2015).

© Будаева, С.Б., 2016

Для цитирования: Будаева, С.Б. О роли рекреационных местностей в формировании положительного имиджа Республики Бурятия (на примере рекреационной местности «Озеро Щучье») / С.Б. Будаева // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. – 2016. – № 1. – С. 128–133.

For citation: Budaeva, S.B. About the role recreational districts in the formation of a positive image of the Republic of Buryatia (for example, the recreational district «Lake Shchuchye») / S.B. Budaeva // The Territory Of New Opportunities. The Herald of Vladivostok State University of Economics and Service. – 2016. – № 1. – P. 128–133.

Дата поступления: 24.02.2016.

А.Б. Бушев¹
О.В. Петрова ²

Тверской государственный университет
Тверь, Россия

Территориальный бренд и его особенности на примере Японии

Статья представляет собой теоретическую часть полевого исследования, проведенного в 2015 году одним из авторов. Идея территориального бренда Японии и его перцепции в японском и зарубежном социуме увязаны с динамикой создания бренда страны. Показаны составляющие японского территориального бренда, сделаны выводы о культурологическом и экономическом характере бренда Японии.

Ключевые слова и словосочетания: Япония, территориальный бренд, культурология.

A.B. Bushev
O.V. Petrova

Tver State University
Tver, Russia

Regional branding and its characteristics: Japan

The paper presents the theoretical approach to the fields studies conducted in 2015 by one of the authors. The idea of Japanese state brand and its perception in native and foreign audiences is connected with dynamic character of the components of the state brand. The paper sheds light upon the components of the brand under study and sumps up cultural and economic effects of the state brand.

Keywords: Japan, state brand, cultural studies.

Объектом данного исследования являются межкультурные связи России и Японии, а предметом – представления об имидже Японии, отношение к нему и территориальный брендинг Японии. Актуальность настоящего исследования обусловлена необходимостью разработки научно обоснованного подхода к исследованию имиджа страны с позиций культурологии, которая является интегративной дисциплиной, отличающейся целостностью и комплексным отношением к изучению всех явлений культуры с учетом современных достижений различных отраслей знаний, а также частично с позиции маркетингового подхода с целью

¹ Бушев Александр Борисович – д-р филол. наук, профессор кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью; alex.bouchev@list.ru.

² Петрова Олеся Владимировна – выпускница бакалавриата по направлению «Международные отношения».

понять брендинг как инструмент преобразования государственной экономики, внешнего и внутреннего рынка страны.

Сейчас перед каждым отдельно взятым государством стоит острая проблема, которая проявляется в необходимости создания абсолютно нового уровня отношений, а именно: долгосрочного партнерства на взаимовыгодной основе, относящегося ко всем участникам современного международного рынка. Смысл самого по себе брендинга как современной концепции кроется в создании таких технологий, чья суть будет динамичной по своей природе, позволяющей организации или государству стать востребованными для потребителей и всего современного рынка в целом, а также для отдельных рынков в частности. Нами рассмотрен брендинг страны на примере Японии, так как эта страна в силу своего геополитического положения и особенностей исторического развития, а также культурно-исторических и природно-географических условий и объектов делает возможным успешное развитие и формирование бренда страны. При успешном создании бренда экономическое, социальное и культурное развитие страны выходит на более высокий уровень, способствует притоку инвестиций, что для многих стран может являться единственным источником существования (например, в Казахстане привлечение туристов способствует улучшению продаж собственной продукции). Для этого необходимо прибегнуть к наиболее передовым технологиям и вовлечению местных сообществ, обеспечивая тем самым высокий уровень занятости и доходов в стране, сохраняя при этом общность, национальные традиции и культуру страны.

Государство Япония является уникальным по набору конгломерата ценностей, специфических особенностей географического положения, характеристик внутригосударственной экономической системы, национальных интересов, политических, а также социальных интересов, этнических и культурных особенностей, традиций, нравов и обычаев, которые эволюционируют в унисон с постоянно развивающимся обществом.

Источником особой идентичности бренда выступает набор идей, ценностей, характерных особенностей культуры, выражений и образов, в совокупности создающих в сознании потребителей или представителей целевой аудитории определенные ассоциации с государством – брендом. Это комплекс визуальных, вербальных и других признаков, по которым люди могут судить о стране и идентифицировать ее (географическое расположение, то есть место на карте, название страны, герб, флаг и т.д.).

Индивидуальность страны включает в себя и характеристику совокупности особенностей и ресурсов страны, например, таких, как природные, демографические, экономические, социальные, культурные, исторические, организационно-правовые и информационные особенности и ресурсы.

Концепция создания бренда состоит из нескольких шагов:

- поиск таких ценностей, идей, объектов или атрибутов, которые влекут к непреодолимой ассоциации с брендом;
- определение того, насколько бренд идентичен видимому существенному предложению для его потребителей в форме каких-либо услуг, изготавливаемых товаров, достопримечательностей и т.д.;

– проецирование и осуществление идентичности соответствующим путем.

В сфере территориальной имиджологии нужно обратить внимание на работы Э.А. Галумова [1. С. 159–170], в которых рассмотрена комплексная концепция определения и продвижения имиджа страны на примере России. Именно его исследования способствовали интересу к сфере территориального имиджмейкинга. Он рассматривал имидж страны как базу, определяющую, какую репутацию приобретает страна в умах общественности в результате тех или иных действий ее субъектов, которые взаимодействуют с внешним миром.

Согласно концепции, описываемой в работах Э.А. Галумова, существует три группы факторов формирования образа или имиджа (приравненные понятия в работах данного автора) [2. С. 200–202]:

1. Условно-статичные факторы:

- природный потенциал;
- национальное и культурное наследие;
- нерегулируемые геополитические факторы;
- исторические факторы, имеющие значительное влияние на развитие страны;
- форма государственного устройства и структура управления.

2. Корректируемые условно-динамичные социологические факторы:

- социально-психологическое состояние общества;
- характер и принципы деятельности общественных объединений, формы общественно-политической интеграции;
- морально-нравственные аспекты развития общества.

3. Корректируемые условно-динамичные институциональные факторы:

- устойчивость экономики;
- правовое пространство;
- функции, полномочия и механизмы государственного регулирования различных сфер общественной жизни;
- эффективность властной конструкции.

В интерпретации национальной идентичности Японии на первом этапе произошло формирование двух теорий. Одна из них – «Нихонджин Рон» говорит о превосходстве японской нации, уникального и утонченного народа, спяянного не только этническим родством, но и моралью, мировоззрением, интересами и отношением к другим народам. Вторая теория – «Нихон Бунка Рон» повествует о недостижимом уровне японской культуры [5]. Эти теории служили указаниями по поведению в настоящем, так как были призваны формировать у граждан определенное идеализированное представление о прошлом страны. У японской нации есть такая уникальная черта, как склонность к самопознанию, пик которого пришелся на 1960-е гг.

«**Кодо**» (императорский путь) или «**Тэнно**» (тэнноизм, т.е. император) – государственная идеология Японии. Стратегические цели японского государства, которые были сформулированы в меморандуме, врученном 25 июля 1927 г. премьер-министром Танакой императору Хирохито. Данный документ в основном имел идеологический характер, т.к. базировался на идеях «хакко ити у» и «кодо».

Понятие «хакко ити у», дословно означающее «восемь углов под одной крышей», было заимствовано из японской древней императорской хроники «Нихон сёки» («Анналы Японии») 720 г. В своем первоначальном значении понятие «хакко ити у» означало всеобщий принцип гуманности, который, как полагалось, вскоре распространится на весь мир. А в период Токугава (период Эдо 1603–1868 гг.) это изречение стало толковаться как идея верховенства Японии над миром [9. С. 192]. Осуществить принцип «хакко ити у» надлежало путем обеспечения «единства императорского пути» – «кодо». Однако для японских военных преступников понятия «хакко ити у» и «кодо» в конце концов стали символами мирового господства, осуществляемого при помощи военной силы [9. С. 193].

Принцип «**Кокутай**» (сущность государства) – ядро государственной идеологии Японии. Принцип «Кокутай» – это «государственное тело», уникальная сущность японской государственности, которая основывается на центральной роли всеблагого императора-тэнно, к которому беспредельно лояльны его подданные [6]. В структуре «Кокутай» выделяются следующие основные мифологические составляющие: миф о божественном происхождении японского государства – от главной богини солнца Аматэрасу, миф о священных добродетелях императора и уникальных моральных качествах японского народа, на основе которых сложилась конфуцианская концепция гармоничного государства, из которой следовало особое отношение японцев к долгу, миф о «Хакко Ити у» – великой цивилизационной миссии по спасению Азии и оформлению азиатских народов. Особую роль в развитии этой концепции сыграли представители киотской школы, в частности Нисида Китаро, автора книги «Философия мировой истории».

Япония имеет уникальную государственную сущность, не похожую, пожалуй, ни на одну другую. Оставаясь закрытым государством вплоть до середины XIX в. Япония сумела не потерять свой особый неповторимый характер, сохранить свой «островной» менталитет. Оказавшись в Японии, вы не раз услышите: «Мы, японцы, сделали это... Мы, японцы, любим то...». Японец считает себя в первую очередь представителем своей нации и лишь потом – уникальной личностью. Но это вовсе не означает, что японцы подавляют свою индивидуальность, однако они признают, что их личные желания должны подчиняться интересам группы – будь то семья, компания, где они работают, или общество в целом. Подчинение долгу своих желаний – главная тема японской литературы и основной принцип жизни японского общества. Япония, на первый взгляд, может показаться в чем-то старомодным и даже несколько странным для нас государством, однако, если постараться вникнуть в особую природу и поведение японца, можно понять эту нацию, как и свою родную, и в чем-то даже перенять их модель поведения в свою повседневную жизнь.

1960 год ознаменовался модернизацией и формированием внутреннего имиджа Японии по двум линиям: к традициям и преемственности лучших национальных качеств добавилась еще и «экономическая Япония». Достижения экономики этого периода связывались с достоинствами народа и отвагой нации. В это время возрождаются старые праздники, например День основания государства. Появляются

новые, например, День почитания старших и т.д. Ведется активное продолжение использования ритуалов. Широко празднуется столетие реставрации Мэйдзи и пятидесятилетие правления императора Хирохито. Идея «Хакко итиу», о которой нами уже было сказано ранее, предполагала совершенно определенное отношение Японии к событиям Второй мировой войны. С 1963 г. ведется возобновление номинальных служб по погибшим в войнах и восстанавливается статус храма Ясукуни – традиционного места поклонения душам героев, павших на войне. А в 1978 г. в список лиц, которым был посвящен храм, внесли имена военных, которые были осуждены Международным трибуналом.

С начала 1980 г. начинается конструирование японским правительством целостной идеологической платформы национального единства: основание Международного центра по изучению японской культуры, окончательная оценка результатов Второй мировой войны, которую можно кратко охарактеризовать как снятие вины. Вот слова премьер-министра Ясукуни: «Сознание народа должно измениться от стремления к удовлетворению желаний к экономности, к жизни с заботой о будущем страны, с заботой о потомках» [3. С. 64].

Далее начался второй этап, последовавший сразу за взлетом японской экономики, происходит переориентация на внешнюю аудиторию. Основные задачи – исправление стереотипа о Японии как об экономически отсталом государстве и активная популяризация японской культуры за рубежом. Популяризация в литературе и СМИ, которые рассказывали о принципах дзэн, бусидо, особенностях проведения чайной церемонии, искусстве выращивания икебаны, театре Кабуки. Большая роль отводилась популяризации боевых искусств: каратэ, дзюдо, сумо, кэндо.

«Нельзя сказать, что до 1970 г. Япония совершенно не занималась внешней культурной политикой. С 1934 г. существовало Международное общество распространения культуры – «Кокусай бунка синкокай». Оно было создано при исключении Японии из Лиги наций, чтобы каким-то образом смягчить последствия этого события и для расширения культурного обмена с другими странами. Деятельность этого общества продолжалась и до войны, во время войны и после войны, но она не была достаточно заметной и масштабной» [8]. Важным событием, которое актуализировало проблемы формирования международного имиджа Японии, стала Токийская олимпиада 1964 г., на которой Япония продемонстрировала миру вновь отстроенный в футуристическом стиле город со скоростными магистралями и «поездами-пулями». Промышленный подъем, охвативший в то время страну, появление первых торговых марок международного уровня Toyota и Panasonic, ставших символами качества и уровня жизни, необходимо было уравновесить набором общечеловеческих ценностей, не позволяющих сделать из японца образ робота.

Именно для этих целей японское правительство стало больше внимания уделять формированию образа примерного гражданина, связывая его с сохранением культурных ценностей, в числе которых были также и традиционные единоборства. В тот период прошла волна туров по Америке и Европе японских мастеров, появилась школа каратэ «Кёкусинкай», начинается массовое продвижение «Будо», прежде всего каратэ.

В 1972 г. был основан Японский фонд, призванный расширять международное сотрудничество в культурной области, а также для интеллектуальных обменов в целях формирования положительного представления о стране за рубежом, в основном в Америке и Юго-Восточной Азии.

«Другим странам представляли, прежде всего, то, что на западе ассоциируется с японской экзотикой – самурайские фильмы, спектакли средневековых театров Но и Кабуки, выставки старинной японской живописи и графики, рекламные ролики о красоте японской природы и древней архитектуре, традиционное искусство аранжировки цветов икебана, показательные выступления борцов сумо и представителей других боевых искусств и т. д. Японский фонд получил возможность осуществлять специальные программы в области пропаганды национальных видов спорта, в первую очередь сумо, дзюдо и кэндо. Активно издавались на европейских языках книги Р. Хаберзетцера, М. Накаяма, М. Ояма, Д. Дрэгера» [4. С. 180–185]. За двадцать лет количество японских телепрограмм, подготовленных для экспорта, выросло почти в десять раз. Их общий хронометраж в 1971 г. составлял 2200 часов, в 1980 г. – 4585, в 1992 г. достигло 19 540 часов.

«В настоящее время представительства Японского фонда имеются в 18 странах мира (в США действуют два филиала). Основная деятельность фонда разворачивается в трех направлениях: первое – знакомство с японской культурой и искусством, второе – поддержка преподавания японского языка, третье – поддержка зарубежных исследований в области японистики. В России отделения Японского фонда не существует, его интересы представляют сотрудники Информационного отдела посольства Японии. Подобная деятельность осуществляется в России и через сеть курируемых МИД Японии японских центров, созданных в начале 90-х гг. XX в. и расположенных в Москве (два центра), Санкт-Петербурге, Нижнем Новгороде, Хабаровске, Владивостоке и Южно-Сахалинске. А также через представительства «Джетро» – Японской организации содействия внешней торговле – и РОНИС («Ротобо») – Японской ассоциации содействия развитию торговли с Россией и новыми независимыми государствами. Две последние организации курирует Министерство экономики, торговли и промышленности Японии (МЭТП). При японских посольствах обычно функционируют информационно-культурные центры, а сами они выпускают на языке страны пребывания иллюстрированные журналы. Большинство японских дипломатических миссий в зарубежных странах располагают информационными отделами» [8].

Существует Международное научное сообщество «синто» – японская некоммерческая и неправительственная организация, аккредитованная при Экономическом социальном совете и Департаменте общественной информации ООН. Его цель – развитие научного изучения и углубления понимания синто как древнейшей духовной и религиозной традиции Японии. По словам председателя сообщества профессора Умэда Ёсими, «...без изучения и понимания синто культура Японии и сам японский народ останутся непонятыми в полной мере» [10]. Основная деятельность общества – образовательные мероприятия, а также различные конкурсы, которые стимулируют интерес к научным исследованиям.

В моделировании имиджа Японии особое место отводится известным личностям, которые служат посредниками в коммуникациях с международной общественностью, основная функция которых – осуществление контактов японского государства с иностранцами. Их отличительная особенность – яркий стиль изложения, точные высказывания, индивидуальность, что создает более доверительное отношение к их мнениям, по сравнению с зачастую размытыми и неточными формулировками официальной дипломатии. Хорошей традицией считается, когда крупные японские дипломаты и чиновники, жившие и работавшие в других странах, закладывают там основы разнообразных традиций. Например, в России проводится Кубок Хасимото по кэндо и Кубок Посла по игре го. «На рубеже веков Япония пришла к пониманию того, что коммуникационный потенциал узко национального ассортимента культурных образцов недостаточен и для успешного позиционирования необходима адаптация элементов национальной идентичности. Осенью 2004 г. был сформирован Штаб стратегии интеллектуальной собственности японского правительства, который объявил о плане создания «бренда Японии» (Japan brand). Помимо ученых в состав экспертной группы вошли владелец ресторана национальной кухни «Аоги» Хирохиса Кояма, шеф-повар и владелец Hotel de Mikuni Киёми Микун, руководитель салона Дома моды Issey Miyake Нобуюки Ота, художник-модельер Юмико Хара, дизайнер Акира Минагава. Летом 2006 г. Штаб принял «Стратегическую программу по интеллектуальной собственности» [7]. Данная программа предполагает комплекс мер, которые охватывают, прежде всего, сферы экономики и культуры, призванные улучшить репутацию и имидж Японии, а также отношение к ней в мире. Это возможно лишь посредством развития индустрии туризма и культурной дипломатии, опираясь на богатый культурный потенциал страны для утверждения и укрепления привлекательного бренда Японии (Japan Brand), основанного на японском стиле жизни. Безусловно, одной из важнейших стратегических целей является экономическая, то есть привлечение инвестиций в страну, а также одновременно активное расширение бизнеса на зарубежных рынках.

Сегодня во многих странах существуют программы поддержки национальных товарных и корпоративных брендов, так как основой программы по продвижению национального бренда является страна как геополитический бренд, далее региональные бренды, а за ними следуют национальные товарные и корпоративные бренды, которые несут качественные характеристики каждого, выступая в то же время факторами их продвижения.

Успешные бренды компаний могут быть полезными для государства еще и с геополитической точки зрения. Государство может защищать интересы своего производителя, получая при этом возможность использовать популярность бренда в своих интересах. Таким образом, доминирование брендов на глобальном уровне способствует не только экономическому, но и геополитическому влиянию как на мировом, так и на региональном уровне.

В Японии формирование региональных брендов служит важной частью среднесрочного Плана создания индустриальных кластеров. Признание потенциальными клиентами высокого качества товаров и услуг в регионе, а также низкого уровня

деловых рисков позволяет им обрести больше возможностей в торговле и большую уверенность в успехе торговых сделок. Обретение регионами международного бренда помогает их индустриальным кластерам с большей эффективностью привлекать к себе со всего мира трудовые ресурсы и инвестиции.

Японское правительство в рамках развития «стратегии японской культурной индустрии» способствует увеличению проводимых в Японии международных мероприятий, позиционирует Японию как своеобразный мост между Азией и другими странами мира для беспрепятственного передвижения людей, товаров, финансов, культуры и информации, оказывает поддержку, в том числе финансовую, региональным администрациям, способствующим отбору и превращению в известные бренды товаров, производимых в регионах.

1. Галумов, Э.А. Имидж и дипломатия / Э.А. Галумов // Информация. Дипломатия. Психология. – М.: Известия, 2002.
2. Галумов, Э.А. Международный имидж России: стратегия формирования / Э.А. Галумов. – М.: Известия, 2003.
3. «Дух Ямато» в прошлом и настоящем / отв. ред. Л. Гришелева, И. Латышев; сост. А. Долин. – М., 1989.
4. Железняк, О.И. Вхождение во внешний мир. Япония, 1999–2000: ежегодник / О.И. Железняк. – М., 2000.
5. Корнилов, М.Н. Японская национальная психология / М.Н. Корнилов. – М., 1981.
6. Мещеряков, А.Н. Император Мэйдзи и его Япония / А.Н. Мещеряков. – М., 2002.
7. Сильницкий, А. Политика Японии по продвижению национального и региональных брендов / А. Сильницкий, Д. Стрельцов // Корпоративная имиджелогия. – 2008. – № 1 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.ci-journal.ru/article/50/200801japan_brand
8. Торопова, Е.А. Место и роль национальной идентичности в имидже страны (на примере Японии 1946-2009 гг.) / Е.А. Торопова. – 2010. – Вып. № 3.
9. Такусиро Хаттори. Япония в войне 1941–1945 гг. / Хаттори Такусиро // пер. с япон. – М., 1973.
10. Интернет-журнал Japon.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.japon.ru/?TextArchive&ID=131>.

© Бушев, А.Б., 2016

© Петрова, О.В., 2016

Для цитирования: Бушев, А.Б. Территориальный бренд и его особенности на примере Японии / А.Б. Бушев, О.В. Петрова // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. – 2016. – № 1. – С. 134–141.

For citation: Bushev, A.B. Regional branding and its characteristics: Japan / A.B. Bushev, O.V. Petrova // The Territory Of New Opportunities. The Herald of Vladivostok State University of Economics and Service. – 2016. – № 1. – P. 134–141.

Дата поступления: 01.02.2016.

Г.А. Гомилевская¹
Ю.В. Дмитриенко²

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Формирование туристской идентичности г. Владивостока в контексте бренда: «Владивосток – морские ворота России»

Разработка и решение проблем формирования имиджа регионов (городов) в настоящее время становятся все более актуальными. В статье рассматриваются проблемы и перспективы развития морского туризма в г. Владивостоке в контексте бренда: «Владивосток – морские ворота России». Проведен анализ текущего состояния перспективных направлений морского туризма в городе и предложены меры, способствующие решению проблем их развития. Авторами статьи предложены мероприятия, призванные формировать и позиционировать бренд города Владивостока как морских ворот России.

Ключевые слова и словосочетания: имидж территории, формирование бренда, морской туризм, яхтенный туризм, круизный туризм.

G.A. Gomilevskaya
Yu.V. Dmitrienko

Vladivostok State University of Economics and Service
Vladivostok. Russia

The formation of Vladivostok tourist identity in the context of the brand: «Vladivostok – marine gate of Russia»

At the present time the formulation and resolution of formation regions (cities) image are becoming more important. The article considers the problems and prospects of development of marine tourism in Vladivostok in the context of the brand: «Vladivostok - marine gate of Russia». In the article was analyzed the present state of promising directions of marine tourism in the city and was offered the measures that can facilitate a solution to the problems of their development. The authors of the article offer the measures that promote the formation and positioning of the brand of Vladivostok as a marine gate of Russia.

Keywords: image of the territory, formation of the brand, marine tourism, yacht tourism, cruise tourism.

¹ Гомилевская Галина Александровна – канд. экон. наук, доцент кафедры туризма и гостинично-ресторанного бизнеса Владивостокского государственного университета экономики и сервиса; e-mail: gag17@yandex.ru.

² Дмитриенко Юлия Владимировна – магистрант кафедры туризма и гостинично-ресторанного бизнеса; e-mail: dmitrienko_ulia@mail.ru.

Туристский межотраслевой комплекс является одной из наиболее быстрорастущих отраслей экономики. Развитие туризма на территории рассматривается как источник финансовых доходов бюджетной системы Российской Федерации, средство повышения занятости и качества жизни населения, способ поддержания здоровья граждан, основа для развития социокультурной среды, мощный инструмент просвещения и формирования нравственной платформы развития гражданского общества [1], а также основа для формирования бренда территории.

Поиск путей развития туристской деятельности и обоснование возможностей превращения туризма в один из факторов устойчивого социально-экономического развития территорий приводят к необходимости разработки маркетинговых программ по качественному формированию брендов данных территорий. Бренд территории существенно влияет на экономику регионов и является современным инструментом привлечения к ее возможностям внимания внешних и внутренних потребителей услуг.

Традиционно, эффекты от брендинга территорий по сферам деятельности регионов, в том числе для сферы регионального и местного управления, представляются следующим образом (таблица 1).

Таблица 1

Эффекты от брендинга территории по сферам деятельности [2]

Сферы деятельности	Показатели эффекта от брендинга территории
Туристская	– рост доходов от туризма;
Инвестиционная и предпринимательская	– увеличение средневзвешенных затрат одного туриста на территории; – рост числа внутренних и внешних туристов
Социокультурная	– предпосылки к росту численности населения; – рост числа новых рабочих мест и числа занятых; – рост взаимного доверия среди населения территории; – усиление значимости культурно-исторического наследия территории; – повышение культуры обслуживания туристов населением и предпринимателями; – улучшение качества жизни населения территории
Экологическая	– рост возможностей по сохранению качества окружающей среды, соблюдению экологического баланса территории; – активизация деятельности территориальной администрации по улучшению экологической ситуации
Регионального и местного управления	– рост валового регионального продукта (ВРП); – рост рыночной стоимости территориальных ценных бумаг; – пополнение местного бюджета; – рост рейтинга территории; – рост доходов бюджета от роста налогов; – рост доверия к территориальным органам власти

Источник: сост. по [2].

Имидж территории в настоящее время становится реальным и чрезвычайно важным фактором развития экономики. Происходит это в связи с ростом значения информации для обеспечения конкурентных преимуществ хозяйствующих и политических субъектов. Имидж территории, ее репутация в отечественных и зарубежных общественно-политических и деловых кругах становятся основополагающими факторами продвижения общегосударственных и региональных внешнеэкономических и политических проектов, важнейшим конкурентным ресурсом для налаживания партнерских отношений [3].

Рекреационно-географическое положение Владивостока и уникальность его туристских ресурсов – важнейшая составляющая устойчивого развития города, повышения качества жизни его населения, формирования имиджа города как центра морского туризма Дальневосточного федерального округа (далее ДФО), а также создания и позиционирования бренда «Владивосток – морские ворота России».

Привлекательность г. Владивостока подтверждается его позициями в различных рейтингах. Например, в национальном всероссийском проекте «Город России», который направлен на выбор наиболее значимого, узнаваемого и символичного города России, с помощью голосования интернет-пользователей Владивосток занял 2-е место [4]. В свою очередь, журнал «Forbes» включил Владивосток в десятку лучших российских городов для отдыха и поставил его на 5-е место [5]. По данным Национального Туристического Рейтинга, направленного на исследование туристского потенциала и привлекательности субъектов Российской Федерации, среди отечественных и иностранных туристов Владивосток вошел в первую группу рейтинга и занял 14-е место из 85 [6]. Лидирующие позиции Владивостока в данных рейтингах свидетельствуют о крайней привлекательности и высоком туристском потенциале города.

Несомненно, созданию положительного имиджа Владивостока будет способствовать его продвижение как центра морского туризма в ДФО. Владивосток располагает наиболее благоприятными на Дальнем Востоке России природно-климатическими условиями, территориями и окружающими его акваториями, которые обладают большим потенциалом для развития морского туризма [7]. Эффективное использование морских ресурсов региона, развитие круизного и яхтенного туризма в ДФО и, в частности, во Владивостоке имеют большое экономическое значение и предоставляют дополнительные возможности в свете принятия Федерального закона «О свободном порте Владивосток», который вступил в силу 12 октября 2015 г. Согласно закону на территории порта действует 8-дневный упрощенный визовый въезд в Российскую Федерацию и нахождение в любых регионах страны в течение 8 дней [8].

На сегодняшний день Владивосток может служить «туристическим хабом» для других регионов РФ: приехав во Владивосток на пароме или пассажирском судне, прилетев на самолете или приехав на автобусе, иностранный турист затем может отправиться в Москву, в Петербург, в Хабаровск, Сочи, Крым или на Байкал [6].

«Визитной карточкой» города и порта является Морской вокзал, представляющий собой технологически связанную часть действующего пассажирского «транспортного хаба». Морской вокзал можно назвать «морскими воротами Приморского края».

Прорывной идеей для совместной реализации администрацией и частным бизнесом бренда «Владивосток – морские ворота России» должно стать продвижение Владивостока не только как транзитного порта, но и полное его превращение в «turn around port» – порт высадки/посадки круизных пассажиров. Данную идею возможно реализовать с учетом упрощенного визового режима в рамках ФЗ «О свободном порте Владивосток» в связке пассажирского хаба, включающего Морской вокзал и новый международный аэропорт Владивосток, с действующими и планируемыми к вводу в эксплуатацию в среднесрочной перспективе 5-звездочными гостиницами [9].

Говоря о морском туризме, необходимо отметить, что в настоящее время существует множество его форм и видов. Некоторые из них успешно развиваются стихийно, другие требуют больших усилий со стороны государства и частного бизнеса. Наиболее перспективными для туристского рынка Владивостока могут являться следующие виды морского туризма:

1. Яхтенный туризм.

Яхтенный туризм обращает на себя повышенный интерес со стороны жителей города и его гостей, а в период проведения в городе праздников и зрелищных мероприятий вносит дополнительный колорит в общий облик Владивостока.

На сегодняшний день во Владивостоке существует 4 яхт-клуба, где развивается парусный спорт. Флагманом развития парусного спорта и штаб-квартирой Приморской федерации является яхт-клуб «Семь Футов». Яхт-клуб «Семь Футов» признан Всероссийской Федерацией парусного спорта как ведущий яхт-клуб России и неоднократно признавался лучшим организатором соревнований.

Приморская Федерация парусного спорта проводит около 40 соревнований городского, краевого, всероссийского и международного уровня.

Несмотря на привлекательность и перспективность данного направления морского туризма, его развитию в городе препятствуют ряд проблем (табл. 2).

Таблица 2

Основные проблемы развития парусного спорта в г. Владивосток [7]

№	Проблема	Краткая характеристика
1	2	3
1	Отсутствие марин с развитой инфраструктурой	– состояние инфраструктуры г. Владивостока не позволяет удовлетворить потребности в развитии яхтинга; – состояние прибрежных территорий ограничивает возможности проведения всероссийских и международных соревнований по парусному спорту
2	Несовершенство нормативно-правовой базы РФ, в том числе:	
2.1	Плавание и стоянка иностранных яхт во внутренних и морских водах и в территориальном море	Только с 17 мая 2013 г. после внесения изменений в ст. 9 Закона «О Государственной границе» (фактически с 2014 г. после выходов подзаконных нормативных актов) появилась возможность встречать иностранные яхты во Владивостоке. До этого изменения иностранная яхта могла только зайти в порт, постоять в пункте пропуска порта на необорудованном для яхты пирсе и уйти

Окончание табл. 2

1	2	3
2.2	Водопользование	После Постановления Правительства от 11 октября 2012 г. № 1039 «О внесении изменений в некоторые акты Правительства РФ по вопросам предоставления водных объектов в пользование и ведения государственного водного реестра была исключена монополия владельцев земельных участков, прилегающих к водным акваториям, на пользование данными акваториями

Источник: сост. по [7].

В таблице 3 представлены меры и проекты, способствующие решению проблем развития парусного спорта в г. Владивостоке.

Таблица 3

Меры, направленные на решение проблем развития парусного спорта в г. Владивостоке [10]

№	Мера	Проекты
1	Разработка единой системы классификации яхт, унифицированной с системами основных мировых классификационных обществ в целях недопущения разногласий при взаимном определении класса яхты в международном судоходстве	– международный центр водных видов спорта в бухте Федорова;
2	Разработка системы миграционных карт для выдачи виз и проставления отметок о пересечении границы для иностранцев, прибывающих в Россию на яхте	– общественно-спортивный комплекс с яхтенной маринной в б. Безымянной
3	Разработка НПА на введение временных разрешений на заход и плавание в территориальном море РФ для яхт под иностранным флагом	

Несмотря на существующие проблемы яхтенного туризма, у Владивостока в данной сфере имеются широкие возможности и перспективы развития (табл. 4).

Таблица 4

Возможности и перспективы развития яхтенного туризма в г. Владивосток [7]

№	Перспективы развития	Характеристика
1	2	3
1	Увеличение количества международных и все-российских регат	– проведение в 2016 году этапа Национальной Парусной Лиги; – участие Владивостокских крейсерских яхт в международных регатах в Южной Корее, Японии, Китае, Гонконге и Тайланде; – проведение в порту Владивостока первой международной регаты больших учебных парусных судов мира с посещением портов стран АТР, куратором которой выступает Морской государственный университет

1	2	3
2	Увеличение потока путешествующих по миру иностранных яхт	– большой интерес к городу участников кругосветных путешествий; – совершенствование процедуры таможенного оформления

Источник: сост. по [7].

Необходимо сделать акцент на том, что в 2011 г. Приморская Федерация парусного спорта получила патент на слоган «Владивосток – Парусная столица России». Ни один другой город не имеет права использовать его, и задача администрации г. Владивостока и частного бизнеса состоит в том, чтобы совместными усилиями сделать все, чтобы город полностью соответствовал данному слогану [7]. Таким образом, с уверенностью можно сказать, что Владивосток имеет все шансы стать восточными морскими воротами России для иностранных яхт.

2. Круизный туризм.

Страны, имеющие выход к морю, ведут жёсткую конкурентную борьбу за возможность принимать у себя круизные лайнеры. В свою очередь, это позволяет странам зарабатывать миллиарды на принятии круизных туристов.

Высокая привлекательность круизных услуг объясняется тем, что судно – транспортное средство, одновременно позволяющее решить несколько проблем – проживания и питания, которые являются самыми дорогими составляющими любого путешествия. К тому же, что немаловажно для экономики, бюджет региона, принимающего круизные лайнеры, пополняется доходами от оборотов турфирм, музеев, магазинов, ресторанов, транспортных компаний.

В силу своего географического положения Владивосток имеет уникальные перспективы и предпосылки для повышения привлекательности круизного туризма. Однако отсутствие инфраструктуры для приема крупных круизных лайнеров тормозит развитие круизного туризма в городе: отсутствуют причальные стены для круизных лайнеров такого уровня, как «Quantum of the Seas» и судов класса «Voyager». К примеру, в 2013 и 2014 гг. суда класса «Voyager» планировали зайти в порт Владивосток 5–7 раз за сезон, но не зашли по причине недостатка глубины у причала Морского вокзала порта Владивосток [11].

В целях совершенствования нормативного регулирования деятельности по развитию круизного туризма, увеличения количества круизных маршрутов, а также увеличения количества туристов в целом необходимо предпринять ряд мер (табл. 5).

Огромным плюсом в пользу развития круизного туризма и его колоссальным преимуществом является уже решённый визовый вопрос, что открывает круизным туристам все двери для путешествий. Но для того, чтобы вернуть круизные компании во Владивосток и вызвать интерес, необходимо предпринять реальные действия по улучшению инфраструктуры и качества оказываемых услуг, что поможет сделать порт Владивосток конкурентоспособным и привлекательным для мировых круизных компаний.

Меры и проекты, направленные на решение проблем развития круизного туризма в г. Владивостоке [10]

№	Мера	Проекты
1	Определение в Кодексе внутреннего водного транспорта РФ понятий «морское круизное судно» и «морское круизное судно»	<ul style="list-style-type: none"> – пассажирский терминал в б. Парис; – глубоководный пассажирский терминал на о. Русский; – создание центра международного морского туризма во Владивостоке; – дноуглубительные работы причала Морского вокзала порта Владивосток; – установка интерактивных карт на остановках; – реставрация объектов показа; – создание центра целенаправленного развития местных обычаев и культуры русских традиций
2	Внесение изменения в Федеральный закон от 31.07.1998 г. № 155-ФЗ «О внутренних морских водах, территориальном море и прилегающей зоне Российской Федерации»: <ul style="list-style-type: none"> – добавить статью «Плавание и стоянка иностранных судов во внутренних морских водах и в территориальном море с целью туризма»; – наделить федеральный орган исполнительной власти, осуществляющий функции по оказанию государственных услуг в сфере туризма (Ростуризм), полномочиями по выдаче разрешений на осуществление туризма во внутренних морских водах и территориальном море РФ 	
3	Разработка порядка выдачи разрешений на осуществление туристских маршрутов по принципу «одного окна», с установлением максимального количества пунктов, разрешенных для захода российских и иностранных круизных судов	
4	Внесение изменения в Федеральный закон от 1.04.1993 г. № 4730-1 «О государственной границе Российской Федерации»: <ul style="list-style-type: none"> – дополнить ст. 17 после слов «транспортных средств» словами «кроме пассажиров судов, участвующих в групповой туристической программе»; – внести изменения в подзаконные нормативно-правовые акты, с целью отмены требования получения пропусков в пограничные зоны для лиц, осуществляющих групповые туристические программы на российских и иностранных круизных судах 	
5	Оптимизация процедур пограничного, таможенного контроля при работе с круизными судами в части максимального сокращения срока их прохождения	

Источник: сост. по [10].

3. Водные виды спорта.

Еще одним источником для развития морского туризма являются водные виды спорта и связанный с этим событийный туризм. Событийный туризм во Владивостоке развивается быстрыми темпами. Многие мероприятия стали уже традиционными и знаковыми, например, фестиваль «Лето на Русском», в рамках которого проходит чемпионат мира по аквабайку [12].

В целях развития событийного туризма в Приморском крае, а также привлечения зарубежных и иногородних туристов ежегодно во Владивостоке проводится около 10 международных спортивных мероприятий. Данные мероприятия не только привлекают во Владивосток большое количество туристов, но и являются важнейшим ресурсом для развития событийного туризма – одной из самых высококорентабельных составляющих рынка туризма и гостеприимства [13].

В перспективе туристы будут не только наблюдать со стороны, но и непосредственно участвовать в проводимых мероприятиях. Однако для действительной реализации данной перспективы необходимо [12]:

- построить доступные места базирования и места для проката и хранения каяков, аквабайков;
- разработать новые и интересные туристам маршруты;
- обеспечить места отдыха квалифицированными тренерами;
- разработать доступную тарифную политику и рекламу.

Только после претворения вышеприведённых мер в жизнь можно рассчитывать на то, что туристы с удовольствием будут заниматься водными видами спорта и оставлять дополнительные деньги, что, безусловно, играет важную роль в развитии экономики региона.

4. Пляжный туризм.

В Приморском крае в рамках разработки целевой программы развития внутреннего и въездного туризма на 2011–2016 годы, прежде всего, были определены приоритетные направления туризма, среди которых был выделен пляжный туризм и, что немаловажно для Приморского края в целом и для Владивостока в частности, такие направления, как развитие прибрежных и водных видов отдыха и спорта, развитие круизного и яхтенного туризма [14].

Приморский край обладает уникальными природными ресурсами, среди которых, прежде всего, следует выделить морское побережье: на долю морских границ в крае приходится около 1500 км, при этом общая протяженность морского побережья, пригодного для организации пляжно-купальной рекреации, составляет почти 900 км, что предопределяет пляжный туризм как наиболее популярный и востребованный в Приморье [15].

Как и все виды морского туризма, развитие пляжного туризма во Владивостоке также сталкивается с проблемами неразвитости инфраструктуры и несовершенства нормативно-правовой базы, регулирующей данную сферу.

5. Экологический морской туризм.

Говоря об экологическом морском туризме, нельзя не отметить перспективность экскурсионных маршрутов морского туризма. Тем не менее, развитие морского

туризма во Владивостоке практически невозможно с точки зрения транспортной доступности к местам и объектам туристского показа.

Направлений для развития морского экологического туризма множество, например, морские экскурсии в заповедники и океанариум ДВО РАН, морское такси для отдыха на островах, организованные рыбалки.

Проблемы, с которыми сталкивается бизнес (судовладельцы и туроператоры), представлены в табл. 6.

Таблица 6

Проблемы развития морского экскурсионного туризма в г. Владивостоке [16]

№	Проблема	Описание
1	Административные и законодательные барьеры в части лицензирования на право перевозки пассажиров маломерным флотом	Запрет на использование маломерного флота для экскурсий по воде. Согласно действующим нормам, каждое судно должно быть лицензировано, однако для получения лицензии требуется пассажирское свидетельство судна, не предусмотренное для маломерного флота
2	Отсутствие достаточного количества причалов для обеспечения безопасной и комфортабельной посадки пассажиров и туристов	Отсутствие мероприятий по строительству, восстановлению и поддержанию имеющихся причалов
3	Неразвитая инфраструктура для организации яхт-клубов	Отсутствие достаточного места для стоянки катеров и яхт, организации морских прогулок с территории яхт-клубов

Источник: сост. по [16].

С целью решения проблем развития морского туризма с использованием маломерного флота и обеспечения безопасности морского туризма рекомендуется принять следующие меры, представленные в табл. 7.

Таким образом, как видно из проведенного анализа перспективных видов морского туризма во Владивостоке, основная проблема, препятствующая развитию морского туризма, видится в острой необходимости развития пассажирской портовой, причальной и яхтенной инфраструктуры. В основу концепции развития инфраструктуры морского туризма во Владивостоке должны войти возрождение и реконструкция уже существующей системы базирования спортивных, туристических и прогулочных судов, создание элементов яхтенного сервиса, развитие отечественного яхтенного и малого судостроения, создание «марин».

В настоящее время на федеральном и региональном уровнях поднимаются вопросы создания портовой инфраструктуры, строительства и модернизации пассажирского флота, улучшения качества услуг, а также формирования бренда морского туризма России.

**Меры, направленные на решение проблем морского туризма
с использованием маломерного флота [10]**

№	Мера	Проекты
1	Внесение изменения в проект постановления Правительства РФ «О внесении изменений в постановление Правительства РФ от 06.03.12 г. №193» – добавить понятие «прогулочные и развозные катера», в соответствии с классификацией судов Кодекса торгового мореплавания (далее КТМ) и Кодекса внутреннего водного плавания (далее КВВП)	– скоростное пассажирское туристское сообщение «Владивосток – Славянка» для целей обслуживания международных туристов на линии Хуньчунь – Владивосток;
2	Внесение изменения в Кодекс торгового мореплавания РФ, исключив в ст. 7 КТМ РФ формулировку «может использоваться только в некоммерческих целях»	– морское пассажирское сообщение «Владивосток – Славянка» для российских граждан
3	Выделение морского маломерного туризма как особого вида туристической деятельности с передачей функций по лицензированию такого вида деятельности Федеральному агентству по туризму	
4	Принятие мер по усилению борьбы с нелегальными перевозчиками пассажиров водным транспортом	
5	Совершенствование нормативно-правовой базы сфер, связанных с развитием морского туризма в Приморском крае, в том числе по вопросу процедуры лицензирования услуги по пассажирским перевозкам с использованием маломерных судов в туристских целях	
6	Произвести инвентаризацию морских маршрутов маломерного флота на водных объектах специального и общего пользования	

Источник: Морской туризм свободного порта Владивосток: развитие и продвижение: резолюция I Междунар. форума, Владивосток, 3 декабря 2015 г.

Эффективному формированию и позиционированию бренда «Владивосток – морские ворота России» будут способствовать продвижение и информационное сопровождение морского туризма свободного порта Владивосток, мероприятия которого могут включать в себя [10]:

- формирование и реализацию медиа-плана продвижения Владивостока как центра круизного и паромного туризма;
- использование побратимских связей Владивостока для организации круизных/паромных линий;
- организацию в рамках проведения Тихоокеанского туристского форума (ТТФ) и Тихоокеанской туристской выставки RITE-2016 тематической площадки с приглашением представителей круизных, паромных операторов и специализированных туроператоров;

- проведение в рамках Тихоокеанского туристского форума (ТТФ) презентации комплекса «Приморский океанариум»;
- предоставление услуг операторов такси на английском языке;
- размещение в маршрутных автобусах, соединяющих центральную площадь, привокзальную площадь Владивостока с основными достопримечательностями, информация на английском языке об автобусных маршрутах (остановках) и достопримечательностях, в том числе в виде интерактивных карт;
- организацию автобусных круговых маршрутов (circle bus tours) для круизных туристов;
- создание перечня туристско-экскурсионных программ для круизных туристов, включающих систему независимых причалов с привязкой к наиболее интересным объектам показа, разработку плана информационного обеспечения программ посещения, в том числе, с помощью интернет-продаж и мобильного гида.

Развитие морского туризма и формирование бренда «Владивосток – морские ворота России» не только повысят инвестиционную привлекательность региона, но и позволят в значительной мере укрепить международные связи в сфере туризма между Россией и странами Азиатско-Тихоокеанского региона.

-
1. Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года: распоряжение Правительства Российской Федерации от 31 мая 2014 г. № 941-р // Российская газета. – 2014. – 9 июня 2014 г.
 2. Поспеловский, Д.В. Роль брендинга территорий в развитии экономики региона / Д. В. Поспеловский // Молодой ученый. – 2012. – №7. – С. 118–121.
 3. Важенина, И.С. Имидж, репутация и бренд территории / И.С. Важенина. – Екатеринбург: Институт экономики УрО РАН, 2013. – 408 с.
 4. Владивосток поднялся на второе место в рейтинге городов России // НОВОСТИ-КРАТКО.ру: регионы России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://novostikratko.ru/vladivostok/2016/01/25/151394-vladivostok-podnyalsya-na-vtoroe-mesto-v-rejtinge-gorodov-rossii.html>.
 5. Сервис с удовольствием: куда поехать в России, чтобы отдохнуть «как в Европе» // Forbes [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.forbes.ru/forbeslife-photogallery/dosug/281423-servis-s-udovolstviem-kuda-poekhat-v-rossii-chtoby-otdokhnut-ka/photo/5>.
 6. Национальный Туристический Рейтинг // Национальный Рейтинг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://russia-rating.ru/info/9857.html>.
 7. Ермаков, И.М. Перспективы развития Владивостока как парусной столицы России / И.М. Ермаков // I Международный форум «Морской туризм свободного порта Владивосток: развитие и продвижение», Владивосток, 3 декабря 2015 г.
 8. О свободном порте Владивосток: федер. закон Российской Федерации от 13.07.2015 г. № 212-ФЗ // Российская газета. – 2015. – 15 июля 2015 г. – С. 13.
 9. Нагорный, В.А. Морской вокзал Владивостока как точка опоры для развития круизного и паромного туризма свободного порта Владивосток // I Международный

- форум «Морской туризм свободного порта Владивосток: развитие и продвижение». – Владивосток. – 2015. – 3 декабря.
10. Морской туризм свободного порта Владивосток: развитие и продвижение»: резолюция I Междунар. форума. – Владивосток. 2015. – 3 декабря.
 11. Мамонова, Е.А. Повышение качества обслуживания круизных туристов в местах экскурсионного показа / Е.А. Мамонова // I Международный форум «Морской туризм свободного порта Владивосток: развитие и продвижение». – Владивосток. – 2015. – 3 декабря.
 12. Кушнир, А.А. Развитие морского туризма во Владивостоке: проблемы и перспективы // I Международный форум «Морской туризм свободного порта Владивосток: развитие и продвижение». – 2015. – 3 декабря.
 13. Событийный туризм в Приморском крае // Приморский край [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://tour.primorsky.ru/novosti/sobyitiyniy_turizm_v_primorskom_krae.
 14. Развитие внутреннего и въездного туризма в Приморском крае на 2011–2016 годы: краевая целевая программа // Российская газета. – 2011. – 16 ноября. – С. 7.
 15. Гомилевская, Г.А. Нормативно-правовое регулирование пляжного туризма и функционирование объектов массового отдыха у воды (на примере Приморского края) / Г.А. Гомилевская, О.Б. Романова // Фундаментальные исследования. – 2015. – № 11-3. – С. 563–568.
 16. Солодовникова, Н.Н. Экскурсионное обслуживание морских перевозок: проблемы и перспективы // I Международный форум «Морской туризм свободного порта Владивосток: развитие и продвижение». – Владивосток. – 2015. – 3 декабря.

© Гомилевская, Г.А., 2016

© Дмитриенко, Ю.В., 2016

Для цитирования: Гомилевская, Г.А. Формирование туристской идентичности г. Владивостока в контексте бренда: «Владивосток – морские ворота России» / Г.А. Гомилевская, Ю.В. Дмитриенко // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. – 2016. – № 1. – С. 142–153.

For citation: Gomilevskaya, G.A. The formation of Vladivostok tourist identity in the context of the brand: «Vladivostok – marine gate of Russia» / G.A. Gomilevskaya, Yu.V. Dmitrienko // The Territory Of New Opportunities. The Herald of Vladivostok State University of Economics and Service. – 2016. – № 1. – P. 142–153.

Дата поступления: 01.02.2016.

О.Н. Данилова¹
Т.А. Зайцева²

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Визуальные символы как составная часть имиджа

В статье проанализированы научно-практические подходы к проектной деятельности на примере формирования имиджа студенческой молодежи в рамках корпоративной культуры. Варианты образного решения молодежной одежды в спортивном стиле разработаны с использованием системы визуальных символов территории Приморского края и элементов фирменного стиля ВГУЭС.

Ключевые слова и словосочетания: имидж, визуальные символы, флора и фауна, дизайн, стилизация.

O.N. Danilova
T.A. Zaytseva

Vladivostok State University of Economics and Service
Vladivostok. Russia

Visual symbols as part of the image

The article analyzes the scientific and practical approaches to the project activity on the example of forming the image of students as part of the corporate culture. Sports image of youth clothing includes symbols of Primorsky Krai and branding VSUES

Keywords: image, visual symbols, flora and fauna, design, styling.

Территория Приморского края как открытое информационно-коммуникативное пространство одновременно является развивающейся креативной средой, в которой на постоянной основе происходит динамичная смена приоритетных направлений экономического, политического и социокультурного развития, что приводит к трансформации и взаимозаменяемости региональных престижных символов.

В настоящее время повышение социокультурной привлекательности Дальневосточного региона основывается на целенаправленном формировании имиджа территории при помощи внедрения технологий рекламирования уникальных природных объектов, развития эко- и этнотуризма, продвижения передовых образовательных процессов и продуктов промышленного производства.

¹ Данилова Ольга Николаевна – канд. техн. наук, доцент, доцент кафедры дизайна и технологий; e-mail: olga.danilova@vvsu.ru.

² Зайцева Татьяна Александровна – доцент кафедры дизайна и технологий; e-mail: tatyana.zaytseva@vvsu.ru.

Особое внимание в создании позитивной репутации российских регионов на международном рынке уделяется рекламе брендов России за счет использования широко известных символов и визуально воспринимаемых факторов, указывающих на такие территориальные особенности, как знаковая структура образа города и окружающей природной среды, графического изображения официальных символов территории. В публикации Т.В. Метляевой и Н.А. Коноплевой отмечено, что при создании требуемого образа в практике имиджирования особое значение придается таким функциям символа, как мировоззренческо-познавательная, регулятивно-адаптивная и коммуникативно-информационная [4], что, в свою очередь, выявляется в дизайне костюма композиционными средствами. В процессе проектирования нового объекта происходит моделирование визуального символа, наделенного аттрактивностью, знаковой информативностью, композиционной вариативностью. При этом в процессе обновления имиджа территории в дизайнерской практике отображаются общие ситуационные изменения, корректируются визуальные знаки в геральдической символике. Официальные символы фигурируют в качестве статусных элементов идентификации региона (флаг, герб). В геральдике и символике Приморского края используют многочисленные неофициальные символы – атрибуты хозяйственной деятельности, а также уникальные объекты флоры и фауны.

Имидж трактуется как мультикультурный целенаправленно сформированный образ, многозначное послание, адресованное его различным потребителям [1. С. 4]. Особого внимания в данном контексте заслуживает анализ факторов создания имиджа как визуально воспринимаемого информационного продукта. Имидж при этом создаётся либо для кратковременных целей, либо для реализации долгосрочных интересов. Визуальная оценка имиджа влияет на возникновение представления об образе личности [1; 4. С. 165]. Вместе с тем при разработке личностного имиджа необходимо учитывать то обстоятельство, что образ субъекта служит средством манипуляции для достижения прагматических целей (повышение покупательского спроса, реклама, выставочная деятельность, торговля) [2. С. 119; 7. С. 438]. Формирование привлекательного имиджа жителей Приморского края и г. Владивостока во многом зависит от позитивного восприятия социокультурных особенностей среды обитания.

В данной статье личностный имидж студентов вуза как представителей целевой аудитории рассматривается с позиций необходимости визуального распознавания участников для непосредственного взаимодействия субъектов в разнородной молодежной среде и в публичном пространстве. В условиях существующей системы высшего образования личностный имидж студентов вузов в рамках корпоративной культуры опосредован влиянием мотивации успешности и складывается с учетом общепринятых ментальных стереотипов, символов группового поведения, модных стандартов. В этом случае студенты-дизайнеры выступают в роли производителей, создающих образцы моделей одежды как знаков модных ценностей [2. С. 119].

Использование методов визуальной экологии в практике формирования имиджа личности относится к числу приоритетных задач адресного проектирования в дизайне [3]. В костюме как социокультурном явлении знаковая система отражает

престиж носителя, его статус, социальные, половозрастные и проч. различия. В случае целенаправленного формирования имиджа одежда рассматривается как один из объектов социального дизайна в контексте историко-культурного наследия Дальневосточного региона и территориального имиджа Приморского края. Таким образом, существующий имидж территории Приморского края сформирован в конкретной историко-культурной среде с учетом особенностей социальных стереотипов и визуальных символов.

Технология формирования образа с использованием символических форм и культурных кодов носит творческий характер и реализуется на основе использования проектного метода [4. С. 166]. С позиций методологии дизайна имидж территории рассматривается как целостная система образов, визуальных символов и знаков. Таким образом, проектный имидж территории влияет на формирование фирменного стиля отдельных предприятий и учреждений региона, выполняет рекламную и коммуникативную функции, обладает высокой информативностью и содержательностью.

Практика исследования имиджа и художественно-эстетического образа субъекта как способов самовыражения, самосознания и самореализации позволяет соотнести данный подход с профессиональной социальной ответственностью дизайнеров. Таким образом, в современном обществе имидж дизайнеров влияет на формирование социального заказа и выполняет функции регулятора, в частности, студенты-дизайнеры одновременно являются производителями, потребителями и распространителями нового продукта – модных стандартов и объектов дизайна костюма [2. С. 117, 135; 5. С. 386].

В процессе проектирования имиджа необходимо принимать во внимание то обстоятельство, что в реальных условиях потребитель становится главным участником творческого процесса, выставляя свои приоритеты в создании личного образа [2. С. 125]. Персонализация имиджа включает естественные и специально созданные художественно-образные решения, в том числе стереотипы поведения, ролевые установки, а также актуальные стилеобразующие элементы костюма [1. С. 12].

Для практической реализации созданного имиджа необходима информационная коммуникация, итогом которой является формирование знаковой атрибутики в виде системы символов. При этом в прагматике принято считать, что восприятие знаковой системы в костюме и отношение знаков к поведению оказывает непосредственное влияние на процессы социокультурной коммуникации. По мере развития костюмного кода его основными функциями становятся социальная и символическая. Эти функции реализуются в виде визуально воспринимаемых знаков, к которым относятся стилизованные графические элементы, цветовое решение объектов дизайна, материалы, фактура [2. С. 134–135; 4. С. 165].

Носителями имиджа выступают эмоционально окрашенные объекты дизайнерской деятельности, в свою очередь элементы фирменного стиля в костюме также служат объектом дизайнерского проектирования. При этом особое внимание в дизайне костюма уделяется подчеркиванию индивидуальности, самобытности и самовыражению личности и образа субъекта [5. С. 384, 386].

Студенты-дизайнеры являются инноваторами, обладающими необходимыми знаниями об актуальных модных тенденциях в формировании современного костюма, которые, свою очередь, широко используются в создании личного и корпоративного имиджа [6. С. 404–422]. В информационно-креативном пространстве вуза легко возникают и устанавливаются бессознательные межличностные связи производителей и потребителей дизайн-продуктов, что обеспечивается их соучастием в творческих процессах разработки имиджа территории и фирменного стиля [2. С. 122].

Отличительной чертой молодежной потребительской группы является активная динамичная эмоциональная коммуникация. В контексте современной молодежной культуры образное и стилевое решение костюма служит наиболее эффективным способом визуальной коммуникации, что способствует распознаванию группового и личного имиджа, образа жизни и эстетических предпочтений потребителей. Для создания актуального и жизнеспособного образа в процессе проектирования молодежного имиджа необходимо определить цель и мотивы действия в контексте территориальной символики.

В геральдике и символике Приморского края широко используются многочисленные атрибуты хозяйственной деятельности, наиболее распространенные и узнаваемые биоформы. На основе результатов статистических данных по использованию в качестве символики субъектов Приморского края, фирменных знаков и эмблем различных культурных объектов, образовательных и лечебных учреждений выявлены наиболее употребляемые стилизованные изображения животных (тигр – 35%), птиц (чайка – 25 %) и растений (лотос – 20 %). В данной работе для создания молодежного образа в костюме универсальными символами признаны следующие элементы положительного образа территории: тигр Амур и козел Тимур, цветы лотоса и рододендрона, чайка, олень, соболь, нерпа и др. Роль визуальных символов и знаков в создании привилегированного имиджа студентов вуза выполняют комплексные элементы фирменного стиля ВГУЭС, разработанные как часть территориального имиджа Приморского края и г. Владивостока (рисунки 1–5).

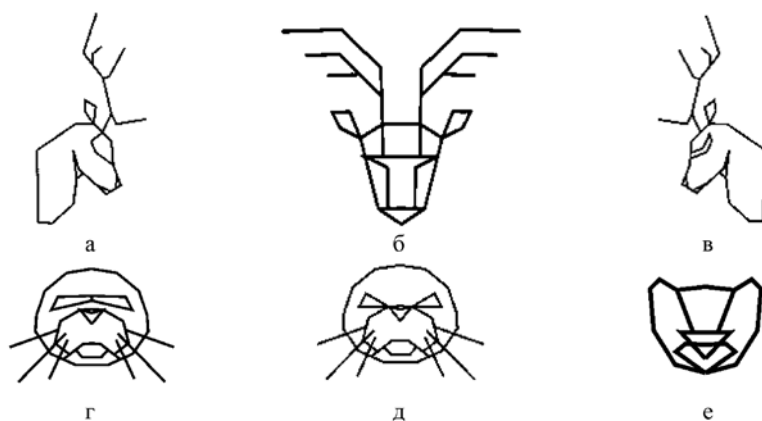


Рис. 1. Варианты стилизации визуальных символов представителей фауны Дальнего Востока: а-в – голова оленя; г-д – голова нерпы; е – голова соболя

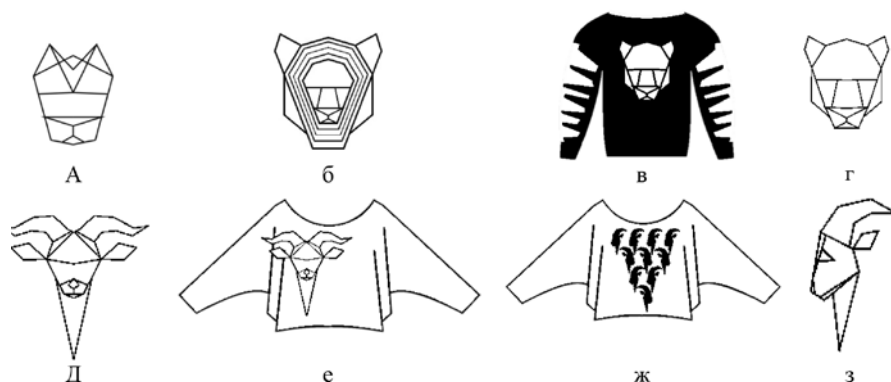


Рис. 2. Варианты композиционного решения визуальных символов в готовых изделиях:
а-г – голова тигра; д-з – голова козла



Рис. 3. Модельный ряд трикотажных изделий с использованием стилизованного изображения головы тигра

Молодежная аудитория предпочитает спортивный (естественный) имидж – Sport casual, критериями которого являются удобство, практичность, комфортность, функциональность одежды с элементами унисекса, что обеспечивается использованием комплектов швейных изделий различного ассортимента, выполненных из трикотажного полотна [6. С. 416]. Современный стереотип молодежного имиджа представляет собой результат межкультурного взаимодействия, который конструируется спонтанно или целенаправленно с участием профессионалов для достижения социальных результатов, построения личного самовыражения и карьерного роста. С этой целью во ВГУЭС организованы комплексные мероприятия творческой направленности с участием российских и иностранных студентов, получившие положительные характеристики во внешней среде: молодежный фестиваль городов-побратимов г. Владивостока, международный конкурс молодых дизайнеров «Пигмалион», Летняя школа дизайна, Pacific Style Week и др. Результаты творческого сотрудничества по выполнению авторского композиционного решения элементов костюма в спортивном стиле с элементами символики ВГУЭС показали эффективность самопрезентации участников мастер-классов по оформлению трикотажных изделий T-shirt, демонстрирующих психологический комфорт креативного пространства, умение работать в группе в процессе взаимодействия с другими участниками проекта.



Рис. 4. Варианты композиционного решения визуальных символов в готовых изделиях:
а-д – образ тигра; е-з – образ чайки



Рис. 5. Варианты композиционного решения визуальных символов с использованием элементов фирменной стилистики ВГУЭС: а – композиционный блок с логотипом ВГУЭС; б – примеры размещения композиционного блока в изделии

Для формирования гармоничных моделей молодежной одежды в стиле Sport casual с учетом корпоративной символики и знаковой прагматики современного необходимо разработать базу данных графических элементов. В результате выполнения проекта внедрена технология создания графических символов и электронных эскизов моделей, адаптированных к пропорциональным особенностям внешней формы фигур с типовыми параметрами размерных признаков. Например, при разработке модельного ряда изделий из трикотажного полотна (рис. 3) использованы измерения типовой женской фигуры 1-й полнотной группы: 158-84-88; 164-88-92; 170-92-96 и т.д. В представленных эскизах выявлена композиционная взаимосвязь антропоморфологических особенностей фигуры и элементов визуального образа моделей в виде стилизованных графических изображений тигра как символа Приморского края [3].

Таким образом, разработанные графические символы и модели одежды передают информацию о положительном имидже вуза. Распространителями имиджа являются студенты ВГУЭС, представители зарубежной студенческой молодежи, туристы и гости г. Владивостока, участники процесса информационно-креативной коммуникации [2. С. 117]. Костюм как материальный носитель имиджа способствует адаптации создаваемого образа к требованиям целевой аудитории, позволяет визуально определить творческий потенциал личности, а также степень приобщения студенческой молодежи к корпоративной культуре.

В ходе проектной работы реализованы приемы стилизации визуальных символов в различной графической и цветовой подаче элементов фирменного стиля с учетом интересов и предпочтений целевой аудитории – абитуриентов и студентов ВГУЭС. Линейная подача – прямолинейная (рис. 1–3) и криволинейная (рис. 4) – придает новое эмоционально-информативное содержание в восприятии визуальных символов. Композиционное решение внутри формы получено при помощи метода комбинаторики (рис. 2–5).

Апробация механизма продвижения имиджа территории в молодежной среде российских и иностранных студентов показывает возможности применения полученных графических решений визуальных символов как составной части имиджа Приморского края в изделиях расширенного ассортиментного ряда для повседневной носки, в качестве рекламной и сувенирной продукции.

Таким образом, результаты проведенного исследования позволяют констатировать фактическое приобретение наиболее существенных для положительного личностного имиджа качеств: включенность в процессы визуальной коммуникации; способность к гибкой адаптации в окружающей среде; толерантность и дружелюбное поведение в социуме. Анализ экспериментального исследования показал, что внедрение графической символики в костюм как части имиджа ВГУЭС является одной из важных составляющих проектирования положительного имиджа города Владивостока и Приморского края.

Перспектива дальнейшего формирования положительного имиджа территории, включающего образ города Владивостока и бренд ВГУЭС, основывается на необходимости удовлетворения социокультурных и эмоциональных запросов

потребителей – целевой молодежной и студенческой аудитории. Использование стилизованных изображений природных объектов в качестве эстетически выразительных визуальных символов положительного имиджа территории отражает межкультурные общечеловеческие ценности и, вместе с тем, является неотъемлемой частью личного и корпоративного имиджа студентов ВГУЭС.

1. Горчакова, В.Г. Имидж: розыгрыш или код доступа? / В.Г. Горчакова. – М.: Эксмо, 2007. – 208 с.
2. Гофман, А.Б. Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения / А.Б. Гофман. – 3-е изд. – СПб.: Питер, 2004. – 208 с.
3. Кривобородова, Е.Ю. Разработка методологии адресного проектирования одежды с использованием новых информационных технологий: дис. ... д-ра техн. наук / Е.Ю. Кривобородова. – Моск. гос. ун-т дизайна и технологий. – М.: МГУДТ, 2004. – С. 382.
4. Метляева, Т.В. Теоретико-методологические основания использования игровых методов в практике современного личного имиджмейкинга / Т.В. Метляева, Н.А. Коноплева // Вестник Бурятского государственного университета. – Улан-Удэ: Изд-во БГУ, 2013. Вып. 6. – С. 164–171.
5. Михайлов, С.М. История дизайна / С.М. Михайлов. – М.: Союз дизайнеров России, 2003. Т. 2. – 393 с.
6. Современная энциклопедия Аванта+. Мода и стиль / гл. ред. В.А. Володин. – М.: Аванта+, 2002. – 480 с.
7. Фадеев, Д.А. Социокультурный подход к исследованию имиджа / Д.А. Фадеев, Т.В. Метляева // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2014. – № 11. Ч. 3. – С. 438–441.

© Данилова, О.Н., 2016

© Зайцева, Т.А., 2016

Для цитирования: Данилова, О.Н. Визуальные символы как составная часть имиджа / О.Н. Данилова, Т.А. Зайцева // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. – 2016. – № 1. – С. 154–161.

For citation: Danilova, O.N., Zaytseva, T.A. Visual symbols as part of the image / O.N. Danilova, T.A. Zaytseva // The Territory Of New Opportunities. The Herald of Vladivostok State University of Economics and Service. – 2016. – № 1. – P. 154–161.

Дата поступления: 17.02.2016.

С.Ф. Карбанова

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Слагаемые имиджа города

В статье рассматриваются научные подходы к понятиям: имидж, бренд, территориальный брендинг, территориальный маркетинг.

Ключевые слова и словосочетания: имидж, бренд, территориальный брендинг.

S.F. Karabanova

Vladivostok State University of Economics and Service
Vladivostok. Russia

The cities composed image

In article scientific approaches to concepts are considered: image, brand, territorial branding, territorial marketing.

Keywords: image, brand, territorial branding, territorial marketing.

Первоначально понятие «имидж» (англ. – образ, изображение) использовалось в качестве термина эстетики и искусствоведения [1. С. 5]. Позднее имидж, став неотъемлемой характеристикой товара, превратился в категорию маркетинга, затем стал активно эксплуатироваться применительно к другим объектам и в других сферах (например, шоу-бизнес, политика и т.д.), успешность функционирования которых зависит от выбора потребителя (при этом потребление рассматривается в самом широком смысле). В большинстве случаев «имидж» рассматривается как представление о человеке, товаре, фирме, возникающее у людей на основе комплекса их впечатлений и мнений [2].

Понятие «имиджевая привлекательность региона» как категория имиджа возникло недавно и получило распространение в современном обществе. Имидж региона как специфический идеальный образ формируется на основе объективной информации о характеристиках и потенциале территории, природно-климатической среды, состояния инфраструктуры, коммуникаций, социального климата и условий жизнеобеспечения, создавая реальное представление о регионе и происходящих в нем процессах [3. С. 215]. Позитивный имидж региона выступает в качестве нематериального фактора, стимулирующего социально-экономическое

Карбанова Светлана Федоровна – канд. ист. наук, профессор, профессор кафедры дизайна и технологий;
e-mail: svetlana.karabanova@vvsu.ru.

развитие территории, реализуя свою экономическую функцию через привлечение капитала, в том числе инвестиционных ресурсов и экономически активного населения.

В современной экономике регион не может рассматриваться как абсолютно замкнутая территория. Возможность привлечения внешних ресурсов, потребность в которых неизбежна, определяется положением региона в системе экономических связей. В последние годы все более востребованными оказываются возможности маркетинга, используемые в целях повышения инвестиционной привлекательности регионов. Создание благоприятного инвестиционного имиджа и позитивный образ динамичной, активно развивающейся экономики региона являются ключевыми факторами привлечения отечественных и зарубежных инвестиций. Однако успешное формирование положительного образа региона возможно лишь при наличии четкой маркетинговой стратегии, которая направлена на формирование такой категории, как «имидж».

В условиях жесткой борьбы за инвесторов возрастает роль имиджа, который позволяет региону сформировать положительное мнение о нем, привлекать и наращивать ресурсы для своего развития. Имидж в рыночном понимании – это воссоздание привлекательного образа продукта, товара или услуги, повышающего его конкурентоспособность. В данном контексте любой регион можно рассматривать как специфический товар, потребителями полезных свойств которого выступают жители, инвесторы, предприниматели, туристы. В основополагающую цель формирования и продвижения имиджа региона входит выявление его ключевых характеристик, определение, а в некоторых случаях и создание четких ориентиров, указывающих на территориальную особенность.

Существует множество определений имиджа региона, которые условно можно объединить в такие подходы к его трактовке: социологический, территориально-географический, эмпирический и брендовый.

Социологический подход наиболее полно представлен следующими определениями:

- имидж – это «внешний образ, создаваемый субъектом или объектом с целью вызвать определенное впечатление, мнение, отношение у других»;
- имидж – это «совокупность свойств, приписываемых рекламой, пропагандой, модой, предрассудками, традицией и т.д. объекту с целью вызвать определенные реакции по отношению к нему» [4. С. 322].

Территориально-географический подход к определению имиджа был предложен Всемирной организацией по туризму: имидж территории представляет собой совокупность эмоциональных и рациональных представлений, вытекающих из сопоставления всех признаков страны, собственного опыта и слухов, влияющих на создание определенного образа [5. С. 61–64].

Эмпирический подход к определению имиджа региона в основном представлен высказываниями политиков, государственных чиновников, общественных деятелей, которые рассматривают имидж региона скорее не как научную категорию, а как практический инструмент решения конкретных задач. В этой связи интересна

мысль, что имидж региона – это настоятельная жизненная необходимость в условиях информационного общества и всепроникающей глобализации [6. С. 41].

Представители «брендового» подхода предлагают рассматривать имидж территории в терминах брендинга, то есть говорить о создании «бренда страны (региона)», «торговой марки страны». Брендинг в данном случае выступает как основа нематериальных активов государства, «вид деятельности», направленный на создание устойчивых представлений в сознании потребителей об объекте окружающего мира.

Региональный брендинг в более общем смысле – территориальный, имеет право стоять в одном ряду с бизнес-брендингом, политическим брендингом, социальным брендингом. Он необходим для улучшения «финансового имиджа» территории и привлечения инвестиций, его определяют и как «средство внеэкономического решения текущих проблем, стоящих перед субъектами региональной активности – властью, коммерческими структурами, общественными организациями» [7. С. 3].

Обобщая рассмотренные подходы, можно констатировать, что имидж региона – это стихийно сложившийся и / или искусственно созданный образ региона, который устойчиво закрепился в массовом и индивидуальном сознании под влиянием совокупности эмоциональных, рациональных характеристик, убеждений и ощущений людей, которые возникают по поводу особенной территории.

В контексте изложенного выше можно выделить две существенные проблемы, возникающие при формировании имиджа города. В настоящее время ускорен процесс урбанизации. Городской образ жизни привлекает большие массы людей, вырывая из традиционного образ жизни и формируя человека индустриального общества. Это приводит, как считают ряд исследователей, к потере связи с землей, своим окружением, семьей. Подрывается сущность его бытия – упадок нравственности, распад семейных связей, ухудшение психологического состояния окружающей среды.

Другая проблема, которую необходимо учитывать, касается внутреннего и внешнего имиджа государства. Это связано с необходимостью поддерживать социально-психологические функции имиджа страны, формирование патриотизма, этнической толерантности, положительного самочувствия населения.

Условно сущность и природу категории «имидж региона» можно разделить на две составляющие: внутреннюю и внешнюю. Внутренний имидж связан в основном с восприятием региона и отношением к нему населения, проживающего на его территории. Он включает следующие основные элементы: условия быта, облик региона, народное творчество, менталитет местного населения и региональную символику. Бытовые условия связывают с обширным сектором факторов ежедневного существования в условиях городской среды. Под обликом региона понимается его внешний вид (архитектура, достопримечательности, местоположение, чистота улиц, освещенность дорог и т.п.). Сюда же относят стереотипы о регионе – это стабильно повторяющиеся цепочки событий в регионе, ассоциативные характеристики определенного населенного пункта.

Народное творчество как элемент внутреннего имиджа представлено: региональным фольклором, чаще всего устным; художественной коллективной творческой деятельностью народа, проживающего в конкретном регионе, отражающей его жизнь, воззрения, идеалы; создаваемыми народом и бытующими в народных массах поэзией (предания, песни, частушки, анекдоты, сказки, эпосы), народной музыкой (песни, инструментальные наигрыши и пьесы), театром (драмы, сатирические пьесы, театр кукол), танцами, архитектурой, изобразительным и декоративно-прикладным искусством.

К региональной символике, также формирующей внутренний имидж региона, относят название, флаг, герб, эмблему, девиз, гимн. Его основная цель заключается в создании единого духа населения и поддержании патриотизма. Местный менталитет характеризуется определенным «складом ума», особенностями поведения, то есть устойчивыми интеллектуальными и эмоциональными особенностями, присущими социальной общности (нация, народ, этнос).

Внешний имидж региона формируется представлениями о нем за территориальными пределами. К основным элементам внешнего имиджа относятся географическое положение, региональный рынок капитала, качество жизни населения и власть региона.

Географическое положение как элемент внешнего имиджа региона представляет собой территориальное расположение, совокупность природно-климатических условий, наличие или отсутствие природных ресурсов, а также характеристики индустриализации населенных пунктов, входящих в состав региона.

В данной статье представлены подходы к трактовке имиджа региона и города, дан анализ сущности и природы категорий имиджа региона и города, внутренние и внешние слагаемые, рассмотрены некоторые проблемы продвижения имиджа города.

Власть региона играет немаловажную, а порой и ключевую роль в формировании внешнего имиджа, так как авторитет региональных властей на федеральном уровне, степень доверия к ним во многом определяют отношение к региону в целом. Характеризуя власть региона как элемент внешнего имиджа, стоит обратить внимание на команду личностей, компетентность членов команды, нестандартность идей, стиль принятия решений, прозрачность законотворчества, отношение к социальным проблемам.

Качество жизни населения как элемент внешнего имиджа региона может оцениваться с помощью таких показателей, как уровень развития системы образования, здравоохранения и социальной защиты; наличие коммуникаций в социуме; свобода деятельности и выбора; организованность досуга; доступ к культурному наследию и др. Данный фактор одинаково важен и для внутреннего имиджа города.

Имидж города формируется на базе распространяемой о нем информации, соответствующих индексов и рейтингов, реально существующих аргументов функционирования и развития городов.

Определение «имидж города» формируется по результатам социальных исследований. Город рассматривается как своеобразный, уникальный товар, который

обладает своими свойствами и требует определенного позиционирования и продвижения. Формирование необходимого или нового имиджа города всегда исходит из того, что город – это не новый товар, и у него существует определенный имидж. Важным показателем положительного имиджа города является качество жизни, которое определяется, в первую очередь, обеспечением различных социальных групп комфортным жильем, наличием общественных оздоровительных, культурных, развлекательных сооружений и т.д. и развитой инфраструктурой – транспортом, образовательными учреждениями.

Объектами формирования любого имиджа города могут быть такие базисные социально-психологические понятия: интересы жителей города, их потребности, материальные и духовные ценности; и дополнительные: разного уровня отношения между субъектами города, степень их действенности. Интерес жителей города к субъектам извне – это совершенно реальные причины, по которым общество совершает свои социальные действия. Содержание и характер интереса связаны как со строением и динамикой мотивов и потребностей человека, так и с характером форм и средств освоения действительности, которыми он владеет.

Ценности – значимость объектов окружающего мира для человека, общества в целом, определяемая не их свойствами самими по себе, а их вовлеченностью в сферу человеческой жизнедеятельности, интересов и потребностей, социальных отношений; критерии и способы оценки этой значимости, выраженные в нравственных принципах и нормах, идеалах, установках, целях. Потребности – нужда в чем-либо необходимом для поддержания жизнедеятельности и развития человеческой личности, социальной группы, общества в целом; внутренний побудитель активности.

Региональный рынок капитала представляет собой систему взаимоотношений между частными, институциональными инвесторами, кредиторами и другими участниками рынка, в результате которых в регионе концентрируется масса капитала во многом собственных и привлеченных средств, включая объемы услуг, оказываемых на условиях лизинга. От уровня развития регионального рынка капитала во многом зависит инвестиционная привлекательность региона и, как следствие, объем привлеченных внешних и внутренних инвестиций.

Таким образом, имидж различных регионов и городов содержит в разной степени насыщенность каждого из этих составляющих, которые необходимо учитывать в аспекте работы над их улучшением.

В целом имидж города, по определению Всемирной организации по туризму, представляет совокупность эмоциональных и рациональных представлений, вытекающих из сопоставления всех признаков города, собственного опыта и слухов, влияющих на создание определенного образа. Все перечисленные факторы позволяют при упоминании названия сразу же строить целую цепь ассоциаций по отношению к данному городу.

План продвижения города – это система, которая, выявляя все конкурентные преимущества городской территории, направлена на формирование положительного имиджа. Стратегия плана продвижения города, как и любая другая, должна

носить научный характер, причем, исходить должна из управленческого аппарата. Прежде всего, эта работа связана с донесением до населения всех тех преимуществ, которые может предложить городская администрация, исходя из своих возможностей и ресурсов, для улучшения благосостояния субъектов города. Продвижение города «как товара» может быть близко по смыслу и действиям продвижению коммерческой компании и ее товаров. В системе городского управления продвижение города является составной частью стратегического плана развития. Как в любом плане, все начинается с объективной оценки существующей ситуации и определения перспективных путей его реализации.

1. Важенина, И.С. Имидж, репутация и бренд территории / И.С. Важенина // Эко. – 2008. – №8. – С. 3–16.
2. Еремеев, Г.Н. Аналитика и феноменология имиджа / Г.Н. Еремеев // Имидж и маркетинг территорий. – 2000. – №9. – С. 20–25.
3. Голубков, Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика / Е.П. Голубков. – М.: Финпересс, 2008. – 416 с.
4. Осипов, Г.В. Социологический энциклопедический словарь / Г.В. Осипова. – М.: Норма-Инфра, 2000. – 939 с.
5. Тарасов, А.Н. Формирование имиджа города во внешних контурах. Ньюсмейкинг как одна из важнейших задач пресс-службы / А.Н. Тарасов // Лаборатория рекламы, маркетинга и PR. – 2006. – №5. – С. 61-64.
6. Силина, С. Маркетинговая концепция управления региональным развитием / С. Силина // Маркетинг. – 2004. – №1. – С. 29–42.

© Карабанова, С.Ф., 2016

Для цитирования: Карабанова, С.Ф. Слагаемые имиджа города / С.Ф. Карабанова // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. – 2016. – №1. – С. 162–167.

For citation: Karabanova, S.F. The cities composed image / S.F. Karabanova // The Territory of New Opportunities. The Herald of Vladivostok State University of Economics and Service. – 2016. – № 1. – P. 162–167.

Дата поступления: 04.02.2016.

Н.А. Коноплева

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

К вопросу об интерпретации концептов: территориальный имиджмейкинг, брендинг, маркетинг

В статье рассматриваются научные подходы к концептам: регион, имидж, образ, бренд, территориальный брендинг, территориальный маркетинг.

Ключевые слова и словосочетания: регион, город, образ, имидж, бренд, территориальный брендинг, территориальный маркетинг.

N.A. Konopleva

Vladivostok State University of Economics and Service
Vladivostok. Russia

To a question of interpretation of concepts: territorial image making, branding, marketing

In article scientific approaches to concepts are considered: region, image, image, brand, territorial branding, territorial marketing.

Keywords: region, city, image, image, brand, territorial branding, territorial marketing.

В современных социально-экономических условиях для регионального развития, привлечения на территорию инвестиций, новых жителей, туристов, бизнес-структур все большее значение приобретают формирование успешного имиджа территории, ее бренда, разработка стратегий территориального (регионального) маркетинга.

Вместе с тем до настоящего времени в науке прослеживается терминологическая путаница и многоаспектность понятий, значимых для процессов позиционирования территории на современном как внутреннем, так и международном уровнях. Поэтому практикам территориального имиджмейкинга и брендинга, прежде чем они обратятся к данным технологиям, следует четко определиться с понятийно-категориальным аппаратом: регион, территория, имидж, образ, бренд, территориальный имиджмейкинг, территориальный брендинг, а лишь затем соотнести эти понятия с деятельностью в сфере территориального маркетинга.

Так, определение термина «регион» происходит от лат. regio – область, пространство, страна. При этом данный термин осмысливается в аспекте географического знания, в связи с чем под регионом понималась относительно «однородная часть территории по тем или иным географическим понятиям» [2. С. 8]. Н.А. Андрианова трактует данное понятие как исторически сложившееся социальное пространство, имеющее способность к самовоспроизводству и развитию [1]. Она отмечает, что регион складывается на основе комплекса взаимодействующих факторов: территории, природных условий, общности истории и культуры, демографии, социальных качеств населения, экономической, политической, правовой структур. В свою очередь И.Н. Барыгин пишет, что «регион – это категория для обозначения определенной части территории, социально-территориальных образований на один порядок меньших, чем некоторая территориальная общность, ограниченная пространственно-временными рамками проблемного поля» [2. С. 173]. Д.П. Гавра, Ю.В. Таранова, ссылаясь на определение Г.В. Осипова, считают, что внутригосударственный регион – это «...область, район, часть страны, отличающаяся от других областей совокупностью естественных и исторически сложившихся относительно устойчивых экономико-географических и иных особенностей, нередко сочетающихся с особенностями национального состава населения» [7. С. 16–17].

Г.Б. Паршукова, ссылаясь на определения N. Webster, Л.Г. Олех, И.М. Бусыгиной, определяет регион через систему понятий: часть страны, отличающаяся от других какими-либо условиями или свойствами; группа близлежащих стран, характеризующаяся общностью расового или этнического состава, культурных традиций и т.п.; самодостаточный социальный организм, находящийся в единстве со своей средой, обладающий физико-географическими, культурно-цивилизационными, экономическими, культурно-историческими, политико-административными и правовыми свойствами; гомогенное пространство, при этом гомогенность устанавливается на основе физико-географической общности, этнической, языковой, конфессиональной или культурной общности населения, общего прошлого, общности хозяйственных структур; административно-территориальная единица [10. С. 34]. Е.В. Демидова считает, что территорию в современных социально-экономических условиях необходимо рассматривать не как географическую единицу, а как своего рода товар, обладающий определенной стоимостью, которая чем выше, тем лучше для городского развития; если речь идет об имидже города [8].

По мнению Е.И. Бражко, территория – это не только ограниченный по каким-либо признакам (граница, физико-географические, политические, этнические и другие критерии) участок земли, но и природные, социальные, экономические элементы (лес, вода, земля, ископаемые ресурсы и т.д.), удовлетворяющие нужды и потребности самоуправляемого сообщества [3. С. 2]. По его мнению, подход к территории как объекту рыночных отношений диктует необходимость территориальным органам власти (выступающим ее продавцами) стать активными конкурентными участниками рынка, занять на нем свою рыночную нишу.

В территориальном маркетинге выделяют маркетинг страны, региона, города. Учитывая, что нас интересует, прежде всего, продвижение г. Владивостока,

обратимся к понятию «город». Г.М. Лаппо определяет город «как удивительное явление, характеризующееся чрезвычайной многогранностью. Это «интеграл» человеческой деятельности, сложнейший социально-экономический организм, многослойное историко-культурное образование, воплощение синтеза искусств, арена знаменательных событий. Это среда с особыми свойствами, зеркало страны» [8]. М. Вебер определял город как поселение, в котором отсутствует специфическое для общества соседней личное знакомство друг с другом; жители которого занимаются в преобладающей своей части не сельским хозяйством, а промышленным производством и торговлей; в котором обеспечивается многообразие занятий, а также регулярный товарообмен внутри поселения в качестве существенной составной части дохода и удовлетворения потребностей населения, т.е. поселение, в котором действует рынок и которое имеет систему самоуправления, обладает специфическими чертами, учет которых необходим для эффективного самоуправления, а именно: а) ограничения в принятии решений нормативно-правового характера по вопросам жизнедеятельности города, осуществления социальной политики, а также в других ресурсах для такого рода деятельности – финансово-экономических, материально-технических, организационных, кадровых; б) обладает наименьшей дистанцией между уровнем принятия управленческих решений по проблемам городской жизни и уровнем непосредственного потребления населением социальных благ, предусматриваемых такими решениями; в) при ограниченности ресурсов социально-экономического развития имеет лучшие возможности распоряжаться ими – оперативность, подконтрольность, маневренность [9].

Кроме понятий «территория», «регион», «город» в понятийный аппарат территориального имиджмейкинга входят термины: «имидж территории», «бренд», «репутация». Значимы для понимания этимологии этих терминов подходы ряда ведущих российских специалистов в сфере территориального имиджмейкинга: А.П. Панкрухин, Д.П. Гавра, Д.В. Визгалов, Ю.В. Таранова, И.С. Важенин, Б.Ю. Эрдынеев и др. Так, Д.П. Гавра, Ю.В. Таранова отмечают, что к определению термина «имидж» в научной и практической литературе встречается много противоречивых подходов (В.М. Шепель, Ф. Котлер, О.С. Виханский, В.Г. Зазыкин), причем в качестве опорных понятий при определении «имиджа» используются категории «образ», «мнение», «представление».

Для российской имиджологии разделение понятий «имидж» и «образ» значимы, так как в английском языке термин «имидж» имеет широкую семантику, как минимум пять значений: образ, статуя (идол), подобие, метафора, икона, но чаще всего в английской речи *image* употребляется как образ. При этом неправомерно между понятиями «имидж» и «образ» ставить знак равенства, так как понятие «образ» в русском языке имеет достаточно широкий круг коннотаций. Так, А.И. Панасюк отмечает, что в Большом толковом словаре русского языка имеется шесть толкований слова «образ», отличающихся друг от друга: внешний вид, облик...; живое, наглядное представление о ком-, чем-либо, возникающее в воображении, мыслях кого-либо; психическое отражение качеств человека, объекта, явления; обобщенное художественное восприятие действительности,

облеченное в форму конкретного явления, характер, склад, направление чего-либо; способ, средство [4].

По мнению Е.А. Петровой, имидж следует понимать как образ-представление, она отмечает, что имидж может существовать относительно независимо от восприятия объекта, в чем состоит его отличие от образов восприятия, которые возникают в результате непосредственного воздействия объектов на органы чувств.

Д.П. Гавра, Ю.В. Таранова обосновывают, что как психологический феномен имидж – это оценочная реакция психики социального субъекта – индивидуального, группового или массового – на некоторое значимое для этого субъекта явления внешнего мира [7. С. 32].

В свою очередь имидж региона – это сложное понятие, формирующееся на базе объективных природно-климатических, географических условий территории, степени ее хозяйственно-экономического освоения, особенностей административно-политического управления, наличия полезных ископаемых, традиций, обычаев, культурных ценностей, качества жизни населения и др. Единого общепризнанного определения понятия «имидж региона» до настоящего времени не сформировано. По мнению А.П. Панкрухина, «... имидж территории – это совокупность эмоциональных и рациональных представлений, вытекающих из сопоставления всех особенностей территории, собственного опыта, слухов, влияющих на создание определенного образа». Он отмечал, что имидж региона принципиально зависит от его экономики и той роли, которую регион играет в народном хозяйстве, от характера взаимоотношений с федеральными властями и другими центральными учреждениями [12. С. 119–133].

А.В. Попов отмечает, что термин «имидж территории» в современной науке выражает представление об основных приоритетах внешней и внутренней политики территории, предопределяющих ее экономическую, политическую и социальную перспективу [13. С. 55–63].

И.С. Важенина определяет имидж территории как набор ощущений и образных эмоционально окрашенных представлений людей, которые возникают по поводу природно-климатических, исторических, этнографических, социально-экономических, политических, морально-психологических и других особенностей данной территории [5. С. 22].

А.С. Шабунин определяет территориальный имидж в аспекте ряда элементов: «внешнего визуального, туристского, информационного, экономического, инвестиционного, культурного, общественно-политического, социального, призванных обеспечить мгновенное узнавание территории целевой аудиторией и ее настрой на однозначно положительное восприятие региона» [15]. Определение Е.Я. Яшиной основывается на необходимости конструирования образа региона: «... региональный имидж – это намеренно сконструированный обобщенный и структурированный в соответствии с целью стратегического развития социально-экономической системы образ, призванный вызвать позитивное представление об объекте и транслируемый на значимые диалоговые аудитории» [16].

Д.П. Гавра и Ю.В. Таранова решающее значение в формировании имиджа придают имиджевой коммуникации и обосновывают, что образ, который транслирует

объект окружению (М-имидж) как некая идеальная модель отличается от реального имиджа, т. е. от представлений, которые сложились об объекте в сознании целевых аудиторий, затронув их интересы, ценности, потребности и вызвав определенное отношение к воспринимаемому объекту, т.е. эффект коммуникации (Е-имидж) [7. С. 38]. В результате авторы рассматривают территориальный имидж как и понятие «имидж», в двух аспектах: в процессуальном понимании «имидж – это комплексная форма коммуникации, обеспечивающая целевым аудиториям определенное впечатление об объекте и отношение к нему». В субстанциональном понимании имидж – это относительно устойчивый знаково опосредованный когнитивно обусловленный и эмоционально окрашенный, обладающий рядом характеристик стереотипа психический образ – представление об объекте, подразумевающее его оценку [Там же. С. 40]. При этом имидж возникает в процессе взаимодействия субъекта с объектом и является, в отличие от образа (отражение объекта), результатом работы психики субъекта с образом, работы, сопровождающейся формированием представления об объекте в результате его оценки и возникновения к этому объекту определенного отношения (А.И. Панасюк).

В. Визгалов отмечал, что имидж города – это существующая в общественном сознании совокупность устойчивых представлений о городе [6. С. 17], и обосновывал, что он складывается на основе одного объективного источника информации – характеристике территории, отражающей объективную действительность, и двух субъективных источников – личном опыте, личном представлении о территории и чужом мнении, стереотипных представлениях и слухах.

Таким образом, имидж территории – это понятие, существующее на нескольких уровнях сознания (бытовом, социально-экономическом, политическом, деловом) и являющееся набором представлений и убеждений о территории, складывающихся у ряда целевых групп. Что же касается понятия «бренд территории», то, как отмечал Д.В. Визгалов, расплывчатость и многозначность его понимания давала возможность называть брендингом города процессы, имеющие к нему косвенное отношение [6. С. 13].

Он отмечал, что дискуссия о природе бренда города порождена многолетней дискуссией о том, что такое бренд вообще, и приводил наиболее известные его определения: «название», «термин», «знак», «символ» или любая другая характеристика, которая бы идентифицировала товар или услугу как отличную от других товаров (Kotler, 1993); «обещание ценности, психологический процесс потребительского восприятия» (Ashworth G., Voogd H., 1990); «сила, побуждающая значительное количество людей, не связанных между собой, совершать одинаковые поступки» (Aaker, 2001); «имидж товара/услуги, конвертируемый в добавленную стоимость» (Olins, 2008); «комплекс позитивных функциональных и социопсихологических характеристик, ассоциируемых с продуктом/услугой» (Competitive Cities, 2006); «продукт, имеющий уникальную функциональную ценность, создающий конкурентные преимущества, которые потребители считают достаточными для того, чтобы приобрести продукт»; «неосязаемая сумма свойств продукта: его имени, упаковки и цены, его истории, репутации и способа рекламирования» (Kotler,

1993). [цит. по: 6. С. 36]. В свою очередь, мнения о понятии «бренд города», как отмечал Д. Визгалов, в чем-то перекликаются с определениями бренда, а в чем-то от него отличаются: «...это впечатление, которое производит город на целевую аудиторию, сумма всех материальных и символических элементов, которые делают город уникальным [Moilanen and Rainisto, 2009]; это конкурентная идентичность города (Anholt, 2007); это больше, чем просто выявление уникальности города на основе позитивных ассоциаций, – это формирование самих ассоциаций (Kavaratzis, 2008, р. 53); это многомерный конструкт, состоящий из функциональных, эмоциональных и материальных элементов, которые в совокупности создают уникальный набор ассоциаций с местом в общественном сознании (Kavaratzis and Ashworth, 2005); это система ассоциаций в сознании “потребителей” города, базирующихся на визуальных, вербальных и ментальных проявлениях» (Zenker and Broun, 2010).

Анализируя все приведенные определения, можно согласиться с Д.В. Визгаловым, что «...бренд города – это нечто находящееся «посередине» между видением города изнутри (городская идентичность) и восприятием его извне (имидж города). Именно эти два образа активно влияют друг на друга, меняют друг друга и определяют бренд [6. С. 37]. При этом городская идентичность определяется как чувство социальной общности с земляками по причине совместного проживания (А. Смирнягин, 2007) и имеет несколько параметров: уникальность, тождественность и позитивность восприятия города горожанами, сплоченность городского сообщества, его способность к самоорганизации и стремление к усилению городской идентичности и поддержанию стратегии развития города (Д. Визгалов, 2011). По мнению Д.В. Визгалова, решающее значение для формирования бренда города имеет совпадение идентичности и имиджа города. «Бренд города – это городская идентичность, системно выраженная в ярких и привлекательных идеях, символах, ценностях, образах и нашедшая максимально полное и адекватное отражение в имидже города» [Там же. С. 41].

В свою очередь И.С. Важенина определяет территориальный бренд как совокупность уникальных качеств, непреходящих общечеловеческих ценностей, отражающих своеобразие, неповторимые оригинальные потребительские характеристики данной территории и сообщества, широко известные, получившие общественное признание и пользующиеся стабильным спросом потребителей данной территории.

Для каждого города, руководство которого озадачилось его продвижением, важно понимание, что для достижения хорошего восприятия города целевыми аудиториями необходимы специальные средства коммуникации, направленные на эффективную ретрансляцию привлекательных сторон городской идентичности. «В этом и заключается функция брендинга. Разрабатывается концепция бренда города, формируется адекватное восприятие идеи бренда в сознании целевых аудиторий (как внешних по отношению к городу, так и внутренних, а восприятие бренда ведет к формированию соответствующего имиджа города» [6. С. 40]. В результате брендинг города определялся Д.В. Визгаловым как процесс осознанного и целенаправленного формирования бренда города, поиска средств для выражения и развития городской идентичности, представления ее в ярких, взаимосвязанных образах, привлекательных для целевых аудиторий.

Маркетинг города – это инструмент его экономического развития, т.е. конечной целью любой маркетинговой стратегии развития должно явиться достижение благосостояния горожан. При этом маркетинг города, как инструмент развития городской среды должен включать в себя деятельность по формированию комфортной среды проживания (пространственная, экологическая, культурная, психологическая и т.д.) и благоприятных условий для хозяйственной деятельности. При этом, по нашему мнению, важное значение имеет инвестиционная привлекательность территории, являющаяся основой формирования инвестиционного имиджа и характеризующаяся, согласно Ю.И. Фирсову, следующими объективными признаками: «...инвестиционным климатом, инфраструктурой региона и инвестиционным потенциалом и субъективными факторами: социально-экономическое развитие территории, инструменты его регулирования, инвестиционные риски, участие деловой элиты в общественно значимых акциях, благотворительное спонсорство, интеллектуальный и научный потенциал» [14. С. 3].

Таким образом, проведенный анализ интерпретации ключевых в территориальном имиджмейкинге терминов, с одной стороны, демонстрирует многоаспектность их понимания, а с другой – позволяет специалистам по территориальному брендингу и маркетингу определиться со стратегией развития территории, с учетом определения сущности всех терминов и их содержательных характеристик, имеющих решающее значение для продвижения территории.

-
1. Андрианова, Н.А. Имидж в стратегии инновационного развития региона: политико-технологический аспект: дис. ... канд. полит. наук / Н.А. Андрианова. – Краснодар, 2009.
 2. Барыгин, И.Н. Регионоведение: уч. пособие для студентов вузов / И.Н. Барыгин. – М.: Аспект Пресс, 2007. – С. 8.
 3. Бражко, Е.И. Механизмы реализации местного самоуправления [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.jourclub.ru>. Государственное и муниципальное управление.
 4. Большой толковый словарь. – М., 1998.
 5. Важенина, И.С. Концептуальные основы формирования имиджа и репутации территории в конкурентной среде: автореф. дис. ... д-ра экон. наук / И.С. Важенина. – Екатеринбург, 2008.
 6. Визгалов, Д.В. Брендинг города // Институт экономики города. – М., 2011.
 7. Гавра, Д.П. Имидж территориальных субъектов в современном информационном пространстве: учеб. пособие / Д.П. Гавра, Ю.В. Таранова. – СПб.: Санкт-Петерб. гос. ун-т высш. шк. журн. и мас. коммуникаций, 2013. – 155 с.
 8. Демидова, Е.В. Маркетинговые стратегии городов как инструмент территориального развития / Е.В. Демидова // Академический вестник УралНИИ проект РААСН. – 2010. – № 2. – С. 10–15.
 9. Доскальчук, А.В. Проектирование социально-экономического развития российского города областного подчинения: проблема оптимизации: дис. ... канд. социол. наук / А.В. Доскальчук. – М., 2009.

10. Имидж страны/региона как стратегия интеграции России и АТР в XXI веке: материалы конференции 28-30 июня 2010 г. / отв. ред. А.В. Кузьмин. – Улан-Удэ: Изд-во ВСГТУ. – 319 с.
11. Метляева, Т.В. Проблемы позиционирования творческой индустрии в аспекте формирования имиджа города Владивостока / Т.В. Метляева, М.В. Бондарь // Современные проблемы науки и образования. – 2015. – № 2 (ч. 2) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=22907>
12. Панкрухин, А.П. Имидж территории, ее бренд и противодействующий маркетинг / А.П. Панкрухин // Имиджелогия 2008: Имидж как инструмент привлекательности и конкурентоспособности: матер. VI Международного симпозиума по имиджелогии. – М.: РИЦ АИМ, 2008.
13. Попов, А.В. Имидж территориального образования понятийно-терминологическая систематизация проблемного поля / А.В. Попов // Имиджелогия 2008: Имидж как инструмент привлекательности и конкурентоспособности: матер. VI Международного симпозиума по имиджелогии. – М.: РИЦ АИМ, 2008.
14. Фирсов, Ю.И. Формирование имиджа территории для обеспечения ее инвестиционной привлекательности: дис. ... канд. экон. наук / Ю.И. Фирсов. – М., 2013.
15. Шабунин, А.С. Формирование имиджа региона: теоретические аспекты и перспективы применения (на примере Владимирской, Ивановской, Костромской, Тверской и Ярославской областей): дис. ... канд. полит. наук / А.С. Шабунин. – Ярославль, 2006. – 196 с.
16. Яшина, Е.З. Стратегическое управление развитием региональных социально-экономических систем с использованием имиджевого подхода: автореф. дис. ... канд. экон. наук / Е.З. Яшина. – Самара, 2006.

© Коноплева, Н.А., 2016

Для цитирования: Коноплева, Н.А. К вопросу об интерпретации концептов: территориальный имиджмейкинг, брендинг, маркетинг / Н.А. Коноплева // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. – 2016. – № 1. – С. 168–175.

For citation: Konopleva, N.A. To a question of interpretation of concepts: territorial image making, branding, marketing / N.A. Konopleva // The Territory Of New Opportunities. The Herald of Vladivostok State University of Economics and Service. – 2016. – № 1. – P. 168–175.

Дата поступления: 01.02.2016.

О.Н. Копытов

Дальневосточный федеральный университет
Владивосток. Россия

Субъект современного краеведческого медиадискурса Приморья: главные характеристики

Что такое – краеведческий медиадискурс, и кто его подлинные субъекты? От ответа на этот вопрос во многом зависит имидж региона.

Ключевые слова и словосочетания: медиадискурс, краеведение, субъекты медиадискурса, характеристики субъектов медиадискурса, Приморье, Россия.

O.N. Kopytov

Far East Federal University
Vladivostok. Russia

The subject of contemporary media discourse Primorye regional studies: the main characteristics

What is the media discourse of local lore, and who is the real authors? The image of the region largely depends on the answer to this question.

Keywords: media discourse, regional studies, subjects media discourse, the characteristics of the subjects of media discourse, Primorye, Russia.

Краеведение как сосредоточивание усилий на изучении определенной территории не имеет четкого академического статуса. Журналистская специализация – явление как минимум гибкое, а как максимум – в номенклатуры не входящее. В официальных стандартах нет, например, понятия «политическая журналистика», что уж тогда говорить о «журналистике краеведческой»? Тем не менее, с точки зрения медиадискурса как совокупности текстов, объединенных рядом признаков (сферных, предметных, жанровых, фактурных, и т.д.), краеведение как научный подход к любви, в данном случае к малой родине, сегодня: а) невозможно без освещения его результатов профессиональными (по отношению к делу, не обязательно «по штату») журналистами; б) возможно тогда, когда эти журналисты одновременно исследователи. Почему? Что заставляет их быть таковыми? Однонаправленные действия как строгий, четкий, без изломов, а тем более «откатов», движений назад, вектор краеведческого медиадискурса. Это действия поиска подлинных сведений

Копытов Олег Николаевич – д-р филол. наук, профессор кафедры журналистики и издательского бизнеса Школы гуманитарных наук; e-mail: oleg_kopytov@mail.ru.

о своей малой родине. Краевой публике уже недостаточно, что ей просто покажут наследие малой родины, тем паче – повторят мифы и легенды «нашей Ойкумены»: они давно перекочевали в социальные сети и там уже всем надоели, и уж совсем раздражает, если тележурналист, не скрывая удовольствия от «служебного туризма», просто покрасует на фоне озера лотосов или водопада в непроходимой тайге, куда «простой человек» так и не смог выбраться за всю свою жизнь. Любовь к малой родине сегодня могут подпитывать только медиапроизведения (в немалой степени включающие экспертные интервью), сделанные человеком (или с человеком) а) любящим свой край; б) творческим; в) с вдохновением, рассудительным, четко ставящим исследовательские задачи и умеющим их выполнять.

Субъект регионального краеведческого медиадискурса – это не функция, выполняющая роль единицы на каждый край, область, город, это личности с благородным «двойным дном» публициста и ученого. В Приморье – это, прежде всего, Сергей Корнилов, Нелли Мизь, Геннадий Турмов, Алексей Буяков, Иван Егорчев (не считаем список закрытым – *О.К.*).

«Я историк, специализация – Владивосток. Нас тут таких специалистов – краеведов – немного... Мы все друг друга знаем», – сказал о главных фигурах актуального владивостокского краеведческого медиадискурса Сергей Корнилов в феврале 2015 г. [1. С. 18].

Это *главные участники актуального* владивостокского *краеведческого медиадискурса*, собственно журналистов, штатных или внештатных работников СМИ, из перечисленных пяти двое: Сергей Корнилов, редактор ОТВ Прим (КГБУ «Общественное телевидение Приморья»), автор программы «Приморье with love» – «Приморье с любовью», в начале «нулевых» – корреспондент газеты «Новости», но и экс-сотрудник Института истории ДВО РАН, и Иван Егорчев – главный редактор журнала «Записки Общества изучения Амурского края». Нелли Мизь работала горным инженером, затем была экскурсоводом музея. Геннадий Турмов – доктор технических наук, активный участник общественно-политической жизни Приморья, бывший ректор бывшего Дальневосточного государственного политехнического университета (ныне – Инженерная школа ДВФУ), а до ректорства – проректор по научной работе. Алексей Буяков – историк, преподаватель, сегодня – помощник ректора Морского государственного университета им. адмирала Г.И. Невельского. Нелли Григорьевна Мизь и Геннадий Петрович Турмов – почетные граждане Владивостока. Все, кроме С. Корнилова, являются авторами ряда краеведческих книг.

Если понимать под медиадискурсом не только саму совокупность текстов СМИ, но и постоянное и актуальное циркулирование смыслов между медиатекстом и его референтами, и обстоятельства создания медиатекста, и тип восприятия, и тип действий адресата по получении медиасообщения – такое понимание дискурса: «некая знаковая структура, которую делают дискурсом ее субъект, объект, место, время, обстоятельства создания» [2], – то под упоминаемым выше актуальным краеведческим медиадискурсом будем понимать некую систему, состоящую из авторов (субъектов речи) с определенными характеристиками, включая подход к созданию текста (метод и способы выразительности), сегодняшнюю парадигму

краеведческих проблем и соотношение «объект из истории (города, региона) – затемненный или утраченный со временем, но важный для вектора сегодняшнего развития и/или значимости (гордости) места, а потому интересный сегодня». Термин *актуальность* у нас сопряжен с понятием *информация* как объект передачи, переработки, хранения [3]. Краеведческая актуальность в том, что информация, заключенная в данном СМИ-сообщении, очень важна в координатах «здесь и сейчас» для передачи и переработки, а также вне этих координат для хранения. Понятие не текста, но дискурса втягивает сюда такие сообщения, где говорится не о самой краеведческой информации, не непосредственно о ней, а о других, не СМИ-сообщениях информантов, например, об их лекциях, фильмах, презентациях книг или о самих книгах. Втянутый в этот дискурс адресат через СМИ-сообщение, возможно, обратится к первоисточнику, к самим фильмам, книгам, придет на лекцию, но и в самом вторичном сообщении найдет некие тезисы сообщения первичного, например, о том, что В.К. Арсеньев действительно был командиром «карательных» отрядов (сам Арсеньев их так называл (см., например, «Каратель Арсеньев...» из АиФ-Приморье, №34. 21/08/2014 [4]).

Пятеро упомянутых нами активных участников современного владивостокского и вообще приморского краевого медиадискурса обладают одинаковым набором для *актуального* краеведческого медиадискурса характеристик как авторов, субъектов речи: все они так или иначе работали в науке или до сего дня работают, с одной стороны, а, с другой – используют научный метод – *процедурно строгий* сбор и систематизацию фактов, *критический* анализ и на его основе синтез *новых* знаний и/или обобщений. Примером может служить такая черта модусного лингвистического портрета Сергея Корнилова (в терминах исповедуемого нами варианта семантического синтаксиса текста [5]), как типичная достоверность предъявляемого исторического повествования через архивы (документы) и книжные источники или авторизация именем вызывающего большое доверие исследователя-предшественника. В отличие от текстов «краеведов»-мифологов, часто именно журналистов (в «штатном» смысле), если положительно надежного квалификативного модуса нет, агенс диктума С. Корниловым (как и другими) часто даже и не именуется: «Думается, и другие чуркинские улицы типа 40 лет ВЛКСМ и 50 лет ВЛКСМ до этого носили ботанические названия. К сожалению, имя их автора не сохранили архивы Владивостока, и мы, возможно, никогда не узнаем, как звали этого большого любителя флоры» [там же].

Но при таком научно-методическом подходе все упомянутые авторы пользуются приемами публицистического функционального стиля, журналистской риторикой вообще и метафорической и прецедентотативной элокуцией в частности. В том же материале С. Корнилова о самом крупном районе города Владивостока, расположенном на полуострове Чуркина, встречаем: «Если взять подробную карту Владивостока и посмотреть на названия улиц города, то Чуркин предстанет нам чуть ли не как развернутая иллюстрация для песни Юрия Антонова «Улочки». Помните: «Пройдусь по Абрикосовой, сверну на Виноградную...». Только Чуркин представляет дальневосточную версию этого хита. Судите сами: на Чуркине есть

улицы Ольховая, Пихтовая, Елочная, Вязовая, Кизиловая... Березовая, Кипарисовая, Черемуховая...» [там же].

Сегодняшняя парадигма актуальных краеведческих проблем возникает из двух источников: а) сопряжения культуры как образцов из прошлого и поиска правильного сегодняшнего вектора развития города и/или региона как социальной и природной среды обитания; б) борьбы с вульгарной исторической парадигмой (мифотворчеством). В первом случае ярким примером является безуспешная борьба Нелли Григорьевны Мизь с возведением городскими властями бизнес-центра Fresh Plaza, высоким параллелепипедом синего стекла в ряду трех-четырех-пятиэтажных кирпичных и каменных зданий старой постройки на одной из главных улиц Владивостока – Океанском проспекте, критика других современных проектов, не вписывающихся в исторически сложившийся облик центра города, или откровенных ляпов и «долгостроев», как бетонный левиафан в начале улицы адмирала Фокина, местного Арбата. Автор часто остро полемичен, в особенности в «годы АТЭС»: «Я не хочу, чтобы у нас был форум АТЭС! Пусть лучше Владивосток останется деревней, но с личным своеобразием» [6]. Однако не боится прослыть ретроградом и имеет важнейшее свойство публициста – собственную позицию по общественно важным вопросам, которая не меняется много лет.

Кроме архитектурной упорядоченности Владивостока и других городов Приморья, ведущие субъекты краеведческого медиадискурса Приморья призывают – не прямо, а через свой специфический дискурс – к упорядоченной и эстетически значимой городской ономастике, монументалистике, к упорядоченности ландшафтной, особенно парковой, что архиактуально во Владивостоке, построенном на горах и с трех сторон стесненном морем. Призывают, несмотря на всю подлинную реалистичность портрета, чтить отцов-основателей – прапорщика Комарова, создателя военных постов, ставших впоследствии городами Хабаровском и Владивостоком, капитана транспорта «Маньчжурь» Алексея Шефнера, солдат третьей роты 4-го Восточно-Сибирского батальона, затем – Павла Чуркина, Евгения Бурачка, первого гражданского жителя Владивостока Якова Семенова и других. Важна не просто колоритная, но и правильная местная морская история: от одного из первых русских кораблей в этих местах – транспорта «Маньчжурь» до сегодняшней гордости парусного российского флота, его «сверхновой истории», от конца 1980-х – кораблей «Надежда» и «Паллада». Приморские краеведы в местных СМИ вообще призывают к правильному историческому мышлению (отбору лучших образцов из достоверного материала). И здесь второй исток и мотив их творчества и изыска – *разрушение мифов*. Между прочим, этим словосочетанием можно назвать недавно ставший полноправным в ряду иных новейший жанр медиатекста. В этом жанре написаны целые и цельные медиатексты [7]).

Мифы Приморья можно сгруппировать в пять главных тематических групп: 1) мифы о кладях; 2) мифы о китайцах в старом Владивостоке вообще и их городке в старом Владивостоке, Миллионке, в частности (сегодня пространство между улицами Алеутской, Пограничной, Фокина и Семеновской); 3) мифы об острове Русском, Петрова, Рейнеке и других островах архипелага недалеко от Владивостока;

4) мифы об Арсеньеве и Дерсу Узала; 5) мифы о пересыльных тюрьмах ГУЛАГа, его жертвах и кладбищах вообще и о смерти Мандельштама в частности.

В местном общественном сознании и в региональном медиадискурсе – аберрация прошлого в виде ее идеализации (сегодня в основном – дореволюционного периода, в советскую пору – идеализации 20–30-х годов XX века). Эта идеализация похожа на туристическую идеализацию, когда в иную колоритную местность приходишь на краткое время и в лучшие (или ярко раскрашенные) ее топосы, беседуя с благожелательными и красноречивыми персонами (гидами), а не живешь в ней рутинно-повседневно и везде. Только это как бы туризм в прошлое, которым часто занимаются «просто журналисты» в «туристической» роли «краеведа», на самом деле – маске, амплуа напрокат, как авторы окказиональных для своей основной журналистской специализации историко-краеведческих статей или телепроектов (телепередач). Иногда такие журналисты приходят извне Приморья, например, один сибирский журналист стал автором мифа о том, что Дерсу Узала был японским шпионом (на «основании» того, что фильм-шедевр о нем и Арсеньеве снял японец Акира Куросава). Есть подобные версии и в книгах, изданных в Санкт-Петербурге, о чем Иван Егорчев пишет так: «Порой фантазия людей, желающих прославиться за чужой счет, выходит за рамки понятий этики. К ним относится утверждение, что и Арсеньев, и Узала были шпионами: первый – английским, а второй – японским. Не буду называть авторов, чтобы лишний раз не рекламировать их, но отмечу, что все эти «версии» опубликованы в книгах, изданных в Санкт-Петербурге» [9].

Тем не менее, на «краеведческий туризм», на региональное мифотворчество есть спрос, и немалый. Поэтому своего читателя имеет книга владивостокского журналиста, но вряд ли журналиста-краеведа, в нашем понимании, Василия Авченко «Глобус Владивостока» (М.: Ад Маргинем, 2012, 112 с.; тираж 2000). Там – стёбы или мифы, вообще-то и отсылки к упомянутым нами краеведам в более-менее серьезных фрагментах (см. статью «Зелёные кирпичики»), в целом – стиль и метод андеграунда в воинственной позиции к освещенным сторонам традиции: отсутствие маркированной авторизации-персуазивности в собственных изысканиях главных черт Владивостока, к которым почему-то отнесены некоторые политики, не актуальные для сегодняшнего города (см. например, статью «Грызлов, Борис»), но крайне нелюбимые автором, а также не известные за пределами Владивостока рок-группы и их солисты, «ненавязчиво» рекламируемые алкогольные напитки и наркотические вещества, во всяком случае, субъектно-субъективно выделяемые автором.

Что касается родов журналистики, содержащих сообщения краеведов (фактурная детерминанта медиадискурса), то очевидно особое, содержательно *проигрывное* место в ней занимает телевидение (по сравнению не только с печатью и радио, но и с интернетом). Оно (точнее его потребитель, обобщенный в понятиях рейтинга и доли) требует и требует зрелищности и постоянного нарушения первого принципа кодекса речевого поведения (и классической риторики и журналистики тоже) «Не будь банальным». Зрелищность в данном случае нередко заточена на бессодержательную зрелищность как удел балагана. Есть пример и с фигурами

из нашего списка. Им является само имя программы Сергея Корнилова и выбор ведущего. «Приморье with love» (чаще без полностью русскоязычного дубля имени «Приморье с любовью») содержит в себе часть названия рок-группы и сценической графики имени ее фронтмена Ивана Панфилова – «Иван Панфиlove», этот примитивный каламбур обыгрывается в заставке программы, ведущим является не Сергей Корнилов, а Иван Панфилов, очевидно, более исполняющий роль себя самого, а не организующий с аудиторией доверительный диалог на заданную тему, с интонацией самопрезентации более, чем с подчеркиванием или сопереживанием важных содержательных сторон текста, написанных Сергеем Корниловым. Однако и здесь Сергей Корнилов как журналист-краевед, вышедший из школы научного дискурса, остается во многом самим собой. Например, он постоянно обращается к надежным источникам информации и методикам систематизации материала. И развенчивает мифы. Так, в передаче о главном и символическом животном Приморья – тигре, он вставил в сценарий уже в самом начале мини-интервью с экспертом – ученым-биологом, который холодно комментирует мнение о том, что «раньше тигры были в два раза крупнее, не 2 метра, а 4, весом не 200 кг, а 400»: «... достоверных данных об этом нет, они могли быть *немного* крупнее современных, потому что *немного* крупнее была их основная кормовая база, в частности, косули» [8].

Тем более формат абсолютной опоры на достоверные источники, в крайнем случае – непротиворечивую логику исторической реконструкции – соблюдает в эфирном СМИ-сообщении наиболее строгий из нашего списка субъектов Приморского краеведческого медиадискурса Нелли Мизь. Вот дословная запись фрагмента ее выступления в одной радиопередаче (мы подчеркнем модус персуазивности): «Возможно, Колчак и был на Русском острове. Нет точного документа. Мы опираемся только на то, что абсолютно точно известно. Скорее всего, он там был, потому что он принимал участие в закладке памятника шхуне «Крейсерок» и памятника Невельскому. Он был здесь в те события, которые происходили, в том числе и на Русском острове. Наверняка, он здесь был. Но где он был, и что делал, мы не знаем. Поэтому мы об этом пока молчим. Если известно, что Лавр Корнилов там служил, то мы об этом говорим точно» [9].

Итак, откажемся от имени «журналист-краевед», а станем говорить о субъектах актуального краеведческого медиадискурса. Скажем, что это не специализация, не амплуа, а естественная, потому постоянная общественная роль субъекта с речевыми характеристиками журналиста и методикой ученого в актуальном краеведческом медиадискурсе. Это и любовь человека в этой роли к своей малой родине. И к Родине, конечно.

-
1. Рудакова, О. Приморский чилим / О. Рудакова // Владивосток. – 2015. – № 23 (5394). – 18 февраля.
 2. Леонтьева, Е.Ю. Философия, культура, религия. Рациональность и «дискурс» (к постановке проблемы) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ebiblioteka.ru/sources/article.jsp?id=2800039> .

3. Шилина, М.Г. Актуальный медиадискурс: теоретико-методологические аспекты исследований / М.Г. Шилина // Медиаскоп. – 2011. – № 4 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/node/971> .
4. «Каратель Арсеньев»; кого выдающийся ученый искал в секретных экспедициях [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.vl.aif.ru/gazeta/number/17385>
5. Корнилов Сергей. Чуркиград [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://daily.novostivl.ru/archive/?sstring=&year=&f=lf&t=021102c01> .
6. Нелли Мизь: не надо путать цивилизацию с урбанизацией [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://deita.ru/news/society/06.07.2007/88435-nelli-miz-ne-nado-putat-tsivilizatsiju-s-urbanizatsiej/> .
7. Егорчев, И. Дерсу заподозрили в шпионаже [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://vladnews.ru/3677/sekretnye-materialy/dersu-zapodozrili-v-shpionazhe.html>.
8. «Приморье with love» с Иваном Памфиловым. Уссурийский тигр. Видео на сайте «Тигромания» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://tigromania.ru/files/video/doc/391-primore-with-love-s-ivanom-panfilovym-ussurijskij-tigr.html> .
9. Остров Русский. Прошлое и будущее // Эхо Москвы. Время выхода в эфир: 04 января 2009, 08:35 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.echo.msk.ru/programs/time/563778-echo/>

© Копытов, О.Н., 2016

Для цитирования: Копытов, О.Н. Субъект современного краеведческого медиадискурса Приморья: главные характеристики / О.Н. Копытов // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. – 2016. – № 1. – С. 176–182.

For citation: Kopytov, O.N. The subject of contemporary media discourse Primorye regional studies: the main characteristics / O.N. Kopytov // The Territory Of New Opportunities. The Herald of Vladivostok State University of Economics and Service. – 2016. – № 1. – P. 176–182.

Дата поступления: 01.02.2016.

В.А. Кузова

Департамент труда и социального развития Приморского края
Владивосток. Россия

Проблемы создания доступной среды для маломобильных групп населения в Приморском крае

В современных социально-экономических условиях государственная поддержка и социальная защита инвалидов, обеспечение доступной для них среды является одной из важнейших задач общества, вытекающих из требований Конвенции ООН о правах инвалидов по обеспечению инвалидам доступа наравне с другими гражданами к физическому окружению (здания и сооружения, окружающие человека в повседневной жизни), транспорту, информации и связи, а также другим объектам и услугам, открытым или предоставляемым для населения. В рамках данной статьи рассматриваются основные проблемы создания доступной среды для инвалидов в Приморском крае.

Ключевые слова и словосочетания: доступная среда, инвалид, маломобильная группа населения, объект социальной инфраструктуры.

V.A. Kuzova

Department of Labour and Social Development the Primorsky Region
Vladivostok. Russia

The problem of creating an accessible environment for people with limited mobility in the Primorsky Region

In the current socio-economic conditions of the state support and social protection of disabled people , providing them affordable for the environment is one of the major problems of society, of the requirements of the UN Convention on the Rights of Persons with Disabilities to ensure disabled access on an equal basis with others to the physical environment (buildings and structures surrounding a man in everyday life) , transport, information and communication , as well as other facilities and services open or provided to the public. As part of this article discusses the main problems of creating an accessible environment for the disabled in the Primorsky Krai.

Keywords: accessible environment; the disabled; people with limited mobility; social infrastructure.

В сложившихся социально-экономических условиях ограничения в доступе к социальной инфраструктуре, образованию и рынку труда у лиц с ограниченными возможностями здоровья воспринимаются как форма социального неравенства, поэтому адаптация объектов социальной инфраструктуры для их

нужд должна рассматриваться как важный вектор развития мер социальной поддержки населения.

Физическое окружение, объекты транспорта, информации и связи, дооборудованные с учётом потребностей, возникающих в связи с инвалидностью, и позволяющие людям с ограниченными физическими возможностями вести независимый образ жизни, все это – доступная среда. Недостаточно провести только отдельные виды работ (например, установку пандусов для инвалидов-колясочников), необходимо комплексное дооснащение объекта, обеспечивающее его доступность для всех категорий инвалидов – по слуху, по зрению, с нарушениями опорно-двигательных функций и других маломобильных групп населения [6].

Маломобильные группы населения – это люди, испытывающие затруднения при самостоятельном передвижении, получении услуги, необходимой информации или при ориентировании в пространстве. К ним относятся инвалиды, люди с временным нарушением здоровья и передвижения, беременные женщины, люди преклонного возраста, люди с детскими колясками. В разные периоды жизни и состояния здоровья в безбарьерной среде нуждаются до 50% населения.

Доступность (безбарьерность) – свойство здания, помещения, места обслуживания, позволяющее беспрепятственно достичь места целевого назначения и воспользоваться услугой. Доступная или безбарьерная среда в широком смысле – это среда, которая создаёт лёгкие и безопасные условия для наибольшего числа людей. С точки зрения проблемы инвалидности «доступная среда – это такие элементы окружающей среды, в которые могут свободно заходить, попадать и которые могут использовать люди с физическими, сенсорными или интеллектуальными нарушениями» [1].

Основополагающим документом в данном вопросе является Конвенция ООН о правах инвалидов, принятая на Генассамблее ООН в 2006 г. Принятие Конвенции стало историческим шагом в направлении содействия обеспечению прав инвалидов на международном договорном уровне, ее ратифицировали 36 государств. Конвенция содержит 50 статей, направленных на защиту и поощрение прав инвалидов, ликвидацию дискриминации по отношению к ним, обеспечение их права на работу, здравоохранение, образование и полное участие в жизни общества, доступа к правосудию, личной неприкосновенности, свободы от эксплуатации и злоупотреблений, свободы передвижения, индивидуальной мобильности и т.д.

Подписание Конвенции Российской Федерацией фактически утвердило принципы, на которых должна строиться политика государства в отношении инвалидов. Подписание Конвенции является показателем готовности страны к соблюдению международных стандартов экономических, социальных, юридических и других прав инвалидов [7].

Поскольку проблема формирования доступной среды для инвалидов является достаточно острой, органы государственной власти активно занимаются этим вопросом. Все права людей с ограниченными возможностями и маломобильных граждан защищены Федеральным законом № 181-ФЗ «О социальной защите

инвалидов в Российской Федерации». Социальная защита инвалидов – система гарантированных государством экономических, правовых мер и мер социальной поддержки, обеспечивающих инвалидам условия для преодоления, замещения (компенсации) ограничений жизнедеятельности и направленных на создание им равных с другими гражданами возможностей участия в жизни общества. Отсюда вытекает такое понятие, как социальная поддержка инвалидов, т.е. это меры, которые обеспечивают социальные гарантии, установленные законом.

Данный Закон устанавливает обязательства Правительства РФ, органов исполнительной власти субъектов РФ, органов местного самоуправления по созданию условий для беспрепятственного доступа инвалидов к информации и объектам социальной инфраструктуры, беспрепятственного пользования транспортом, средствами связи и информации, а также ответственность за уклонение от исполнения требований к созданию этих условий [4].

Теоретически сегодня благодаря достижениям инженерной и научной мысли человек с ограниченными возможностями может наравне с другими получить доступ ко всем сферам жизни. Дело состоит лишь в том, чтобы такие достижения стали доступны тем, кто в них нуждается, поскольку понятие инвалид включает себя такое понятие, как барьер.

В целях формирования условий для безбарьерного доступа инвалидов и других маломобильных групп населения к объектам и услугам реализуется государственная программа Российской Федерации «Доступная среда на 2011–2015 годы». О положительном опыте реализации программы можно говорить уже сейчас. В рамках этой программы ввели субтитры на некоторых телеканалах для инвалидов по слуху, в городах для более удобного и безопасного передвижения инвалидов по зрению на перекрестках стали оснащать светофоры акустическими системами, устанавливать пандусы и лифты для колясочников. Также данная программа предусматривает повышение уровня жизни, увеличение количества специализированных учреждений для инвалидов, количество рабочих мест, обеспечение техническими средствами и т.д. [9].

Кроме того, в рамках реализации программы на сайте «Доступная среда. Учимся жить вместе» разработана специализированная информационная система «Интернет-портал в рамках общественно-просветительской кампании по распространению идей, принципов и средств формирования доступной среды для инвалидов и других маломобильных групп населения субъектами малого предпринимательства». Интернет-портал включает в себя раздел «Карта доступности объектов». В данном разделе на карте Российской Федерации размещается информация с графическим отображением значимых приоритетных объектов, в том числе и на территории Приморского края, по степени их доступности для инвалидов и других маломобильных групп населения [8]. Размещение объектов на карте доступности осуществляется департаментом труда и социального развития Приморского края по результатам проведения паспортизации объектов социальной инфраструктуры. На карте уже размещено около тысячи объектов социальной инфраструктуры.



Рисунок. Карта доступности объектов Приморского края

По состоянию на 01 января 2015 г. в Приморском крае проживают 125,9 тысяч инвалидов, что составляет 6,5% населения края, включая 5,4 тысячи детей-инвалидов, 1,5 тысячи инвалидов-колясочников, 2,2 тысячи инвалидов с заболеваниями органов зрения, 1,8 тысяч инвалидов по слуху.

В общей численности людей с заболеваниями опорно-двигательного аппарата численность граждан, передвигающихся с опорным мобильным средством реабилитации для ходьбы (трости, костыли и др.), составляет 2,3 тысячи человек, передвигающихся с ходунками на колесиках – более 100 человек, передвигающихся в кресле-коляске – около 1,4 тысяч человек.

По данным департамента труда и социального развития Приморского края, с 2007 г. численность инвалидов на территории Приморского края уменьшилась на 10,6%, в том числе численность детей-инвалидов сократилась на 27%. Во многом это обусловлено не только естественной убылью населения, но и увеличением доли инвалидов, получивших положительные результаты реабилитации.

Одним из способов изменения ситуации в крае в целях принятия действенных мер для обеспечения беспрепятственного доступа инвалидов и других маломобильных групп населения к физическому окружению, информации, а также к другим объектам и услугам является паспортизация объектов социальной инфраструктуры.

Паспортизация объектов социальной инфраструктуры – это технология работы по учету и оценке состояния доступности объектов и оказываемых ими услуг с целью разработки рекомендаций об адаптации для инвалидов и других маломобильных групп населения (предусматривает регистрацию данных в паспорте доступности объекта социальной инфраструктуры). В процессе проведения паспортизации на каждый приоритетный объект составляется паспорт доступности – унифицированный учетный документ, содержащий информацию о состоянии доступности объекта и доступности оказываемых им услуг, сформированный по данным поставщиков услуг и по результатам экспертной оценки состояния доступности, проводимой при обследовании объекта [2].

По данным органов местного самоуправления и исполнительной власти края, имеющих в своем подчинении учреждения, на территории края действуют около 4 тысяч приоритетных объектов социальной инфраструктуры в сферах здравоохранения, образования, культуры, физической культуры и спорта, информации, социальной защиты, транспорта. Из них доступны 770 объектов (19,4%).

Работа по формированию доступной среды в Приморском крае осуществляется в соответствии с подпрограммой «Доступная среда» государственной программы Приморского края «Социальная поддержка населения Приморского края на 2013–2017 годы».

В рамках программы в 2014 г. на 141 объекте проведены мероприятия по их адаптации для нужд инвалидов: в учреждениях здравоохранения, социальной защиты, занятости, образования, культуры, спорта установлены пандусы, кнопки вызова помощника, направляющие и опорные поручни, ступени лестничных маршей обозначены контрастной маркировкой, помещения оборудованы индукционными петлями, в сфере дорожно-транспортной инфраструктуры оборудованы парковки для инвалидов, установлены пандусы и поручни на пешеходных переходах, уложена тактильная плитка на тротуарах, светофоры оборудованы звуковыми устройствами.

По итогам 2014 г. показатель доступных ОСИ для инвалидов возрос с 19,4% (770 объектов) до 25% (911 объектов).

В программе планируют принять участие 16 муниципальных образований края (Арсеньев, Большой Камень, Владивосток, Лесозаводск, Находка, Фокино, Анучинский, Кавалеровский, Красноармейский, Надеждинский, Октябрьский, Ольгинский, Пограничный, Пожарский, Хорольский, Шкотовский районы). Более 50 муниципальных объектов, а также пешеходные переходы, участки тротуаров на социально значимых маршрутах, остановки общественного транспорта будут оборудованы пандусами, поручнями, тактильными средствами и другими приспособлениями, обеспечивающими беспрепятственный доступ, на светофорах наземных пешеходных переходов будут установлены системы звукового сопровождения. В городах Фокино и Большой Камень планируется приобретение автобусов, оборудованных для перевозки маломобильных групп населения.

В 2015 г. в учреждениях социального обслуживания, центрах занятости, отделениях приема граждан будут оборудованы пандусы, установлены поручни, тактильные указатели, выделены ступени и дверные проемы контрастной марки-

ровкой, приспособлены для инвалидов санитарно-гигиенические помещения, в больницах, поликлиниках и травмпунктах (всего 70 объектов) будут установлены пандусы, объекты спорта (крытый ледовый каток, бассейн и учебно-спортивный центр) планируется оборудовать пандусами, установить самооткрывающиеся двери и подъемник, переоборудовать душевые комнаты, в театрах и филармонии будут установлены звуковые и световые указатели, световые маяки, экраны с бегущей строкой, дублирующей текст спектаклей, индукционные петли; все краевые учреждения культуры будут оборудованы знаками доступности, информационными предупреждающими знаками. По результатам реализации мероприятий подпрограммы в 2015 г. планируется повысить уровень доступности объектов до 43% [5].

В связи с необходимостью законодательного регулирования отношений, связанных с созданием условий для беспрепятственного передвижения, доступа инвалидов и других маломобильных групп населения к объектам социальной инфраструктуры в Приморском крае, разграничения полномочий принят Закон Приморского края от 05.05.2014 № 401-КЗ «Об обеспечении беспрепятственного доступа инвалидов и других маломобильных групп населения к объектам социальной, транспортной и инженерной инфраструктур в Приморском крае». Согласно данному Закону создание условий для беспрепятственного доступа инвалидов к краевым объектам – зона ответственности краевого бюджета, к муниципальным – муниципального бюджета.

Также Законом предусмотрено определение Администрацией Приморского края полномочий органов исполнительной власти края по обеспечению беспрепятственного доступа инвалидов и других маломобильных групп населения к объектам социальной, транспортной и инженерной инфраструктур [3]. Организация работы по формированию доступной среды позволит организовать работу в данной сфере по отраслевому принципу, наделить исполнительные органы государственной власти ответственностью за создание безбарьерной среды в курируемой отрасли, в том числе в подведомственных учреждениях, что соответствует положениям ст. 15 Федерального закона от 25.11.1995 № 181-ФЗ «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации».

Для дальнейшей успешной работы органам исполнительной власти края необходимо включить в свои положения дополнения, предусматривающие закрепление полномочий по формированию беспрепятственного доступа инвалидов и других маломобильных групп населения к объектам социальной, транспортной и инженерной инфраструктур в Приморском крае в пределах своей компетенции, а также полномочий по осуществлению мероприятий по реализации Конвенции ООН о правах инвалидов.

Основным направлением взаимодействия по обеспечению доступной среды жизнедеятельности инвалидов должно стать применение системного, программно-целевого подхода к решению проблем, с объединением усилий органов власти и учреждений различной ведомственной принадлежности.

На сегодняшний день основы формирования доступной среды жизнедеятельности инвалидов только начинают разрабатываться. Вместе с тем, в результате

проведенной работы в крае создана нормативно-правовая база, регулирующая процессы формирования доступной среды. Решение основных проблем предусмотрено в рамках государственной программы «Доступная среда», реализация которой позволит увеличить количество доступных для инвалидов объектов и, следовательно, повысить интеграцию инвалидов в общество.

1. Актуальные вопросы социальной реабилитации и интеграции инвалидов в общество: материалы межрегион. науч-практ. конф. 27 ноября 2013 г. – ГБОУ ВПО Кировская государственная медицинская академия. – Киров: МИАЦ, 2013.
2. Государственная программа «Доступная среда» на 2011–2015 гг. // СПС «Консультант плюс», 2012 г.
3. Об обеспечении беспрепятственного доступа инвалидов и других маломобильных групп населения к объектам социальной, транспортной и инженерной инфраструктур в Приморском крае: Закон Приморского края от 05.05.2014 № 401-КЗ [Принят Законодательным Собранием Приморского края 30.04.2014].
4. О социальной защите инвалидов в Российской Федерации: Федер. закон от 25.11.1995 № 181-ФЗ (ред. 30.11.2011) // Российская газета. – 2012.
5. Подпрограмма «Доступная среда на 2013–2017 годы» государственной программы Приморского края «Социальная поддержка населения Приморского края на 2013–2017 годы»: утв. постановлением Администрации Приморского края от 07.12.2012 № 393-па // Рос.газ. – 2013. – С. 145.
6. Романов, П.В. Политика инвалидности. Проблемы доступной среды и возможности занятости / П.В. Романов, Е.Р. Ярская-Смирнова // Социологические исследования. – СПб., 2011. – № 2. – С. 44.
7. Ярская-Смирнова, Е.Р. Социальная работа с инвалидами: учеб. пособие / Е.Р. Ярская-Смирнова, Э.К. Наберушкина. – Изд. 2-е, перераб. и доп. – СПб.: Питер, 2013.
8. Доступная среда. Учимся жить вместе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://zhit-vmeste.ru/> (дата обращения 25.04.2015).
9. Министерство труда и социальной защиты РФ «Подведены итоги реализации госпрограммы «Доступная среда» в 2012 году» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rosmintrud.ru/social/invalid-defence/139> (дата обращения 18.04.2015).

© Кузова, В.А., 2016

Для цитирования: Кузова, В.А. Проблемы создания доступной среды для маломобильных групп населения в Приморском крае / В.А. Кузова // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. – 2016. – № 1. – С. 183–189.

For citation: Kuzova, V.A. The problem of creating an accessible environment for people with limited mobility in the Primorsky Region / V.A. Kuzova // The Territory Of New Opportunities. The Herald of Vladivostok State University of Economics and Service. – 2016. – № 1. – P. 183–189.

Дата поступления: 22.05.2015.

А.С. Леканова

Тюменский государственный университет
Тюмень. Россия

Имидж региона в практике управления социально-экономическим развитием территории (на примере Тюменской области)

В статье представлен анализ позиционирования имиджа территории в СМИ (на примере Тюменской области), описаны основные имиджобразующие факторы с позиции управления социально-экономическим развитием области.

Ключевые слова и словосочетания: имидж, имидж региона, имидж территории.

A.S. Lekanova

Tyumen State University
Tyumen. Russia

The image of the region in the practice of socio-economic development of the territory (for example, the Tyumen region)

The article presents an analysis of the territory's image positioning in the media (for example, the Tyumen Region), describes the main factors of image from a position of socio-economic development of the region.

Keywords: image, the image of the region, the image of the territory.

Несколько лет назад, в начале XXI века, можно было утверждать, что проблема имиджа территории практически не изучена, поэтому особенно важным для научной общественности, занимающейся разработкой и продвижением идей имиджмейкинга в социальной и политической сферах, представлялось донести до людей «на местах» актуальность этой проблемы и необходимость ее целенаправленного изучения и применения на практике. Сегодня ситуация изменилась кардинально. Должностные лица, представители власти не только осознают важность и значимость этой темы, но в некоторых случаях даже сами выступают авторами и инициаторами разработки проектов имиджа территории, проводят научные исследования на эту тему и публикуют их результаты. На практике же это отражается в развитии и содержательной наполняемости компонентов имиджа

Леканова Анна Сергеевна – магистрант по направлению «Государственное и муниципальное управление» Института права, управления и экономики; e-mail: lekanova25@mail.ru.

территории и в достаточно грамотном позиционировании результатов своей деятельности через СМИ и прочие каналы.

Так, например, интересным представляется то, что контент-анализ статей, публикаций и, в частности, посланий губернаторов различных регионов РФ позволяет говорить о том, что в описании современной ситуации в регионах представители власти четко обозначают и содержательно описывают пункты, соответствующие структурным компонентам имиджа территории или факторам, определяющим имидж региона. Во всех материалах обязательно говорится об инновационном потенциале, инвестиционной привлекательности, социально-экономической стабильности, инфраструктуре, кадрах и человеческих ресурсах.

Именно эти позиции становятся объектом внимания и описания в публичных выступлениях, интервью для СМИ, посланиях.

В послании губернатора Тюменской области В.В. Якушева областной думе «О положении дел в области и перспективах ее развития» 2014 г. мы можем увидеть следующее. «В Тюменской области создан прочный, комплексный потенциал уверенности в собственных силах. Так, мы обоснованно гордимся темпами социально-экономического развития области... региональный индекс промышленного производства в последние годы устойчиво находится в диапазоне от 110 до 116 процентов. Динамично развивается – не только количественно, но и качественно – социальная сфера. Последние два года Тюмень лидирует среди регионов Российской Федерации по одному из важнейших показателей – по объемам ввода жилья в расчете на одного человека. Поставленная Президентом России задача – к 2020 году строить по одному квадратному метру жилья на человека в год – нами была выполнена уже в прошлом году. Насыщается и уплотняется сеть социальных объектов. В среднем за последние восемь лет ежемесячно – ежемесячно! – передавалось в эксплуатацию (новым строительством, капитальным ремонтом, реконструкцией, установкой модульных конструкций) в образовании 11 объектов, в здравоохранении – 8, в спорте – 5, в культуре – 2. Причем среди этих объектов не только рядовые, но и истинные жемчужины: «Медицинский город», ялуторовский ледовый каток, уватский биатлонный комплекс, областная научная библиотека, тюменский и тобольский драматические театры. А главный компонент нашего «запаса прочности» – тот огромный капитал личного, социального, политического доверия, который я уже называл главной особенностью тюменского духа, тюменской истории, тюменского характера» [4].

Таким образом, видим, что стабильность социально-политической и экономической ситуации в регионе обоснована, представлена достаточность финансовых ресурсов для обеспечения инвестиционного спроса в экономической, социальной и культурной сферах региона: «Мы сохраняем все долгосрочные программы и все основные мероприятия в их составе. Более того, мы сохраняем в неприкосновенности наш базовый стратегический ориентир – очередное удвоение областной экономики к 2020 году (по отношению к 2012 г.). Именно для того, чтобы не отказываться от достижения этой амбициозной цели, мы провели инвентаризацию и сокращение второстепенных, факультативных позиций и статей расходов. Как

говорят в спортивном мире, «высушили мускулатуру». Новый бюджет более «мускулистый», чем любой из прошлых. И при этом он по-прежнему социально ориентирован! Расходы на социальную сферу составляют половину общего объема бюджетных затрат... В числе безусловных приоритетов сохранилось исполнение майских (2012 года) указов Президента Российской Федерации, на их реализацию в ближайшее трехлетие будет направлено порядка 30 млрд рублей» [4].

Тюменская область – одна из самых больших в Российской Федерации, ее площадь составляет 8,4% территории страны. Тюменская область входит в первые семь регионов России и сопоставима с рядом развитых стран, таких, как Канада, Норвегия, Германия. За старейшими русскими городами Зауралья – Тюменью и за Тюменской областью навсегда закрепилось название «Ворота Сибири», а за городом, бывшим ранее столицей Губернии – Тобольском – «Жемчужина Сибири». В последние годы Тобольск позиционируется как культурная, духовная столица, туристический центр Западной Сибири.

Культурная составляющая в стратегии имиджа региона очень важна: «Интенция эстетической эмоциональной привлекательности носит универсальный характер, поскольку входит в программу конструирования самых разнообразных имиджей. Активную роль в реализации данной интенции играет дискурс дизайнера, художественного творчества, а также шоу-дискурса». Ежегодно в регионе растет число событий и мероприятий, в том числе туристических, культурных и спортивных, многие из них российского и международного уровня. Некоторые среди них становятся уже брендовыми. Так, проводимые летом 2015 года «Выходные в Тобольске», в рамках которых состоялись одни из самых брендовых мероприятий области – фестиваль исторической реконструкции «Абалакское поле» и музыкальный фестиваль «Лето в Тобольском кремле», собрали более 20 тысяч гостей. Ежегодный (с 2011 г.) Международный фестиваль спортивного танца «Золотые ворота Сибири» усиливает культурный имидж Тюмени. В 2013 г. впервые прошел танцевальный турнир Rasputin Cup, который также стал традиционным. Для организаторов, устроивших шоу, была важна имиджевая характеристика этого культового героя. Имя Распутина создает прочный ассоциативный ряд с Тюменской землей, духом Сибири.

Тюменская область борется за спортивный имидж. Сегодня в Тюмени около 700 спортивных сооружений мирового уровня: спортивный комплекс «Жемчужина Сибири» принимает высочайшего уровня биатлонистов. Спортивные объекты области позволяют проводить соревнования международного уровня. Особое внимание уделяется деятельности этнокультурных центров коренных малочисленных народов Севера, Сибири. Примером может служить ежегодный форум, организатором которого выступает Министерство культуры РФ. В рамках этого форума на площадке археологического музея-заповедника на оз. Андреевском организована постоянная выставка изделий декоративно-прикладного искусства коренных малочисленных народов Севера, проводятся мастер-классы по музыкальному, хореографическому и изобразительному направлениям, проходят фестивали-концерты этнокультурных центров коренных малочисленных народов Севера, Сибири и Дальнего Востока.

В единый комплекс проблем, связанных с формированием и продвижением имиджа территории, входят меры по повышению уровня жизни в регионе, развитию инфраструктуры инновационной деятельности, осуществлению национальных проектов, соответствующих приоритетным направлениям стратегии инновационного развития страны.

Осознавая роль и значение инновационного потенциала в процессе развития экономики региона, органы исполнительной власти Тюменской области осуществляют политику, направленную на поддержку научно-технической и инновационной деятельности, создание и развитие единого объединенного комплекса науки и производства. С 2010 г. в Тюмени проводится ежегодный Форум «НЕФТЬГАЗТЭК», посвященный определению механизмов инновационного развития отраслей топливно-энергетического комплекса, обсуждению и поиску решений, созданию благоприятных условий для развития инновационных проектов. Ежегодный тюменский форум является авторитетной дискуссионной площадкой по развитию нефтегазовой отрасли в России, имеет высокий статус и актуальность, созвучен общей стратегии развития инновационного направления в России. Основной целью деятельности в данном направлении является создание экономических, правовых и организационных условий для инновационной деятельности, обеспечивающих устойчивую динамику экономического развития региона за счет роста конкурентоспособности продукции, эффективного использования научно-технического потенциала для решения задач социально-экономического развития.

Значимой для развития региона также является возможность создания условий для кадрового обеспечения и развития инновационных процессов в сфере науки, производства и управления. В недавнем прошлом Правительство Тюменской области и Тюменский государственный университет стали лауреатами премии Skolkovo Trend Awards 2015 за совместную подготовку и реализацию образовательной программы по развитию человеческого капитала. «Сегодня наш регион, как и весь мир, живет в условиях быстрых и глубоких перемен, – говорит ректор ТюмГУ Валерий Фальков. – Его главной ценностью и ресурсом являются люди, а определяющей чертой – сохранение и приумножение человеческого капитала. Одним из значимых результатов программы стало более эффективное взаимодействие представителей органов власти и вузовского сообщества в интересах региона. В результате совместной работы появились проекты, способные стать новыми «точками роста» и дать мощный толчок развитию вузов в регионе» [5].

Программа, подготовленная и проведенная «Сколково» с сотрудничеством с ТюмГУ, ставила цель выявить основные проблемы территории и предложить реальные проекты их решений. В результате кропотливых поисков было разработано семь проектов. Как заверил ректор Московской школы управления «Сколково» Андрей Шаронов, многие предложения могут быть модельными для всей России [5].

Таким образом, мы можем отметить, что правительство Тюменской области формирует достаточные резервы для использования интеллектуального потенциала в разумном обновлении базы научных исследований с целью формирования

инвестиционной привлекательности территории, совершенствования механизмов управления инновационными процессами.

Так сложилось, что в последнее время конкуренция между регионами, проявляющаяся в различных сферах деятельности, особенно заметна именно в инновационности. Экономический и инвестиционные показатели имиджа привлекательности Тюменской области позиционируются в отчетах губернатора и правительства как многоотраслевой, диверсифицированный хозяйственный комплекс, «драйвером» развития которого стали инновационные технологии, а конкурентоспособность экономики достигла мирового уровня.

В рейтинге Министерства регионального развития РФ за 2013 г. Тюменский регион признан лидером в реальном секторе экономики, в состоянии бюджетной сферы и в привлечении инвестиций, в сфере занятости населения и удерживает эти позиции и до сегодняшнего дня. Следует отметить, что Тюменская область стала единственным зауральским регионом в первой десятке. Среди регионов-лидеров, в основном, финансово-экономические центры либо регионы с развитой промышленностью, расположенные в европейской части страны [3].

Такие результаты, безусловно, связаны с развитостью механизмов политического влияния на инвестиционные процессы и формирование инвестиционной привлекательности территориального образования. Тюменский регион отличается наличием системы управления инновационными процессами, сочетающей в себе механизмы государственного регулирования и свободу выбора приоритетных направлений деятельности на уровне регионального менеджмента и способной обеспечить переход от прямого государственного распределения инвестиционных ресурсов к использованию рыночных механизмов привлечения инвестиций в регион.

«Современные производства возникают в Тюменской области не посредством модернизации старых, а путем создания новых «в чистом поле», – отмечает заместитель губернатора Тюменской области В.М. Вахрин. Это значит, что применяются самые современные технологии, отвечающие, в том числе, высоким экологическим стандартам. Иллюстрацией такого подхода стали Антипинский нефтеперерабатывающий завод, «Электросталь Тюмени», «Тобольск-Полимер», «ЗапСибНефтехим» и др. [1].

По мнению заместителя главы региона В.М. Вахрина, главное кроется в отношении губернатора к своему делу, в умении формировать общественно-экономическую среду, стимулирующую движение вперед. «Благодаря усилиям Владимира Владимировича Якушева в регионе создан очень хороший инвестиционный климат, а частные инициативы находят поддержку власти» [1].

Одним из значимых субъективных факторов имиджа региона является личность руководителя. В этом отношении Тюменская область также не отпускает лидирующих позиций. По данным исследований ФоРГО (Фонд развития гражданского общества), губернатор Тюменской области относится к первой группе лидеров, в последнем рейтинге произошел заметный рост показателей (плюс 4 показателя). Благодаря деятельности В.В. Якушева начала функционировать новая модель

системы государственного управления «сложносоставного» субъекта федерации – Тюменская область, ХМАО, ЯНАО [3]. При составлении данного рейтинга использовались данные фонда «Общественное мнение», Федеральной службы государственной статистики РФ, Национальной службы мониторинга, показатели социального самочувствия регионов России, а также оценки федеральных и региональных экспертов. В 2014 г. прошли выборы главы региона. Владимир Якушев набрал максимальное количество голосов на юге Тюменской области, в ХМАО и ЯНАО. Учитывая этот результат, Владимира Владимировича по праву считают народным губернатором.

Особую роль в позиционировании региона играет столица области. Тюмень стала лучшим городом России по качеству жизни. После нее оказались Москва и Казань, Краснодар и Санкт-Петербург. Рейтинг составлял департамент социологии Финансового университета при правительстве России. В исследовании участвовали 37 городов с населением более 500 тысяч человек. Анализировались система здравоохранения и безопасность населения, работа образовательных учреждений, материальное благополучие горожан, работа ЖКХ, благоустройство города, дороги и миграция населения. Учитывалась также удовлетворенность населения жизнью, самооценка их уровня доходов и готовность к переезду. Как подчеркнули социологи, оказалось, что нет прямой зависимости между экономическим потенциалом, размером города и качеством жизни. Примечательно, что Тюмень по качеству здравоохранения и обеспечения безопасности стоит на 25-м месте, а по качеству образования – на первом. По состоянию и качеству обслуживания жилья и дорог Тюмень оказалась на втором месте, уступив только Набережным Челнам.

Вот как комментирует эту ситуацию заместитель губернатора области: «Город (Тюмень) чистый, прибранный, средние доходы населения выше, чем по стране, безработица находится на самом низком уровне. Основной работодатель – бюджет, соответственно, кадры – с хорошим интеллектуальным потенциалом. Сельское хозяйство также на высоте. Тарифы на коммуналку – одни из самых низких в государстве. При таких обстоятельствах у населения нет особенного повода для протеста. Люди живут с хорошим настроением и, главное, доверяют власти. А власть, в свою очередь, ценит это доверие и создает условия, при которых сами тюменцы называют свой город лучшим на Земле» [1].

Подводя итоги проведенного исследования, мы можем отметить, что в менеджменте имиджа Тюменской области достаточно серьезное внимание уделяется проблеме развития институтов гражданского общества и эффективности использования информационно-коммуникативных механизмов, обеспечивающих связь между органами власти и общественностью региона.

1. Город, в котором хочется жить [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://1tmn.ru/persons/interview/gorod-v-kotorom-khochetsya-zhit-4136300.html> (дата обращения 20.10.2015).

2. Исследование «РИА Рейтинг»: Рейтинг качества жизни регионов России в 2014 году // Центр гуманитарных технологий [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gtmarket.ru/news/2014/12/22/7021> (дата обращения 9.06.2015).
3. Минрегион составил рейтинг эффективности губернаторов // Известия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://izvestia.ru/news/548899> (дата обращения 10.09.2015).
4. Послание губернатора Тюменской области В.В. Якушева областной думе «О положении дел в области и перспективах ее развития» 2014 г. // Тюменская область. Официальный портал органов государственной власти [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://admtyumen.ru/ogv_ru/block/important/poslanie2014.htm (дата обращения 21.06.2015).
5. Проект Тюменской области стал лауреатом престижной премии // Тюменская область. Официальный портал органов государственной власти [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://admtyumen.ru/ogv_ru/news/subj/more.htm?id=11336318@egNews (дата обращения 22.10.2015).

© Леканова, А.С., 2016

Для цитирования: Леканова, А.С. Имидж региона в практике управления социально-экономическим развитием территории (на примере Тюменской области) / А.С. Леканова // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. – 2016. – № 1. – С. 190–196.

For citation: Lekanova, A.S. The image of the region in the practice of socio-economic development of the territory (for example, the Tyumen region / A.S. Lekanova // The Territory Of New Opportunities. The Herald of Vladivostok State University of Economics and Service. – 2016. – № 1. – P. 190–196.

Дата поступления: 16.12.2015.

М.Б. Лига

Забайкальский государственный университет
Чита. Россия

Модель качества жизни в социально-экологической парадигме

В современных условиях человек, вступая во взаимодействие с природой, должен быть ориентирован на такой тип отношений, который не принесет ухудшение ему самому. Это становится возможным, если во главу будет поставлен сам человек, качество его жизни. Экономический рост и проблема сохранения окружающей среды могут быть совместимы, если следовать политике обеспечения достойного качества жизни. В экологической парадигме качество жизни рассматривается во взаимосвязи с качеством окружающей среды. Обращение к этому аспекту анализа качества жизни связано с тем, что оценка качества окружающей среды является не только предпосылкой улучшения качества жизни, но и ее важнейшим компонентом.

Ключевые слова и словосочетания: качество жизни, окружающая среда, «общество риска», экологические проблемы.

M.B. Liga

Transbaykal State University
Chita. Russia

The model of quality of life in the social-ecological paradigm

In modern conditions people to engage with nature should be focused on this type of communication, which does not bring the deterioration of his own. It becomes possible to decide if will be put at the heart of the person, the quality of his life. Economic growth and the problem of environmental conservation can be compatible, if we follow the policy of ensuring a decent quality of life. The ecological paradigm of quality of life is considered in relation to the quality of the environment. Title to this aspect of the analysis of the quality of life due to the fact that the assessment of environmental quality is not only a precondition for improving the quality of life, but also its most important component.

Keywords: quality of life, environment, "risk society", environmental problems.

Качество жизни в экологическом аспекте понимается как создание таких условий, при которых не только не нарушается окружающая среда и не ставится вопрос о существовании человека как биосоциального существа, но и сохраняются природные ресурсы, необходимые для существования будущих поколений.

Как отмечалось в докладе «Заботясь о будущем» Независимой комиссии по проблемам народонаселения и качества жизни, обращение к анализу экологической составляющей качества жизни связано с возрастанием «значения экологической безопасности, поскольку изменения окружающей среды могут сказаться на здоровье и средствах существования, а порой даже ограничить возможность выживания» [4, с. 79].

Обращая внимание на важность экологического компонента в содержании качества жизни, А.И. Субетто вводит понятие «витально-экологической» стоимости, под которой понимается «отрицательная экономическая ценность» товаров, технологий, услуг, связанная с «адсорбированием» на них сокращений (энтропии) жизни людей и разрушений (энтропии) природы. Для обозначения взаимоотношений между человеком и обществом, между природой и обществом В.П. Казначеевым вводятся понятия «человекоемкость» и «природоемкость». «Человекоемкость» и «природоемкость» – объем потребляемых ресурсов жизни человека и ресурсов природы экономическими процессами. Такой подход дает возможность выделить основные направления взаимодействия природы и общества, определить механизмы регулирования этих взаимоотношений, определить уровень потребления ресурсов природы, изменений, происходящих в самом человеке, культуре, образовании, доходе, здоровье, социальной инфраструктуре.

О необходимости решения экологических проблем, оказывающих влияние на качество жизни, писал Д. Гэлбрейт. Задаваясь вопросом о влиянии промышленного производства на экологическую составляющую, Гэлбрейт интересуется проблемой: оправдывают ли экономический рост и его эффективность негативные последствия, связанные с воздействием на окружающую среду. Сам ученый уверен, что нет, не оправдывает. Стало быть, необходимо, увеличивая производство, поднимать и решать вопросы охраны окружающей среды. Поднимая вопросы о важности решения экологических проблем, Д. Гэлбрейт описывает ситуацию: «Семья, которая садится в свой розово-лиловый и светло-вишневый автомобиль с кондиционером, усилителями рулевого управления и тормозов, вынуждена ехать через города, которые плохо заасфальтированы из-за мусора, трещин, рекламных щитов и столбов с электропроводами, которые давно уже пора упрятать под землю. Они едут по сельской местности, которая стала почти невидимой из-за коммерческой живописи... Отдыхая по дороге, они едят изящно упакованную пищу из портативного холодильника, сидя у загрязненного ручья, а ночь проводят в парке, который является угрозой для общественного здоровья и морали. И перед тем, как заснуть на надувных матрасах в нейлоновой палатке, среди вони от разлагающихся отходов, они могут туманно размышлять о странной неравномерности своего благополучия [3. С. 239–240].

Признавая причиной ухудшения качества жизни экологическую обстановку, представители экологического оптимизма считают, что экономический рост остановить нельзя. Однако решить проблему сохранения окружающей экологической среды, восстановить нарушенное равновесие между природой и человеком даже в условиях экономического роста – это вполне реально и возможно. Для этого, по их мнению, необходимо:

- регулировать и планировать экономический рост, потребление невозобновляемых природных ресурсов;
- использовать человека не только как рабочую силу, но и как творца, создателя;
- воспитывать нового «экологического человека», сознательно ориентированного на гармонизацию отношений человека и природы;
- формировать новую систему ценностей, с позиций которой следует рассматривать проблемы состояния экологической среды;
- использовать достижения науки и техники;
- создавать различные экологические организации и движения;
- решать задачи охраны и совершенствования окружающей среды;
- обеспечить каждому гражданину достойный уровень жизни;
- внедрять такие формы производства и потребления, которые будут уменьшать нагрузку на экологическую среду;
- регулировать демографическую политику;
- ликвидировать новое противоречие между старыми технологиями и требованиями к защите окружающей среды путем создания экологизированной техники.

Нередко предлагаемые механизмы остановки процесса деградации окружающей среды носят изначально утопический характер и не учитывают современную экономическую реальность. Так, Э. фон Вайцеккер, Э. Б. Ловинс, Л. Хантер Ловинс в докладе «Фактор “четыре”. В два раза больше богатства из половины ресурсов» предлагают ввести прогрессивный налог на использование природных ресурсов, средства от которого пойдут на защиту окружающей среды. При оценке механизма, предложенного авторами, возникает ряд вопросов. Во-первых, как определить размер налога? Во-вторых, уровень загрязнения окружающей среды настолько велик, что сегодня становится невозможно его контролировать. В-третьих, деньги на оплату налога берутся из дохода, полученного в процессе промышленного производства, что привело к загрязнению, часть средств изъята из производства. Это отрицательно влияет на развитие экономики. Полученные средства вкладываются в защиту охраны окружающей среды. Но экономический рост продолжается, продолжаются и загрязнения окружающей среды. Процесс бесконечный. Если эти задачи будут решены, то современное общество будет обществом стабильной окружающей среды и процветающей экономики.

Югославский философ Р. Ступек отмечал связь между качеством жизни и качеством окружающей среды. Он подчеркивал, что сохранение рода человеческого означает не только удовлетворение минимальных потребностей, а формирование таких эстетических и гуманистических принципов, благодаря которым может быть обеспечено высокое качество жизни.

На важность окружающей среды в формировании достойного качества жизни обращает внимание Д. Маркович. Под качеством окружающей среды он понимает «природные и созданные человеком ресурсы, деятельность и процессы в среде. Средства и методы реализации экологической политики, влияние окружающей среды на общественное развитие» [5. С. 25]. В приведенном определении окружающей

среды остался без внимания такой ее компонент, как экономическая деятельность, которая в принципе и формирует тот или иной тип окружающей среды.

Р. Ступек и Д. Маркович абсолютизируют роль окружающей среды в формировании достойного качества жизни. По их мнению, только качество окружающей человека среды способно обеспечить ему достойную жизнь как биологическому и социальному существу. Согласно позиции этих ученых существует жесткая детерминированность качества жизни качеством окружающей среды. Хорошее состояние окружающей среды – достойное качество жизни. Плохое состояние окружающей среды – низкое качество жизни. Такой подход отрицает активность человека, его роль в формировании индивидуального качества жизни. Р. Супек и Д. Маркович считали, что переход к состоянию равновесия между экологической средой и экономическим ростом возможен только в рамках концепции устойчивого развития. Концепция устойчивого развития ориентирована на достижение достойного качества жизни без деградации экологической среды, ее сохранение для будущих поколений.

Сторонники концепции экологического пессимизма считают причиной ухудшения экологической обстановки экономический рост. Экономический рост оказывает пагубное воздействие на экологию: разрушает естественную природу, вносит количественные и качественные изменения в биологические основы жизни на земле, уничтожая тем самым природу. Экономический рост воздействия на окружающую среду оказывает, в первую очередь, негативное влияние на здоровье человека, на такие его составляющие, как продолжительность жизни, генофонд, стабильность мировых экологических систем, под угрозой находятся сами основы бытия человека. По их мнению, продолжающийся экономический рост, не согласованный с законами природы, приведет к исчерпанию ресурсной базы, разрушению природной среды и гибели человечества. Экологические пессимисты справедливо отмечали, что разрушается моральный капитал, уменьшается уровень взаимного доверия. Об этом пишет Ф. Фукуяма: «Люди, не испытывающие доверия друг к другу, станут взаимодействовать лишь в рамках системы формальных правил и положений, которые нужно постоянно вырабатывать, согласовывать, отстаивать в суде, а потом обеспечивать их соблюдение, в том числе и с помощью мер принуждения. Все эти приемы, заменяющие доверие, приводят к росту того, что экономисты называют «транзакционными издержками». Иначе говоря, преобладание недоверия в обществе равносильно введению дополнительного налога на все формы экономической деятельности, от которого избавлены общества с высоким уровнем доверия» [6. С. 136].

Экологические пессимисты считали, что только прекращение экономического роста позволит сохранить природную среду, самого человека. Они говорили, что разрушенное техникой и экономическим ростом равновесие в природе можно восстановить путем остановки научно-технического прогресса, переходом к простым технологиям, возвращением в прошлое, как предлагал в свое время Ж.-Ж. Руссо.

По мнению Э. Гидденса и У. Бека, на определенном этапе своего развития индустриальное общество начинает переходить на стадию так называемого «общества

риска». Современное общество можно считать «обществом риска». «Общество риска» характеризуется развитым производством, технологическим прогрессом, экономическим ростом и эффективностью. У. Бек называет его «обществом риска», потому что в нем человек теряет контроль над природой, над тем, что создано им самим – гидроэлектростанциями, плотинами, атомными объектами. В своей концепции «общества риска» У. Бек рассматривает последствия экономического роста для развития общества и человека. Как и любое другое общество, «общество риска» увеличивает благосостояние, но в то же время превращает человека в существо беззащитное перед природными и социальными катастрофами. В окружающем человека мире существует большое количество различных рисков, связанных с производством, торговлей, движением. Это риски, которые можно прогнозировать и которыми можно управлять. Но в современном мире возникли новые неуправляемые риски. У. Бек определяет их как результат взаимодействия человека с угрозами и опасностями, исходящими от окружающей его среды. К числу рисков этого типа он относил ядерную энергию, производство различных химикатов, генную технологию, экономические катастрофы, выбросы и отходы производства.

Суть концепции «общества риска» может быть сведена к следующим положениям: большое значение имеет понимание степени риска и информация о нем; увеличение числа рисков приводит к социально опасным ситуациям; индустриальное общество, ориентируясь на удовлетворение постоянно самообновляющихся потребностей и извлекая благодаря им экономическую выгоду, создает опасные ситуации и политический потенциал общества риска; только знание рисков поможет их предотвратить. «...В обществе риска знание определяет бытие»; необходимо анализировать социальные, экономические, политические и другие последствия рисков [1]. Страх перед новыми рисками вызывает у людей недоверие к социальным институтам общества и приводит к появлению экологических, социальных движений.

Критикуя технологических и экологических оптимистов, У. Бек обращает внимание на то, что и те и другие забыли человека. «Соответственно возникает опасность, что ведущаяся в химико-биолого-технических категориях дискуссия об окружающей среде невольно вызывает у людей представление о себе только как об органическом механизме. Тем самым ей грозит опасность превратиться в свою противоположность ту ошибку, в какой она справедливо упрекала долгое время господствовавший оптимизм индустриального прогресса, – выродиться в дискуссию о природе без человека, без обсуждения социальной и культурной стороны дела. С самого начала при таком подходе остались скрыты социальные, политические и культурные реалии и последствия модернизации рисков» [1. С. 27, 28]. Человек в «обществе риска» отказался от традиционных ценностей и норм.

Ученый связывает ухудшение качества жизни с различными рисками, страхом человека перед рисками, созданными им самим, его деятельностью, техникой и индустрией. По мнению У. Бека, риски – это закономерный этап развития общества, оно само порождает их.

Определены следующие типы рисков:

«Существует три вида глобальных опасностей: во-первых, это конфликты, связанные с «пороками», которые являются обратной стороной» выгод», т.е. вызванные стремлением к обогащению технико-индустриальные угрозы (такие, как озоновые дыры, парниковый эффект, а также непредвиденные, не принимаемые в расчет последствия генной инженерии и ретрансплантационной медицины).

Во-вторых, это разрушение окружающей среды и технико-индустриальные опасности, обусловленные бедностью. Комплексный анализ условий жизни населения, сокращения генетических и энергетических ресурсов, функционирования промышленности, питания и расселения людей со всей очевидностью показывает, что все это тесно взаимосвязано и не может рассматриваться вне зависимости друг от друга. Применительно к угрозам, вызванным богатством и бедностью, речь идет о «нормальных опасностях», которые чаще всего возникают в результате отсутствия (в данной стране) или использования непродуманных мер обеспечения безопасности и таким образом распространяются по всему миру...

В-третьих, угроза применения оружия массового уничтожения (атомного, биологического и химического), напротив, связана с чрезвычайным положением во время войны (в отличие от исходящей от этого оружия потенциальной угрозы). Опасность регионального или глобального самоуничтожения ядерным, химическим или биологическим оружием не устранена и после прекращения конфронтации между Востоком и Западом, скорее, она вырвалась из-под контроля сверхдержав, попавших в «патовую атомную ситуацию» [2. С. 76–78].

В «обществе риска» людей объединяет чувство страха перед изменяющейся экологической обстановкой. Страх, отрицательно влияя на психологические, интеллектуальные силы человека, еще более усиливает его неумение бороться с изменениями, происходящими вокруг него. Неумение человека бороться с рисками ученый объясняет и тем, что человек до конца не знает причин их возникновения, содержания. Поэтому он считает, что для улучшения качества жизни необходимо, во-первых, научиться управлять рисками; во-вторых, сформировать и расширить природо-охранительную функцию государства; в-третьих, изменить отношение общества к технике, которая может не только производить риски, но и предотвращать их. Э. Гидденс, напротив, считает, что, только изменив человека, научившись управлять страхами, тревожностью, сохранив оптимизм, осуществляя последовательные действия по локализации и устранению конкретных рисков, можно обеспечить достойное качество жизни.

Итак, осознание взаимозависимости эколого-экономических процессов явилось причиной возникновения экологической парадигмы качества жизни, представленной двумя противоположными направлениями: экологический пессимизм и экологический оптимизм.

Экологические пессимисты видят только один путь решения проблемы деградации окружающей среды – остановка экономического роста, ведущая к обеспечению достойного качества жизни. Они пропагандируют использование простых технологий, выступают против научно-технического прогресса. Думается, что

в современных условиях вряд ли такое возможно и вряд ли нужно. Развитие по схеме, предлагаемой экокессимистами, приведет к свертыванию промышленности, переходу к натуральному хозяйству, понижению качества жизни.

Экологические оптимисты считают, что обеспечить достойное качество жизни населения как развитых, так и развивающихся стран возможно лишь в условиях экономического роста. Они предлагают самые разные пути предотвращения деградации окружающей среды. Экооптимисты считают, что в условиях экономического роста необходимо согласовывать развитие общества с законами природы, переходить к созданию и использованию экологизации техники. Все это позволит уменьшить разрушение экологической среды, сохранить жизнь и удовлетворить текущие и будущие потребности.

1. Бек, У. Общество риска. На пути к другому модерну / У. Бек; пер. с нем. В. Седельника и Н. Федоровой; послесл. А. Филиппова. – М.: Прогресс–Традиция, 2000. – 384 с.
2. Бек, У. Что такое глобализация? / У. Бек. – М.: Прогресс–Традиция, 2001. – 304 с.
3. Гэлбрейт, Д.К. Жизнь в наше время / Д.К. Гэлбрейт; пер. с англ. О.С. Васильева; общ. ред. и предисл. д-р. экон. наук С.М. Меньшикова. – М.: Прогресс, 1986. – 150 с.
4. Заботясь о будущем: доклад Независимой комиссии по проблемам народонаселения и качества жизни / пер. с англ. – М.: Изд-во «Весь мир», 1998. – 334 с.
5. Маркович, Д.Ж. Социальная экология и качество жизни: конспект лекций / Ж.Д. Маркович; Междунар. независимый эколог.-полит. ун-т. – М.: Изд-во МНЭПУ, 1998. – 68 с.
6. Фукуяма, Ф. Доверие. Социальные добродетели и созидание благосостояния / Ф. Фукуяма // Новая постиндустриальная волна на Западе / под ред. В.Л. Иноземцева. – М.: «Academia», 1999. – 640 с.

© Лига, М.Б., 2016

Для цитирования: Лига, М.Б. Модель качества жизни в социально-экологической парадигме / Лига М.Б. // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. – 2016. – № 1. – С. 197–203.

For citation: Liga, M.B. The model of quality of life in the social-ecological paradigm / M.B. Liga // The Territory Of New Opportunities. The Herald of Vladivostok State University of Economics and Service. – 2016. – № 1. – P. 197–203.

Дата поступления: 01.02.2016.

Т.В. Метляева

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Россия. Владивосток

Исследование особенностей формирования имиджа г. Владивостока (социокультурный аспект)

В статье рассматриваются научные подходы к определению понятия «имидж территории» и особенности его формирования. Анализируется опыт других территорий в создании имиджевых характеристик города; роль культуры в формировании имиджа территории и возможность применения аксиологического подхода в исследовании имиджевых аспектов городской среды.

Ключевые слова и словосочетания: имидж города, конкурентоспособность, аксиологический подход, ресурсы, ценности, культура.

T.V. Metlyayeva

Vladivostok State University of Economics and Service
Vladivostok, Russia

Vladivostok Image Formation Research (Sociocultural aspect)

The research project examines the development of scientific approaches to the 'image of the territory' concept. Special attention is given to the analyses of the following aspects: other territories' track record in creating image characteristics of a city; culture role in the 'territory image' formation and axiological approach application in researching the image of urban realm.

Keywords: city image, competitiveness, axiological approach, resources, values, culture.

В современной культуре интерес к вопросам формирования имиджа городов и регионов заметно возрастает. Настоящий этап цивилизованного развития общества характеризуется изменениями в содержании и направлении научно-технического прогресса, активизацией информационно-коммуникативного взаимодействия, трансформацией социально-экономических и политических процессов. Осознание важности исследования имиджа территории приходит в связи с необходимостью конкурировать с другими городами, регионами. Одним из направлений, определяющих характер современного мирового развития, является возрастание роли внутригосударственных регионов в системе международных и региональных отношений.

Тема имиджа в российской науке стала разрабатываться только в последние десятилетия, исследования в этом направлении проводятся различными социальными

Метляева Татьяна Викторовна – канд. культурологии, доцент кафедры дизайна и технологий; e-mail: Metlaevatv@mail.ru.

институтами: кафедрой социальной психологии Российского государственного социального университета, под руководством президента Академии имиджологии Е.А. Петровой, кафедрой связей с общественностью Санкт-Петербургского государственного университета под руководством Д.П. Гавры, Российской гильдией маркетологов и другими объединениями.

Заслуживают внимание работы таких авторов, как Э.А. Галумов, Е.А. Петрова, А.Е. Кирюнин, Б.Ю. Эрдынеев, В.Я. Белобрагин, А.Ю. Панасюк, И.С. Важенина, (совместно с С.Г. Важениным), Л.И. Крашкина (руководитель центра «имиджевой культуры «DEIMS»), А.С. Брусова, И.Е. Иванова и др. Тем не менее, проблема изучена не полностью, особенно те ее направления, которые касаются отдельных, конкретно взятых аспектов (культура, туризм, экология, качество жизнедеятельности и др.), значимых в процессе формирования имиджа и бренда регионов и городов. Именно поэтому исследования в данном направлении актуальны.

Обращаясь к пониманию феномена «имидж», рассматриваемого в контексте его социокультурных оснований, можно отметить, что чаще всего под имиджем понимают стереотипный, эмоционально выраженный, раскрывающий внутреннее содержание объекта, сложившийся в массовом сознании образ.

Анализ всего массива информации позволяет сделать, с определенной долей условности, два вывода. Во-первых, исследователи практически во всех случаях используют в формулировках семантическую основу понятия «образ». Во-вторых, имидж определяется: а) как форма отражения объекта; б) как модель, инструмент познания; в) как вид социального управления. В отдельных случаях авторы находятся на перекрестке мнений.

В рамках анализируемого направления созданы модели государственного имиджа, описаны основные факторы его формирования. Представим анализ основных подходов к определению территориального имиджа. Под термином «имидж территории» следует понимать целенаправленно сформированный образ той или иной территории, обладающий определенными ценностными характеристиками и призванный оказывать воздействие на потребителей с целью обеспечения конкурентоспособности территории и привлечения дополнительных ресурсов. Однако, как считает А.Е. Кирюнин, «имидж регионов – это индивидуальный комплекс ассоциативных представлений, ядро которого – базовое представление, соотносимое индивидом с регионом» [7].

Тогда как Э.А. Галумов под имиджем территории понимает «...комплекс объективных взаимосвязанных между собой характеристик государственной системы (экономических, географических, национальных, культурных, демографических и т.д.), сформировавшихся в процессе эволюционного развития российской государственности как сложной многофакторной подсистемы мирового устройства, эффективность взаимодействия звеньев которой определяет тенденции социально-экономических, общественно-политических, национально-конфессиональных и иных процессов в регионе» [4. С. 21].

По мнению Р.Н. Мингалеева, «имидж региона – это символически обусловленное представление об определенной социально-духовной общности, находящейся

в рамках заданного территориального пространства, конструируемое за ее пределами: 1) имидж главы региона; 2) политический имидж региона; 3) экономический имидж региона; 4) культурный имидж региона (в него входят также научные, спортивные, конфессиональные тематические линии); 5) криминальный имидж региона» [9].

Положительный имидж города выступает необходимым инструментом для формирования устойчивой конкурентоспособности города в долгосрочной перспективе, а также привлечения финансовых инвестиций для динамичного развития города, улучшения социального благополучия его жителей. Имидж города оказывает влияние на разнообразные стороны развития города и, в первую очередь, на экономику, культуру, процессы миграции, поведение жителей в городе.

Согласно концепции С. Анхольта, одного из ведущих западных имиджеологов, в основе мощи национального бренда лежит его ключевая идентичность [1]. В свою очередь, источником данной идентичности является набор идей, ценностей, характеристик, особенностей культуры, слов, образов, которые в совокупности создают в сознании представителей целевой аудитории определенные ассоциации с брендом территории.

В случае, когда имидж территории расплывчат или имеет преимущественно негативные характеристики, считает Д.П. Гавра, необходимо предпринять усилия по его изменению [3]. Для этого следует определить, что потребители ожидают от территории, насколько эта территория соответствует их ожиданиям, какие возможности есть у территории, чтобы поднять уровень ее соответствия потребностям клиента, как лучше донести информацию об этих возможностях. Имидж территории не является чем-то постоянным и неизменным, что создает определенные трудности для сохранения «нужных» ассоциаций, однако это дает шанс для формирования новых ассоциаций и перепозиционирования территории. Как известно, позиционирование в территориальном маркетинге – деятельность, которая предпринимается с целью помочь потребителю различать, узнавать и, в конечном счете, предпочитать ту или иную территорию на фоне других.

Рассматривая имидж как целостное образование, мы можем утверждать, что оно может быть презентовано неоднократно, в разных видах и формах: если за разовыми презентациями нет целостности, имидж не сформируется в виде устойчивого образа в сознании реципиентов. При этом целевыми установками действия имиджа, как считает С.А. Гильманов, могут быть [5]:

- ценностное вовлечение реципиентов в определенные процессы, акции, что требует актуализации их социокультурных установок. Вовлечение, в свою очередь, требует базирования имиджа на ценностно-культурном содержании, обращения к социальным и личностным смыслам людей. Средствами здесь могут служить использование символических, архетипических образов, выстраивание ассоциативно-метафорического ряда, формирование аттрактивного эмоционально-оценочного отношения к «денотату» имиджа, основанное на «сочувствовании»;

- обоснование нужности, полезности явления, что вызывает необходимость формирования когнитивно-рассудочного содержания, обращения к аргументам,

доводам, рассуждениям, умозаключениям. Имидж при этом должен иметь текст, сюжет, «мораль», выглядеть доказательным;

– формирование побуждения реципиента к определенному поведению, для чего нужно подключить к информации, содержащейся в имидже, переживания, установки, характеризующиеся аттрактивностью и активностью. Имидж должен вызывать сенсорные ощущения, иметь эмоциональное содержание, «сигналы», на которые человек невольно откликается, и начинает действовать определенным образом.

По мнению Б.Ю. Эрдынеева, процесс управления имиджем территории можно представить в виде нескольких последовательных этапов: диагностики существующего имиджа, определения целей и задач имиджевой политики, формирования имиджевой концепции, разработки программы действий, реализации и оценки эффективности созданной программы [10]. И какие бы направления ни лежали в основе имиджевой программы (формирование нового имиджа или поддержание существующего имиджа, его обновление, изменение), мы должны помнить об одной важной задаче, что для создания успешного имиджа обладание уникальными ресурсами не является обязательным условием. При правильном имиджевом позиционировании практически любая территория может повысить свою конкурентоспособность.

В процессе теоретического анализа мы установили, что в современных разработках ряда российских ученых проблема формирования имиджа города освещается несколько односторонне, с акцентуацией на экономическом потенциале региона, без рассмотрения других аспектов, в частности, культурологического. Имидж города рассматривается не как самостоятельный объект, а как ресурс стратегического управления региональной социально-экономической системой. Основой привлечения инвестиций в регионы российской глубинки исследователи видят богатые природные ресурсы, но отнюдь не культурные артефакты и события, процессы, явления.

В начале XXI в. вопросы культурного развития территорий начали связывать с формированием имиджа. Причина этого – новая ступень развития общества, когда вопросы имиджа, образа, бренда становятся факторами изменения реальности.

Положительный имидж города необходим для привлечения туристов, улучшения социального самочувствия его жителей, а также для привлечения финансовых инвестиций. Имидж города влияет на различные стороны городского развития и, прежде всего, на экономику, культуру, миграционные процессы, а также на поведение жителей в городе [6. С. 27].

В современном мире культура, как правило, предопределяет развитие всех других сфер жизни регионального сообщества, а потому представляет собой наиболее значимый компонент в структуре имиджа территории [7. С. 115]. Кроме того, рост числа информационных каналов, в частности, широкое распространение Интернета, обеспечивает равные возможности популяризации историко-культурных традиций, современной массовой культуры регионов, уникальных региональных брендов. Ключевой нам представляется уже упомянутая ранее тенденция доминирования нематериальных активов, замещения промышленных ресурсов

культурными, о чем свидетельствует как зарубежный, так и российский опыт развития территорий.

Так, Ю.Г. Вешнинский предлагает использовать аксиологический подход в изучении культурного пространства территории.

Автор выделяет тринадцать типов ценностей, которые, при всей своей взаимосвязанности, могут быть, с достаточной степенью условности, подразделены на:

- государственно-политические, военно-силовые, гражданско-правовые (сила, безопасность, справедливость, законность и т.д.);
- исторические ценности (все то, что олицетворяет и символизирует «связь времен», культурную и историческую память, преемственность традиций, место человека, той или иной социальной общности в ряду поколений и т.д.);
- коммуникативные ценности;
- природные ценности, связываемые обычно с экологией (чистый воздух, чистая вода, здоровье и долголетие населения и т. д.);
- научно-когнитивные ценности (знания и образовательно-квалификационное «качество населения», а инфраструктура получения, хранения и распространения знаний: системы образования, библиотеки, базы данных, СМИ, Интернет и т. д.);
- персоналистские ценности (ценности личностной самореализации);
- религиозно-конфессиональные ценности (нормы, символы, священные тексты, обряды, а также храмы, предметы, связанные с культом, богослужебная музыка, богослужебное пение, религиозная живопись и т.д.);
- социально-стратификационные ценности (в оппозициях: «аристократизм»-«народность» или, в ином контексте, «аристократизм»-«мещанство», «элитарность»-«массовость», «интеллигентность»-«хамство», «буржуазное»-«пролетарское», «начальство»-«подчиненные» и т. д.);
- художественно-эстетические ценности;
- ценности урбанистических локально-территориальных сообществ («душа Владивостока», «дух Миллионки» и т.д.);
- экономические ценности (хозяйственные навыки, а также предметно-вещная среда, сырьевые ресурсы, золотой запас и т.д.), т.е. наследие как богатство в буквальном, узком смысле слова;
- этические ценности;
- этнические ценности (язык, фольклор, обычаи, доминирующие формы ментальности, приписываемые этносам общественным мнением, свойства: «французский шарм», «немецкая аккуратность», «русская широта» и т.д.) [2. С. 75].

Однако автор приведенной типологии ценностей не рассматривает ее как исчерпывающую. Он считает, что это опыт типологии, который рассматривается автором как допускающий дополнения и уточнения.

В современном обществе развитие культуры в регионе становится задачей перво-степенной важности. Развитие культуры напрямую влияет не только на нравственные и социальные аспекты, но и, что особо значимо, на экономические. Поскольку события в сфере культуры становятся не только престижными, но и прибыльными. Этот факт положительным образом сказывается на репутации города и повышает уровень местного патриотизма горожан. Многие городские власти считают, что

современному городу необходимо разработать «фасад», «витрину», подиум для культурных событий и эти проекты обеспечат городу объем инвестиций.

Сегодня в мире насчитываются несколько десятков городов, специализирующихся на событийной экономике и живущих доходами от нее. Так, например, всемирно известный экономический форум в Давосе, кинофестиваль в Каннах, музыкальные фестивали в Юрмале и Сан-Ремо и проч.

Если же рассматривать конкретные примеры формирования благоприятного имиджа российскими городами, то следует начать с опыта городов, которые являются пионерами маркетинга: г. Мышкина и г. Великого Устюга. Великий Устюг – это, как известно, родина и официальная резиденция Деда Мороза, благодаря чему в зимний сезон приток туристов в город быстро растет. Основная маркетинговая идея г. Мышкина заимствована из его названия. Кампания по продвижению города началась с создания Музея Мыши – единственного в мире, что вскоре позволило горожанам провозгласить свой город «Мировой столицей Мыши». Туристическая привлекательность города за 2-3 года выросла в несколько раз. Город, занявшийся территориальным маркетингом, почти всегда становится «фабрикой» имиджевых идей. Новым символом г. Мышкина объявлены валенки (открыт соответствующий музей наряду с другими 10 музеями, действующими в городе). Летом 2008 г. в г. Мышкине состоялась XI Международная конференция специалистов по грызунам. Конференция проводится раз в два года, до г. Мышкина ее принимали города Бельгии, Польши и Италии.

Интересны шаги других муниципалитетов в направлении улучшения имеющегося у них имиджа или кардинальной его перестройки. Например, в свое время Президент Республики Калмыкия – Кирсан Илюмжинов провозгласил Элисту мировой шахматной столицей. По его инициативе был построен район, называемый Сити-Чесс. Теперь в Элисте проводятся различного рода шахматные турниры. В дополнение к этому в школах республики занятия шахматами были введены как обязательный предмет. Другая особенность Калмыкии – буддизм, при должной поддержке она могла бы привлечь к себе гораздо больше внимания и дохода региону. Уже сейчас Элиста стала позиционироваться как столица единственной буддийской территории в Европе.

Местная администрация г. Ржева всерьез заинтересовалась городским маркетингом. В ее структуре появился отдел маркетинга, а продвигаемый им слоган «Ржев – первый город на Волге» (он находится всего в 200 км от истоков великой русской реки и представляет собой отправную точку в ее судоходной части) размещен на официальном сайте городской администрации. Были организованы новые туристические маршруты.

Уже несколько лет в администрации г. Улан-Удэ регулярно проходят семинары по маркетингу территории для руководителей подразделений и специалистов, приглашаются и главы районов. Здесь популярен событийный маркетинг, венцом которого стал ежегодный спортивно-культурный национальный праздник «Сурхарбан».

Еще несколько лет назад нельзя было назвать Пермь – город промышленный и абсолютно не развитый в туристическом плане – «культурной столицей». Сегодня Пермь позиционирует себя как центр современного искусства, «русский Бильбао».

Предметом нашего исследования является имидж города Владивостока, который имеет большую значимость в Азиатско-Тихоокеанском регионе, а также стратегически важен для всей России. Владивосток активно развивается, инвестируется как на региональном, так и на федеральном уровнях, продвигается в качестве дальневосточного экономического, политического и культурного центра, но не имеет качественно проработанного, ясно визуализированного, всеми принятого и утвержденного имиджа – понятного каждому. Часто мнение о городе формируется за счет стереотипов 10-летней давности, а также под влиянием негативных событий (такова психология людей – неприятный опыт откладывается в памяти четко и надолго). Исследованием подобных проблем в городе занимаются административные учреждения, общественные организации, молодежные объединения и средства массовой информации.

Сегодня Владивосток является не просто административным центром Приморского края, а Приморской столицей, культурным центром, насчитывающим в своем арсенале – 37 музеев, которые ежегодно посещают более 20 000 человек, десять крупных залов галерей и выставочных центров, семь кинотеатров, множество танцевальных коллективов, филармонию, шесть профессиональных театров. Так, Приморский академический краевой драматический театр им. М. Горького – старейший театр г. Владивостока, имеющий свою историю, традиции, сложившийся творческий коллектив, своего зрителя. Несомненно, он вносит огромный вклад в общественно-культурную жизнь города и края. Театр многогранен, он объединяет прошлое и настоящее в уникальном культурном опыте. Укорененный в истории театр отражает современные реалии, культуру, проблемы человека, давая возможность одновременного исследования его личной и общественной жизни. Театр им. М. Горького в современной культурной жизни г. Владивостока занимает лидирующие позиции и задает темп развития театральной жизни города. Как и все театральные учреждения региона и страны в целом, театр им. М. Горького находится в сложных условиях выживания и помимо основной своей деятельности должен искать дополнительные пути творческого развития. В этом году театр празднует своё 85-летие.

Наряду с корифеями театральных подмостков г. Владивостока, открывшийся в 2013 г. Театр оперы и балета в прошедшем сезоне взял новый курс на профессионализм, и сегодня эта площадка стала называться Приморской сценой Мариинского театра.

Приморский канал «Культура» два раза в неделю освещает культурную жизнь Владивостока, целенаправленно позиционирует его как «окно» в страны Азиатско-Тихоокеанского региона. Позиционируя Россию на мировой арене, специалисты в области PR, рекламы сегодня используют символику вантовых мостов над бухтой Золотой Рог как легко узнаваемую достопримечательность России. На тысячерублевой купюре также красуются: мосты и закаты над морем, а вот своего, индивидуального, легко узнаваемого бренда город пока не имеет.

Таким образом, работа над имиджем российских территорий должна быть своего рода национальной идеей. Нашей стране и ее регионам важно озаботиться формированием и сохранением своей идентичности, иметь репутацию политически стабильных, динамично развивающихся в экономическом и социокультурных отношениях, иметь эффективный менеджмент и высокий уровень управленческой культуры. Управление имиджем представляет постоянный процесс изучения изменений и их движущих сил.

1. Анхольт, С. Создание бренда страны / С. Анхольт // Бренд-менеджмент. – 2007. – №1 (32).
2. Вешнинский, Ю.Г. Аксиология постсоветского культурного пространства (имидж территорий и мест) / Ю.Г. Вешнинский // Имиджология 2004: состояния, направления, проблемы. – М.: РИЦ АИМ. 2004. – 380 с.
3. Гавра, Д.П. Внешний имидж государства: понимание категории и структурные модели / Д.П. Гавра // Имидж государства/региона: современные подходы. – СПб., Вып. 3. – 2009.
4. Галумов, Э.А. Международный имидж России: стратегия формирования / Э.А. Галумов. – М.: Известия, 2003. – 450 с.
5. Гильманов, С.А. Имиджирование государственных инициатив (на примере административной реформы) / С.А. Гильманов // Имиджология 2008: состояние, направление, проблемы. – М.: РИЦ АИМ, 2008. – 349 с.
6. Дмитриевская, Н.Ф. Образ города как социальный феномен / Н.Ф. Дмитриевская. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2002. – 192 с.
7. Кирюнин, А.Е. Имидж региона как интериоризация культуры / А.Е. Кирюнин. – М.: Книжный дом «Университет», 2000. – 144 с.
8. Коноплева, Н.А. Сравнительный анализ исторического и современного имиджа г. Владивостока в преддверии саммита АТЭС // Имидж страны/региона как стратегия интеграции России и АТР в XXI веке: материалы конф. 28-30 июня 2010 / отв. ред. А.В. Кузьмина. – Улан-Удэ: Изд-во ВСГТУ.
9. Мингалеев, Р.Н. Конструирование имиджа региона российскими СМИ. На примере Республики Татарстан: дис. ... канд. социол. наук / Р.Н. Мигалеев. – М.: РГБ, 2003. – 157 с.
10. Эрдынеев, Б.Ю. Стратегия формирования имиджа города: Основные принципы и этапы / Б.Ю. Эрдынеев. Имидж страны/региона как стратегия интеграции России и АТР в XXI веке: материалы конф. 28-30 июня 2010 / отв. ред. А.В. Кузьмин. – Улан-Удэ: Изд-во ВСГТУ. – 319 с.

© Метляева, Т.В., 2016

Для цитирования: Метляева, Т.В. Исследование особенностей формирования имиджа г. Владивостока (социокультурный аспект) / Т.В. Метляева // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. – 2016. – №1. – С. 204–211.

For citation: Metlyayeva, T.V. Vladivostok Image Formation Research (Sociocultural aspect) / T.V. Metlyayeva // The Territory Of New Opportunities. The Herald of Vladivostok State University of Economics and Service. – 2016. – № 1. – P. 204–211.

Дата поступления: 09.02.2016.

Е.В. Николаева

Московский государственный университет дизайна и технологии
Москва. Россия

Проблема культурного имиджа приграничного российского региона (на примере Калининграда)

Основное внимание в исследованиях по созданию региональных брендов обычно уделяется маркетинговой составляющей. Однако в случае приграничных территорий остро встают вопросы, связанные с размыванием общегосударственной символической идентичности региона. В статье рассматривается проблема амбивалентности существующего культурного имиджа российского эксклава – Калининградской области и города Калининграда. Анализируется роль проксемических средств в актуализации семиосферы российской культуры и предлагаются варианты формирования имиджа Калининграда в контексте социокультурной интеграции региона в единое культурное пространство России, в т.ч. в технократическо-фьючерсной модальности.

Ключевые слова и словосочетания: имидж территории, культурный имидж, культурная среда, семиосфера российской культуры, символическая идентичность, Калининград, приграничный регион.

E.V. Nikolaeva

Moscow State University of Design and Technology
Moscow. Russia

The Problem of Cultural Image of a Frontier Russian Region (Kaliningrad Case Study)

Investigations on formation of regional brands are usually concentrated on marketing aspects. However in case of frontier territories the issues of dilution of common national symbolic identity of the region become crucial. The article considers the problem of ambivalence of the existing cultural image of the Russian exclave – the Kaliningrad city and the Kaliningrad Region. The study analyzes the role of proxemic means in actualization of the Russian culture semiosphere and suggests some variants of forming Kaliningrad's image in the context of socio-cultural integration of the region into common cultural space of Russia, including technocratic-futuristic modality.

Keywords: territory image, cultural image, cultural environment, semiosphere of Russian culture, symbolic identity, Kaliningrad, frontier region.

Культурный имидж территории и транснационализация культурного пространства

Основное внимание в исследованиях по созданию культурного имиджа территории принято уделять маркетинговой составляющей [2, 3]. При этом нередко

Николаева Елена Валентиновна – канд. культурологии, доцент Института социальной инженерии; e-mail: elena_nika@bk.ru.

«за скобками» остаются символические коннотации, порождаемые семантикой конструируемых региональных брендов. В случае приграничных территорий при формировании их культурного имиджа остро встают вопросы, связанные с размыванием общегосударственной символической идентичности региона. Действительно, глобальная интерференция и ассимиляция инокультурных образцов в современном мире, тенденции «мультикультуральности» [9. С. 23] и «транснационализации культурного пространства» [1. С. 52] порождают все новые модели самореализации локальных культур и регионов. Эти модели транслируются и опредмечиваются в семиосфере культуры, кардинально трансформируя и переопределяя все элементы и аспекты культурной среды. Основными «центрами силы» транснационализации локальных культур являются крупные города – столицы государств и административных образований. При этом городское социокультурное пространство – как исторически сложившееся, так и сознательно сконструированное – играет особую роль в трансляции общенациональной идеи и формировании общегосударственной идентичности различных регионов большой страны.

Поле символических значений, образующее смысловые доминанты городской культурной среды, в значительной степени задается пространственно-архитектурными формами, совокупностью культурных объектов, расположенных на соответствующей территории, а также семантикой городской топонимики и знаковых мест. Именно физические и символические культурные артефакты – улицы и площади, памятники и здания, музеи и парки, театры и развлекательные центры – в своей типичности и уникальности в рамках общегосударственной культуры служат символическими реперами, с которыми связаны коллективные представления о городе и регионе и их месте в общей истории и культуре государства. При этом образуемые в процессе культурного семиозиса смыслы и коннотации служат основой эксплицитных картин мира, на основе которых строится интра- и экстраобраз территории. В некоторых случаях один уникальный «гиперсимвол», элемент архитектурного или природного ландшафта, исторический персонаж или повседневный предмет, танец или трапеза, – «узнаваемый во всем мире, поглощает все другие означающие» [8. С. 144] и служит символическим «репером» региональной семиосферы.

Иными словами, любая территория представляет собой знаковую систему и формирует с помощью самых разных проксемических знаковых средств особые символические сообщения, которые прочитываются и интерпретируются ее жителями и туристами в соответствии с коллективными культурными кодами и индивидуальным культурным бэкграундом. Эти сообщения осмысливаются в качестве наиболее общих характеристик культуры конкретной страны или региона и воспринимаются в виде априорных культурных норм и ценностей. Так, например, памятник вождю, храм или небоскреб в центре города репрезентируют очевидную аксиологию той или иной культуры, а повседневные социокультурные коммуникации и сложившиеся туристические маршруты закрепляют соответствующие идеологемы и мифологемы, воспринимаемые жителями города и его гостями как естественная культурная и ментальная среда – имидж места.

Чрезвычайно важное значение символический капитал территории приобретает в случае ее приграничности и, особенно, при эксклавном положении региона. Для таких территорий обычно характерно смешение культурных кодов, повседневных социокультурных практик, языковых, ментальных и поведенческих паттернов. Близость соседней культуры, с присущими ей иными правилами смыслополагания и иными экзистенциальными параметрами порядка, приводит к размыванию общегосударственной идентичности региона и, нередко, к образованию центробежного вектора культурного развития приграничных территорий.

Рассмотрим проблемы, касающиеся культурного имиджа приграничных территорий, на примере самого западного российского региона-эксклава – Калининградской области и ее центра – города Калининграда.

Русское: амбивалентность культурного имиджа Калининграда

Территория современной Калининградской области, исторически являвшаяся частью немецкой провинции Восточная Пруссия, в 1945 г. в соответствии с Потсдамским соглашением была передана Советскому Союзу. Необходимо отметить, что в результате британских бомбардировок Кенигсберга во время Второй мировой войны его центральная часть, где располагались Королевский замок и Кафедральный собор, подверглась сильным разрушениям. В 1946 г. центральный город новой советской территории был переименован из Кенигсберга в Калининград. К 1948–49 гг. практически все немецкое население области было депортировано в Германию, восстановлением города занимались переселенцы, приехавшие из разных регионов СССР.

Новая культурная среда Кенигсберга-Калининграда начала формироваться в первую очередь посредством вербальных текстов города: улицы и площади получили новые названия, многие из которых отсылают к персонифицированной военной истории России (ул. Суворова, ул. Багратиона, ул. маршала Баграмяна, ул. Черняховского и др.). Символическое единство региона с «центром» и принадлежность к общегосударственной культуре (как во всех городах СССР) были закреплены с помощью «советской» (Советский пр., Ленинский пр., ул. Коммунистическая, пр. Мира, ул. Энергетиков, и т.п.), «революционной» (ул. Дзержинского, ул. Чекистов, ул. Павлика Морозова и т.п.) и «историко-культурной» (ул. Горького, ул. Чайковского, ул. Репина, ул. Юрия Гагарина и пр.) городской топонимики. Особые фрактальные связи «город-страна» [б. С. 61–65] выстраиваются в городском социокультурном пространстве посредством таких топонимических знаков, как Московский пр., ул. Киевская, ул. Омская, ул. Барнаульская, ул. Ростовская, ул. Можайская, ул. Камская, ул. Нарвская, и др. Знаковый характер в Калининграде имеет улица Б. Хмельницкого, актуализирующая коннотации (воссоединения российских территорий). Отсылки к прусской истории и культуре, хотя и не столь многочисленные, также присутствуют в вербальном «тексте» города (р. Преголя, ул. Литовский Вал, ул. Канта, ул. Шиллера, ул. Вагнера, ул. Брамса, ул. Генделя, ул. Ольштынская и др.).

В ходе нового культурного строительства в рамках советской парадигмы некоторые архитектурные артефакты, относящиеся к немецкому прошлому города, были утрачены (Королевский замок, памятники германским историческим личностям и др.), часть из них уцелела (форты, ворота, Кафедральный собор), хотя отчасти по идеологическим, а главное, по финансовым причинам задачи по их реставрации до 1990-х годов не ставилось. При этом несмотря на полувековую советскую историю и расширение семантического поля православной культуры в постсоветские десятилетия, культурные акценты в визуальном образе Калининграда остаются в большей степени «прускими», чем российскими. И в последние годы эта тенденция только усиливается. Так, в дополнение к сохранившимся немецким постройкам, например, в районе Амалиенау, в 2006-2010 гг. в городе появился новый квартал «Рыбная деревня» на Октябрьском острове, стилизованный под архитектуру довоенного Кенигсберга. Не будем спорить, что новая застройка выглядит привлекательно для туристов, и развитие туризма, безусловно, важно для региона, однако «прусская» тема отнюдь не способствует усилению российской идентичности самих калининградцев. Можно и нужно находить туристические аттракторы, связанные с российской культурой. Одним из самых очевидных репрезентантов Калининградского региона является культурный бренд «Янтарный край», однако кроме Музея янтаря и многочисленных ювелирных магазинов, продающих в основном стандартные изделия из «солнечного камня», эта тема в Калининграде практически не представлена.

В настоящее время сильная семантическая индукция «пруской культуры» наблюдается во всем культурном пространстве Калининграда – от дизайна новых домов до названия художественных салонов, предлагающих изделия из янтаря (например, «Прусский мед»). Амбивалентность индивидуальной культурной идентичности жителей города легко заметить по текстовым «номерам» на автомобилях: «Калининград» vs. «Кенигсберг».

Снесенные в 1968 г. стены и полуразрушенные башни Королевского замка и возвышающиеся на его месте «руины» недостроенного Дома Советов составляют отдельный сюжет для культурологической рефлексии. Споры о судьбе советского долгостроя, возможном восстановлении Королевского замка, также как и о названии города, идут многие годы. Однако при всем уважении к прошлому с позиций экологии культуры, как отмечал Д.С. Лихачев, «нельзя восстановить здание как “документ”, как “свидетеля” эпохи» [4. С. 346]. Любая заново построенная копия ранее утраченного памятника истории лишена документальности и представляет собой только «видимость» [4. С. 346]. С точки зрения воссоздания исторической культурной среды «Королевский замок» может быть только новоделом, симулякром, игрой в традицию, точно такой же как «Китайгородская стена» в Москве или столичная гостиница «Москва» (2013 г.). Восстановление разрушенного памятника имеет смысл только тогда, когда символическим становится сам факт его возвращения в семиосферу культуры, как в случае с Храмом Христа Спасителя в Москве. Но в Калининграде с точки зрения семиотики культуры воссоздание Королевского замка в центре города будет означать возникновение сильной инокультурной домини-

нанты, которая символически зафиксировывает нероссийское содержание региональной культуры. По этой же причине при всей немотивированности существующего названия города крайне нежелательно его переименование в Кенигсберг.

Нельзя считать отвечающим требованиям культурной политики в отношении региона-эксклава и проекты, представленные в рамках Международного архитектурно-градостроительного конкурса на разработку концепции развития территорий исторического центра города Калининграда (2014 г.) [7]. Согласно проекту архитектурного бюро «Студия 44» и Института территориального развития Санкт-Петербурга, получившему 1-ю премию, предлагается на основе сохранившихся старых фундаментов построить квартал «Новый Альтштадт» и другие «исторические» кварталы, где на первых этажах должны разместиться коммерческие объекты, а на верхних – жилье. Дом Советов сохраняется и приспособляется под офисы, на месте Королевского замка появляется напоминающее замок современное здание. Исчезает Эстакадный мост, но воссоздаются старинные – пешеходные – мосты Кенигсберга, а вокруг «исторического» квартала поднимаются стеклянные высотки в стилистике неоурбаниста. Остров Канта при этом остается пустынным, превращаясь в флористический парк [7].

Не вдаваясь в дальнейшие градостроительные и инфраструктурные детали и тем более в критическое рассмотрение архитектурных решений (их эклектичности или симулятивности), отметим, что семантика новых кварталов значительно усиливает инокультурную, нероссийскую компоненту культурной среды Калининграда. В этой связи может оказаться полезным опыт культурной политики в градостроении, примененной при преобразовании бывшего советского города Целиноград в новую столицу Казахстана – Астану, где в новых урбанистических кварталах евразийский технократизм сочетается с ярко выраженной трайбалистской мифологией, а социокультурное пространство новой столицы символически тесно связано со всеми регионами страны [6. С. 70–76].

Возможные модальности регионального имиджа Калининграда

В начале XXI века, как и любой другой крупный город, Калининград представляет собой диахроническую мультикультуральную систему знаков истории и современности. В результате сложной истории региона образовалась своеобразная культурная среда города Калининграда в виде многослойной семантической системы, в которой знаки прусской истории и советской культуры сосуществуют и пересекаются, но не складываются в единый культурный текст. В целом можно констатировать существенный «крен» в сторону прусской истории города: в культурной среде Калининграда российская история (некоторое исключение составляет Великая отечественная война) оказывается на втором плане, подобно тому, как монумент Славы морякам-балтийцам оказался «заслоненным» каменными нагромождениями на бывшей Королевской горе.

С превращением Калининградской области после распада СССР в российский эксклав ее социокультурная интеграция с основной территорией страны имеет стратегическое значение. Государственная политика в отношении культурной

среды самого западного региона России должна быть направлена на прочную интеграцию города и области в единое культурное пространство России через усиление символической составляющей городской культурной среды, формирующей устойчивую российскую идентичность жителей Калининградской области.

Одним из вариантов конкретного решения этой задачи может, на наш взгляд, стать концепция «старого города» в центре – на острове Канта и острове Октябрьский с воссозданием малоэтажной «исторической» застройки, выполняющей музейно-этнографические, историко-просветительские и развлекательно-туристические функции. По этому пути идут сегодня многие европейские города, «консервировавшие» историческую часть города, вокруг которой выросли современные кварталы. Одновременно стоит разработать и воплотить в жизнь проект культурного преобразования огромного пустыря на центральной площади Калининграда. Символическая брешь в культурном мироощущении города может быть устранена, например, через возведение современного, высоко-технологического комплекса строений – развлекательных и музейных зданий «футуристической» модальности, тематически соотнесенных с развитием российской науки и техники, наподобие Городка науки и искусства в испанском городе Валенсия. В этом случае недостроенное здание Дома Советов несложно интегрировать в общую постнеклассическую планировку комплекса, центром которого мог бы стать, к примеру, музей космоса с планетарием. (Заметим, что в Калининграде, который является родиной четырех российских космонавтов, существует экспозиция, посвященная истории освоения космоса, но располагается она на борту судна космической связи «Космонавт Виктор Пацаев» неподалеку от музея Мирового океана.)

Другой вариант: вполне уместным и оправданным с точки зрения политики социокультурной интеграции Калининградской области и большой России было бы создание в центре города архитектурного квартала «Россия», аналогичного «Испанской деревне» в Барселоне, где в натуральную величину построены некоторые знаковые здания всех регионов страны, а на первых этажах этих зданий расположены мастерские традиционных ремесел и кафе национальной кухни разных провинций. В конце концов, можно последовать примеру многих городов – от Брюсселя до Паттайи, где существуют парки архитектурных миниатюр, и разместить в центре города «Всю Россию». Тем более, согласно опросу общественного мнения, жители Калининграда хотели бы видеть на месте пустыря в первую очередь именно ландшафтный парк [5].

В любой из предложенных вариантов можно включить или реализовать как самостоятельный проект в рамках развития центральной территории города Калининграда концепцию «Янтарного замка» – большого музея, ремесленного, выставочного и коммерческого центра международного уровня. Это в значительной мере помогло бы Калининградскому региону справиться с трудностями, которые он испытывает в продвижении российской янтарной продукции на внутреннем и международном рынке. Янтарный/темно-желтый цвет мог бы стать хроматическим символом города и использоваться как декоративный элемент городской среды.

Необходимо также сохранить непрерывность Московского проспекта, не разрывая его новой застройкой в центре, не только как важную городскую автомагистраль, но и как символическую линию связи региона и столицы страны.

Все эти идеи вполне реализуемы и в художественном, и в финансовом отношении, необходимо лишь понимание на самом высоком, государственном уровне исключительной важности социокультурной интеграции приграничных российских регионов, в частности Калининградской области, в единое культурное пространство России.

1. Астафьева, О.Н. Культурная политика государства: вопросы о реально существующем и потенциально возможном / О.Н. Астафьева // Знание. Понимание. – Умение. – 2008. – № 3. – С. 50–58.
2. Блашенкова, В. Бренд территории: создание и продвижение. Как это делается в России / В. Блашенкова. – М.: Конкретика, 2011. – 320 с.
3. Котлер, Ф. Маркетинг мест / Ф. Котлер, К. Асплунд, И. Рейн, Д. Хайдер. – СПб.: Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2005. – 384 с.
4. Лихачев, Д.С. Экология культуры / Д.С. Лихачев // Избранные труды по русской и мировой культуре. – СПб.: Изд-во СПбГУП, 2006. – С. 330–347.
5. Ненько, А. Калининград «Сердце города». Проект развития глазами Калининградцев / А. Ненько, Т. Адаменко. – СПб.: Школа городских трансформаций, 2014. – 13 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://tehne.com/assets/i/upload/event/serdtce-goroda-proekt-razvitiia-glazami-kaliningradtcev.pdf> (дата обращения 24.10.2015).
6. Николаева, Е.В. Фракталы городской культуры / Е.В. Николаева. – СПб.: Страта, 2014. – 264 с.
7. «Сердце города»: итоги конкурса концепций развития исторической части Калининграда, 2014 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://tehne.com/event/novosti/serdce-goroda-itogi-konkursa-koncepciy-razvitiya-istoricheskoy-chasti-kaliningrada> (дата обращения 24.10.2015).
8. Урри, Дж. Туризм и глобальное / Дж. Урри // Массовая культура: современные западные исследования. – М.: Фонд научных исследований «Прагматика культуры», 2005.
9. Флиер, А.Я. Мультикультуральность / А.Я. Флиер // Обсерватория культуры. – 2008. – №2. – С. 22–26.

© Николаева, Е.В., 2016

Для цитирования: Николаева, Е.В. Проблема культурного имиджа приграничного российского региона (на примере Калининграда) / Е.В. Николаева // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. – 2016. – № 1. – С. 212–218.

For citation: Nikolaeva, E.V. The Problem of Cultural Image of a Frontier Russian Region (Kaliningrad Case Study) / E.V. Nikolaeva // The Territory Of New Opportunities. The Herald of Vladivostok State University of Economics and Service. – 2016. – № 1. – P. 212–218.

Дата поступления: 01.02.2016.

О.Г. Обертас¹
Н.А. Коноплева²
В.В. Петухов³

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

К вопросу идентификации города Владивостока как европейского порта на восточной оконечности России

Рассмотрены характерные для владивостокского модерна особенности, обусловленные влиянием на него европейской культуры и архитектуры Петербурга. Актуальность исследования определяется значимостью позиционирования города как яркого образца интересной европейской архитектуры на рубеже конца XIX – начала XX века и его продвижения в данном аспекте как привлекательного для туристов российского порта на Дальнем Востоке. Центральным вопросом позиционирования любого региона и формирования национального и территориального брендинга является создание у целевой аудитории позитивного представления о нем.

Ключевые слова и словосочетания: имидж, образ, бренд, визуальный образ, архитектурная деталь, европейский модерн города, петербургские архитекторы во Владивостоке, городская среда как объект международного туризма.

O.G. Obertas
N.A. Konopleva
V.V. Petukhov

Vladivostok State University of Economics and Service
Vladivostok. Russia

To a question of identification of the city of Vladivostok as European port on the easternmost tip of Russia

The features, characteristic for the Vladivostok modernist style caused by influence on it of the European culture and architecture of St. Petersburg are considered. Relevance of research is caused by the importance of positioning of the city as bright example of interesting European architecture at a boundary of the end of the XIX beginning of the XX century, and its advance in this aspect as Russian port, attractive to tourists, in the Far East. The central question of positioning of any region and formation national and territorial branding is creation at target audience of positive representation about him.

Keywords: image, image, brand, Visual image, arkhitekturny detail, the European modernist style of the city, the Petersburg architects in Vladivostok, an urban environment as object of the international tourism.

¹ Обертас Ольга Георгиевна – канд. техн. наук, профессор кафедры дизайна и технологий; e-mail: Olga.obertas@mail.ru.

² Коноплева Нина Алексеевна – д-р культурологии, профессор кафедры дизайна и технологий; e-mail: Nina.Konopleva@vvsu.ru.

³ Петухов Владимир Владимирович – канд. культурологии, доцент кафедры дизайна и технологий; e-mail: Vladimir.Petuhov@vvsu.ru.

Имиджевое позиционирование региона должно стать составным элементом целенаправленной политики государств и администраций территорий, заинтересованных в формировании национального и территориального брендинга. Образ региона – сложное понятие, формирующееся на базе объективных природно-климатических условий, степени хозяйственного освоения территории, особенностей политического и административного управления, наличия полезных ископаемых, ресурсов, традиций, культурных ценностей, уклада жизни населения.

Имидж территории существует и формируется на нескольких уровнях осознания: бытовом, социально-экономическом, политическом, деловом, финансовом и др. и испытывает влияние психологических, политических, экономических факторов, представляя собой многоаспектный результат их взаимодействия. Имидж предполагает целый набор убеждений о территории, отражает личное восприятие территории и может различаться от человека к человеку.

В свою очередь, бренд города – это нечто находящееся «посередине» между видением города изнутри (городская идентичность) и восприятием его извне (имидж города). Именно эти два образа активно влияют друг на друга, меняют друг друга и определяют бренд [1. С. 37]. При этом городская идентичность определяется как чувство социальной общности с земляками по причине совместного проживания (А. Смирнягин, 2007) и имеет несколько параметров: уникальность, тождественность и позитивность восприятия города горожанами, сплоченность городского сообщества, его способность к самоорганизации и стремление к усилению городской идентичности и поддержанию стратегии развития города (Д. Визгалов, 2011). По мнению Д.В. Визгалова, решающее значение для формирования бренда города имеет совпадение идентичности и имиджа города. «Бренд города – это городская идентичность, системно выраженная в ярких и привлекательных идеях, символах, ценностях, образах и нашедшая максимально полное и адекватное отражение в имидже города» [Там же. С. 41].

Значение визуальных аспектов имиджа любого объекта обусловлено тем, что зрение – ведущий пространственный анализатор человека, именно через него поступает в мозг большая часть пространственной информации. При визуальном восприятии образа города Владивостока, хотя решающее значение имеет его месторасположение в морской бухте Золотого Рога, неповторимый ландшафт, природные красоты, но не меньшее значение в формировании определенного представления о нем имеют специфические архитектурные стили зданий исторической части города, их скульптурное оформление.

При этом визуальный образ возникает, с одной стороны, на рациональном уровне (А.Ю. Панасюк, А.Б. Зверинцев) как мнение, суждение аудитории имиджа об объекте, а с другой – на иррациональном, при формировании эстетических представлений, обусловленных чувствами, эмоциями, переживаниями лиц, воспринимающих объект.

Таким образом, визуальный имидж города следует рассматривать как образ (представление), возникающий как на рациональном, так и эмоциональном уровнях психики людей и формирующийся в их сознании при восприятии городского ланд-

шафта, месторасположения объекта, оформления городской среды: (архитектура, озеленение, освещение, состояние дорог и проч.), а также облика жителей региона.

Владивосток исторически складывался как город в равной степени европейский, русский и азиатский с соответствующими международными связями.

Российский порт на Тихом океане, г. Владивосток, формировался на рубеже XIX–XX веков как основное сосредоточение торговли Востока и Запада. Преуспевающие англичане, голландцы и немцы, которые быстро реагировали на новые необжитые, далёкие от европейской цивилизации, но очень перспективные земли, налаживают здесь торговую деятельность. Отлаженные связи с Европейскими странами, высокие доходы от торговли и предпринимательской деятельности, дешёвая рабочая сила в лице китайских рабочих позволили за сравнительно короткий промежуток времени создать респектабельный архитектурный облик нового российского порта на Дальнем Востоке.

С 1875 г. Владивосток объявлен городом, однако юридически он стал считаться им лишь в 1880 году. Когда окончательно стало ясно, что не будет другого порта, иной пристани, кроме Владивостока, в городе начинается интенсивное строительство каменных зданий. Вначале более предпочтительные земельные участки в городе занимают иностранцы. Земля в городе отводилась всем иностранцам, поселившимся в южных гаванях, кто просил об отводе земель для постройки домов и магазинов.

В настоящее время Владивосток – российский порт на далёкой окраины России. История его становления обусловила формирование его городской структуры на начальной стадии застройки (на рубеже XIX–XX века) как перспективного российского порта со строительством зданий, не уступающих по визуальным особенностям постройкам в европейских портах. Коммерческая деятельность российских и иностранных предпринимателей обусловила быстрое накопление капитала. Нацеленность на длительное пребывание в восточных территориях предопределила потребность в рациональном использовании накопленного капитала – вложении его в недвижимость. Застройка велась на отводимых центральных городских территориях добротными общественными зданиями и доходными домами, с привлечением как российских гражданских инженеров, получивших образование в Петербурге, так и иностранных архитекторов, хорошо осведомлённых о модных архитектурных тенденциях в европейской архитектуре. В результате Владивосток в период своего становления с конца XIX – до первых двух десятилетий XX века) обустраивается зданиями, как бы цитирующими архитектурные формы европейской и петербургской архитектуры.

В строительстве городских общественных зданий и доходных домов города были задействованы прибывшие из Санкт-Петербурга выпускники института гражданских инженеров (ИГИ): В.А. Плансон, С.А. Венсан, В.К. Гольденштендт, И.С. Багинов, Н.Д. Федосеев. Выпускником ИГИ был и известный гражданский инженер Л.Н. Кекушев, занявший в истории модерна одно из главных мест. Это учебное заведение обеспечивало выпускникам хорошую художественную подготовку, позволявшую им конкурировать с выпускниками Императорской

Академии художеств и активно строить по всей стране. Попавшие на Дальний Восток инженеры были выпускниками 1890–1904 годов (Л. Кекушев, 1888 г.). К этому времени на исходе 1890-х годов, с некоторым запаздыванием по сравнению с ведущими европейскими школами, в Петербург пришёл с Запада новый стиль, за которым в России закрепилось название «модерн» [2]. В 1900 г. модерн массово потеснил эклектику. «Истоки и основной толчок развитию петербургского модерна положили идеи лидера венского сецессиона Отто Вагнера» [2]. К началу 1900-х гг. авторитет О. Вагнера в России был очень высок. Непосредственные контакты, знакомство с новейшими зарубежными изданиями и публикации произведений западных мастеров содействовали проникновению венского сецессиона в архитектуру Петербурга. Во Владивосток модерн был импортирован как европейской культурой, так и выпускниками петербургского института гражданских инженеров. Отдельные вагнерские мотивы и декоративные детали можно легко обнаружить на зданиях Владивостока: вертикальные бороздки-каннелюры разной длины, параллельные линии, кольцо в кольце, круги, львиные маски. Именно на период 1890–1914 гг. приходится сооружение наиболее значимых для города и привлекательных по архитектуре зданий, иногда с прямым цитированием декоративных элементов венского сецессиона. В них, как в зеркале, отразились модные архитектурные приёмы. Владивосток приобретает черты «столичной импозантности и европейского лоска».

Как отмечает Б.М. Кириков [2], в отличие от минувших стилей модерн не выработал устойчивой модели стиля, поэтому в зданиях, построенных в этот период, можно обнаружить признаки готики, необарокко, неоклассицизма. Для ограниченного по территории города это только обогащает застройку, позволяя отмечать в ней черты романтического, рационального, северного модерна. Архитектура Владивостока в ограниченном объёме представляет собой как бы слепок перенесённых и частично переосмысленных петербургскими инженерами-архитекторами образов стиля модерн. Не случайно отдельными фрагментами городской застройки он напоминает Санкт-Петербург.

Опосредованно петербургскими выпускниками были включены в архитектуру зданий приёмы «северного модерна»: свободная живописная группировка объёмов, сильная пластика, активный силуэт. «Крупные эркеры, башни и щипцы, отмечающие основные композиционные узлы зданий, оживляли фронт застройки улиц. Была открыта выразительность неровной, шершавой поверхности, облицованной гранитом; разнообразие и пластическое богатство разнофактурных сочетаний естественных и искусственных, традиционных и новых материалов». Всё это соотносится с петербургской архитектурой рубежа XIX–XX века искусствоведом Б.М. Кириковым, исследовавшим архитектуру Петербурга конца XIX – начало XX в., но с полным основанием может быть отнесено и к Владивостоку.

Таким образом, проведённый анализ показал, что Владивосток в период конца XIX – начала XX века представляет интересный пласт именно европейской культуры, носителями которой в городе стали как немецкие архитекторы, так и российские гражданские инженеры, выпускники Института гражданских инженеров,

в Санкт-Петербурге. Масштабы города, конечно, не позволили архитекторам реализоваться в полную силу, но заявка на создание модных по тому времени респектабельных зданий была сделана. Не уступающие по привлекательности европейским и петербургским образцам в городе возникают здания, формирующие центральное ядро городской застройки. Почти визитной карточкой зданий этого периода застройки становится заимствованная у Отто Вагнера деталь доходного дома на Линке-Винцайле, 40, представляющая кольцо со спускающимися от него лентами, причём из 3 или 5 лент средняя делалась длиннее. «Эти элементы (вертикальные бороздки-каннелюры разной длины, параллельные линии, кольца и круги, львиные маски, навершия мягких очертаний) зачастую включены в иной архитектурный контекст и образуют сплав, как с традиционными, так и с новыми приёмами петербургских архитекторов» [2]. Эта деталь, заимствованная у австрийского мэтра Отто Вагнера, часто встречается в декоре зданий Петербурга и превратилась в настоящее клише владивостокского модерна. Различные вариации на эту тему массово встречаются и на фасадах владивостокских зданий по улице Светланской, 17, 40, Океанскому проспекту, 9, улице Петра Великого, 6 и т.д. (рис. 1).



Рис. 1. Деталь венского модерна, устойчиво используемая в декорировании зданий

В период модерна получили распространение башни. В городской застройке Владивостока многие здания имеют завершения в виде башен, которые не только разнообразили общий силуэт застройки, но являлись своего рода навигационным

архитектурным элементом. Просматривается полная аналогия с характером архитектурного завершения петербургских зданий (рис. 2).

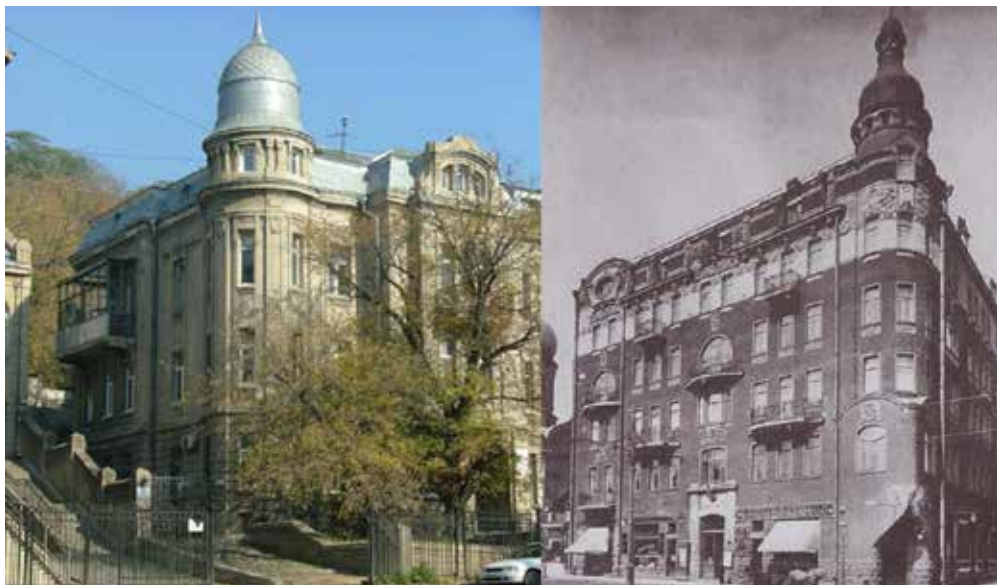


Рис. 2. Слева – г. Владивосток, справа – г. Санкт-Петербург

На рисунке 3 приведены фотографии архитектурных объектов Владивостока, увенчанных башнями различных форм. Как правило, эти башни отмечали угловые здания, акцентируя начало и конец квартала. Анализируя характер застройки старого Петербурга Б.М. Кириков пишет: «Башенки с куполами, шатрами и шпилями вносили в среду черты живописного разнообразия. Они формировали выразительный контур и крупный ритм рядовой застройки, перекликались друг с другом, связывая узлами видовые перспективы улиц. Устройство башен позволяло владельцам и архитекторам сделать свои дома более приметными. Но этот частный интерес естественно проявлялся в заботе о зрелищности городского пространства» [2]. Всё это с полным основанием относится и к архитектуре Владивостока. К сожалению, в настоящее время некоторые из башен на зданиях Владивостока оказались утраченными, что значительно обеднило их архитектурный образ (Светланская, 23, 40).

Можно проводить достаточно много параллелей в архитектурных деталях зданий Владивостока и Петербурга, находя узнаваемую схожесть, позволяющую понять, что эти города имели тесные культурные связи на момент интенсивной застройки Владивостока (рис. 4). Город создавался по-европейски современным портом на Дальнем Востоке, вероятно, с долговременной перспективой его развития.



Рис. 3. Башни как вертикальные доминанты и акценты городской застройки



Рис. 4. Дом К.Х. Кельделя (Петербург), дом Ю. Бриннера (Владивосток)

Архитектурную среду периода модерна обогащает размещение на ряде зданий маскарон, каменных масок, оживляющих городскую среду, привносящих в неё настроение и одухотворённость. Маскароны Владивостока не столь многочисленны и разнообразны, как в Санкт-Петербурге, но их вполне достаточно, чтобы населить городскую среду её вековыми жителями, одухотворить эстетическое пространство окружающей нас среды, приблизить каменные строения к эмоциональному миру человека, воссоздать в городе уютную человеческую среду (рис. 5).



Рис. 5. Маскароны Владивостока

Устойчиво обнаруживаются и признаки северного модерна, характерного для архитектуры Петербурга: активный силуэт, башни и шипцы, отмечающие основные композиционные узлы зданий, эркеры.

Проблема города – сохранить, а кое-где и восстановить целостность архитектурного образа городской застройки, сформировавшейся под влиянием увлечения стилем модерн, стилем ярким, пластически декоративным, но в то же время отмеченным в городе петербургской элегантностью. Так же как в Петербурге период модерна во Владивостоке был короток и не успел сформировать законченных и всеобщих эстетических нормативов. Однако устойчивые признаки модерна можно обнаружить почти во всех архитектурных решениях зданий.

Таким образом, нашими азиатскими соседями городская архитектурная среда Владивостока может восприниматься как образец европейской архитектуры одного из интереснейших её периодов – рубежа XIX–XX веков, отразившего в полной мере привлекательные черты европейского модерна, реализовавшиеся через профессиональную деятельность петербургских и немецких архитекторов.

Сохранение в городской среде исторических компонентов культуры региона, способствующих гармонизации взаимоотношения человека с предметным окружением, создает позитивный имидж не только города, но и региона в целом и способствует формированию его бренда.

1. Визгалов, Д.В. Брендинг города / Д.В. Визгалов. – М.: Институт экономики города, 2011.
2. Кириков, Б.М. Архитектура Петербурга конца XIX – начала XX века. Эклектика. Модерн. Неоклассицизм / Б.М. Кириков. – СПб.: Изд-во «Коло»; М., 2006.

3. Кириков, Б.М. Архитектура Петербурга – Ленинграда: страницы истории / Б.М. Кириков // НИИТИАГ РААСН. – СПб: Изд-во «Коло», 2014. – 400 с.
4. Обертас, О.Г. Каменные лики Владивостока: иллюстрированная монография / О.Г. Обертас, А.А. Хисамутдинов. – Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2015. – 112 с.
5. Обертас, О.Г. Архитектурная деталь Владивостока / О.Г. Обертас, Л.В. Стрикаускас // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. – 2015. – № 1 (28). – С. 96–103.

© Обертас, О.Г., 2016

© Коноплева, Н.А., 2016

© Петухов, В.В., 2016

Для цитирования: Обертас, О.Г. К вопросу идентификации города Владивостока как европейского порта на восточной оконечности России / О.Г. Обертас, Н.А. Коноплева, В.В. Петухов // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. – 2016. – № 1. – С. 219–227.

For citation: Obertas, O.G. To a question of identification of the city of Vladivostok as European port on the easternmost tip of Russia / O.G. Obertas, N.A. Konopleva, V.V. Petukhov // The Territory Of New Opportunities. The Herald of Vladivostok State University of Economics and Service. – 2016. – № 1. – P. 219–227.

Дата поступления: 04.02.2016.

О.Г. Обертас¹
Н.С. Червонка²

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Арт-объект как имиджевый элемент в городской среде Владивостока

В статье рассмотрены возможности использования в городской среде Владивостока арт-объектов. Приведены варианты различных объектов, позволяющих эстетически обогатить городскую среду и способствовать привлечению туристов в город.

Ключевые слова и словосочетания: городская среда, культура, визуальный имидж, арт-объекты.

O.G. Obertas
N.S. Chervonka

Vladivostok State University of Economics and Service
Vladivostok. Russia

Art-object as an image element in an urban environment of Vladivostok

The article deals with the possibility of using art objects in the urban environment of Vladivostok. Variations of different objects allowing to aesthetically enrich the urban environment and attract tourists to the city are given.

Keywords: the urban environment, the culture, the visual image, art-objects.

В современном территориальном имиджмейкинге действует принцип градостроительства шотландского урбаниста П. Геддеса (1915) «Думай глобально, действуй локально». На фоне прессинга глобальных культурных стандартов возрастает потребность территорий (особенно городов) предьявлять миру свою уникальность, создавать свой узнаваемый, уникальный бренд, формировать культурное и архитектурное разнообразие.

Следует отметить, что в настоящее время многие города отмечены дискомфортом, как экологическим, так и эстетическим – монотонностью архитектурного облика, особенно спальных районов 60–80-х годов, нарушением соразмерных человеку масштабов, отсутствием форм городской среды, облегчающим навига-

¹ Обертас Ольга Георгиевна – канд. техн. наук, профессор кафедры дизайна и технологий; e-mail: Olgha.obiertas@mail.ru.

² Червонка Наталья Сергеевна – студент направления «Дизайн среды».

цию внутри застроенной территории. Для однозначной ориентации населения в пределах города необходимы если не доминанты, то хотя бы акценты, позволяющие однозначно ориентироваться в городском пространстве. Владивосток не составляет исключение.

Однако в последнее время у города формируется важная функция – функция российского центра международного сотрудничества на Тихом океане, во многом определяющая его новый общероссийский и международный образ. «Для эффективного выполнения таких масштабных функций город должен иметь значительный собственный потенциал: экономический, демографический, инфраструктурный, культурный, научно-технический, военный – именно в активном наращивании этого потенциала, формировании здесь крупного центра международного сотрудничества и должен заключаться новый этап развития Владивостока» [1]. «Учитывая уникальное географическое положение города и края, в числе приоритетных отраслей должен быть и въездной международный туризм» [Там же. С. 6].



Рис. 1. Вид на город Владивосток

В силу своего экономического развития и длительной международной закрытости город не превратился в скопище небоскрёбов, как Гонконг и Сингапур, сохранив характерную для европейской архитектуры рубежа XIX–XX веков человеческую сомасштабность и привлекательный фасадный пластический декор городской среды. Центр города, представленный торговыми зданиями, жилыми доходными домами, сооруженными российскими и зарубежными предпринимателями, устремившимися в конце XIX в. на освоение богатейших природных ресурсов Востока Дальнего, и сегодня представляет собой интересный пласт европейской архитектурной культуры, обогащенный интересными архитектурными деталями для пеших экскурсий. На ряде зданий по желанию заказчика или по воле архитектора появились маскароны, невольные наблюдатели городской жизни – каменные лики города. Это, в какой-то мере, делало городскую среду ближе к горожанину.

В настоящее время в городах стало модным ставить скульптуры, значимые для истории города. Цель их создания – запечатлеть знаковые и событийные моменты в истории города, а кроме того, это делает город ближе, информативней и привле-

кательней, наполняя его вечными горожанами, связанными каким-то образом с историей его развития: скульптура бича на Океанском проспекте, Высоцкий с гитарой перед драматическим театром, фигурка Элеоноры Прей. Однако увеличение «населения города» за счёт даже значимых фигур довольно однообразно. Для пешего туризма хотелось бы в качестве альтернативы наполнить город композиционно обогащающими его среду современными арт-объектами, отмечающими какие-то знаковые места: площадки, наиболее эффектно раскрывающие панорамы города, виды на бухту, комфортные места общения для групп горожан, вносящие развлекательный и познавательный момент в современную городскую среду, что значительно облегчит туристу навигацию в городской среде.

Красивые и необычные формы эстетически обогащают сложившуюся городскую среду, делают её привлекательнее, современной и комфортней. Мировой опыт городского благоустройства даёт нескончаемые примеры таких арт-объектов (рис. 2). Размещаясь в различных точках города, они позволяют достаточно легко ориентироваться в городской среде, создают систему навигации в городе. Видовые площадки города целесообразно оборудовать комплексными формами, включающими места для сидения, причём предполагающие более свободную форму размещения, с интересными в композиционном отношении акцентными формами, представляющими как бы «места общения». Красивые и необычные формы, удобные и эстетически комфортные человеческому взгляду, становятся замечательным моментом в организации концентрированного размещения не только группы туристов, но и многочисленной компании из коренных горожан (рис. 3). «Обеспечение комфортности среды для человека не может идти без рассмотрения аспекта видеозкологии, акцентирующей необходимость гармоничного взаимодействия архитектурных объектов с открытыми пространствами вокруг них» [3].



Рис. 2. Примеры точечных арт-объектов в городской среде



Рис. 3. Места группового размещения в городской среде

Сделать город интересным для туристов позволят и арт-объекты, вносящие кураж в городскую среду. Это позволит расслабиться в каменных джунглях бетонно-кирпичной городской среды, оживить окружающую человека среду и сформировать дополнительные запоминающиеся образы применительно к архитектурной среде (рис. 4). Включение подобных арт-объектов в городскую среду должно быть весьма дозированным, чтобы не умалить и не упростить архитектурную целостность города.



Рис. 4. Арт-объекты в городской среде с элементами куража

Конкретно для Владивостока с его сильными ветрами весьма привлекательным было бы создание звуковых арт-объектов по примеру уже встречающихся в мировой практике поющих композиций. «Поющее дерево» в Барселоне и интерактивный павильон в Британии, который носит название «Эолова арфа», неизменно вызывают интерес, создавая запоминающийся объект определённого места. Арт-объекты используют в местах, где имеют место постоянно дующие ветра. Через трубы, из которых созданы эти арт-объекты, проходит ветер, создавая при этом необычный «поющий» звук (рис. 5).



Рис. 5. «Эолова арфа» и «поющее дерево» в Барселоне и Британии

Владивосток, отмеченный высокими скоростями ветра почти в течение всего года, в своём ареале имеет много площадок на высоких отметках городских территорий, куда приводят туристов и где любят проводить время и сами горожане, приходя полюбоваться прекрасными морскими панорамами. Расположенные на открытых высотных отметках города, они составят яркую его достопримечательность. Подобные арт-объекты значительно обогатили бы город как туристический центр, создав незабываемые для туристов места его притяжения.

Создание и внедрение таких арт-объектов позволят представлять город не только как уникальное по ландшафту городское образование и образец европейской (на рубеже XIX–XX в.) и современной архитектуры, но и как целостную городскую среду, продолжающуюся обогащаться интересными туристическими объектами, формирующими образ яркого, а в перспективе и модного для посещения морского российского порта. Арт-объекты вполне могут входить в визуальный образ города, формируя его зрительный имидж.

Наличие во Владивостоке образовательных учебных заведений, готовящих студентов творческих специальностей: художников, дизайнеров, архитекторов, позволяет создавать подобные арт-объекты на конкурсной основе с привлечением авторов победивших проектов к их осуществлению. Такая практика значительно повысит и реализует творческий потенциал студентов и практикующих специалистов, нацелит их на повышение художественного статуса города как яркого и запоминающегося туристического центра в Азиатско-Тихоокеанском регионе.

Арт-объекты могут исполнять художественную функцию, функциональную, развлекательную и даже образовательную. Пример, в Сан-Франциско городская скамья в качестве дополнения имеет форму с отражательной поверхностью, превращая использование скамьи в развлекательный аттракцион (рис. 6).



Рис. 6. Скамья в Сан-Франциско с развлекательным элементом

«Владивосток сегодня находится в состоянии предельной экологической деградации и теряет разнообразие культурных, духовных, интеллектуальных и других функций, присущих краевому центру, которых и прежде у него было не так много, превращаясь фактически лишь в центр деловой и коммерческой активности. Наибольшему риску деградации подвергается историческая зона города, особенно её ядро. Всё успешнее ведут борьбу за пространство города (а чаще всего его исторической части) различные коммерческие и некоммерческие структуры» [2]. Введение же арт-объектов, не нарушая сложившуюся городскую среду, дополнит её современными формами, создав запоминающийся знак в навигационной среде города. Как, например в Нью-Йорке, Сан-Франциско, Барселоне и других городах позиционирующих себя как центры мирового туризма. Арт-объекты могут быть и не нагруженными потаенным смыслом, но при этом эстетически привлекательными и органично вписывающимися в окружающую среду.

Представляют интерес и арт-объекты событийного назначения: прозрачные, конструктивно-устойчивые структуры, в плоскостях которых появляется цветное заполнение, позволят быстро расцветить город к какому-либо событию (рис. 7). Также украшают город и сезонные арт-объекты, цель которых привлечь горожан к активному облагораживанию городской среды. Подобные объекты не только поднимают настроение и создают ощущение яркого праздника, но и привлекают внимание.



Небесные зонтики, Португалия



Рис. 7. Примеры объектов событийного направления (эпизодически создаваемые)

Таким образом, чтобы стать действительно привлекательным туристическим центром на Дальнем Востоке, необходимо найти форму привлечения туристов

к нашему городу. Наиболее рациональный путь – зафиксировать интересные в ландшафтном отношении точки города, места, откуда раскрываются уникальные панорамы на морские акватории, куда более всего хочется приводить туристов и окультурить эти места арт-объектами, выполняющими как утилитарные, так и художественно-эстетические функции.

Арт-объекты в силу своего масштаба не должны быть доминантами в городской среде, они должны органично интегрироваться в городскую среду. Это должны быть акценты, привлекающие внимание, организующие городскую микротерриторию и создающие визуальный комфорт в местах, наиболее привлекательных для туристов. Для психологической разгрузки возможно в ограниченном количестве введение арт-объектов с элементами куража, что не претендует на имидж города, но делает перемещение по нему эмоционально притягательным.

Арт-объекты, соотнесённые с человеческим масштабом, делают городскую среду более гуманной, насыщают её каким-то новым содержанием и смыслом, может, даже подтекстом, а кроме того, демонстрируют развитие городской среды как живого организма, откликающегося городскими утилитарными формами на потребности города, особенно заинтересованного в формировании своего имиджа как уникального туристического центра.

При выборе пространств, в которые активно приходят компоненты с новым художественным смыслом, приоритеты следует отдавать фрагментам городской среды, выступающим своего рода визитными карточками города.

-
1. Бакланов, П.Я. Новый этап в развитии Владивостока. Владивосток: история и современность: матер. науч.-практ. конф., посвящ. 150-летию Владивостока. 19 апреля 2010 г. – Владивосток: Изд-во ГОБУ ДПО ПКППКРО, 2011.
 2. Преображенский, Б.В. Экологические проблемы Владивостока. Владивосток: история и современность: матер. науч.-практ. конф., посвящ. 150-летию Владивостока. 19 апреля 2010 г. – Владивосток: Изд-во ГОБУ ДПО ПКППКРО, 2011.
 3. Нефедов, В. Community Art: Среда культурного диалога [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://green-city.su/community-art-sreda-kulturnogo-dialoga/>

© Обертас, О.Г., 2016

© Червонка, Н.С., 2016

Для цитирования: Обертас, О.Г. Арт-объект как имиджевый элемент в городской среде Владивостока / О.Г. Обертас, Н.С. Червонка // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. – 2016. – № 1. – С. 228–234.

For citation: Obertas, O.G. Art-object as an image element in an urban environment of Vladivostok / O.G. Obertas, N.S. Chervonka // The Territory Of New Opportunities. The Herald of Vladivostok State University of Economics and Service. – 2016. – № 1. – P. 228–234.

Дата поступления: 09.02.2016.

Л.А. Терская¹

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Л.И. Давыденко²

Ресурсно-экспертный центр строителей «ВЛАСТРА»
Владивосток. Россия

Исследование имиджевых характеристик коттеджного поселка

Отрасль малоэтажного строительства бурно развивается и возведение коттеджных поселков набирает все большую популярность, как у застройщиков, так и у покупателей. Благоприятно созданный имидж продающегося коттеджного поселка положительно влияет на имидж фирмы-застройщика и способствует успешной продаже объекта. Поэтому исследование имиджевых характеристик, предпочтительных для потенциальных покупателей, является весьма актуальным. Исследование проведено путем анкетного опроса потенциальных покупателей с позиции их выгод от приобретения дома в коттеджном поселке. Установлено, что выгоды покупателя целесообразно соотносить с их ценностью для человека. Результаты анкетирования положены в основу создания имиджформирующей информации для конкретного строящегося коттеджного поселка Приморского края.

Ключевые слова и словосочетания: имидж, имиджевые характеристики, коттеджный поселок, потребители, выгоды, ценность товара.

L.A. Terskaya

Vladivostok State University of Economics and Service
Vladivostok. Russia

L.I. Davydenko

Resource and expert center of builders "VLAстра"
Vladivostok. Russia

Study image characteristics of cottage settlement

Low-rise construction is booming and the construction of cottage settlements is gaining popularity among property developers and buyers. The favorable image of the cottage settlement has a positive effect on the image of the company-builder and contributes to a successful sale of the object. Therefore, research of image characteristics is very important. The research was conducted by questionnaire of potential buyers in terms of their benefits from the acquisition of the house in a cottage settlement. It was found that the buyer's benefit is expedient to correlate with their value to humans. The survey results were used to forming the image of the cottage settlement at the stage of its building in Primorsky Krai.

Key words: image, image characteristics, cottage settlement, consumers, benefits, value of goods.

¹ Терская Людмила Александровна – канд. техн. наук, доцент кафедры дизайна и технологий; e-mail: terskaya@mail.ru.

² Людмила Ивановна Давыденко – директор; e-mail: vlastra@mail.ru.

Отрасль малоэтажного строительства бурно развивается, и возведение коттеджных поселков набирает все большую популярность, как у застройщиков, так и у покупателей. Все большее количество людей предпочитают жить в экологически чистых районах недалеко от города, и загородный дом – лучшее средство для подобной жизни. При этом имидж территорий для возведения коттеджных поселков постоянно меняется и управление им – это непрерывающийся процесс изучения имиджевых изменений, включая исследование имиджевых характеристик коттеджных поселков.

Загородные коттеджи имеют ряд преимуществ перед квартирами – они отличаются по технологии строительства, архитектурному стилю, целевой аудитории, инфраструктуре и безопасности. Строительство коттеджных поселков обладает и своими особенностями, поскольку потенциальных покупателей интересует не только удобство их будущих домов, но и инфраструктура поселка. Все это влияет на стоимость строительства.

Рынок загородной недвижимости в Приморье развивается активно и очень динамично. За последние годы он вышел на новый этап развития – из «покупательского» он превращается в «рынок предложения». Такая ситуация ведет к развитию жесткой конкуренции объектов [1]. Успешной продаже объекта способствует благоприятно созданный имидж продающегося коттеджного поселка. Он также положительно влияет на имидж фирмы-застройщика, что помогает сделать фирму более узнаваемой и создает благосклонное отношение к ней потенциальных покупателей. Поэтому исследование имиджевых характеристик коттеджного поселка, предпочтительных для потенциальных покупателей, является весьма актуальным.

Работа выполнялась по заказу Ресурсно-экспертного центра строителей «ВЛАСТРА» г. Владивостока для формирования имиджа строящегося коттеджного поселка в селе Прохладное Надеждинского района Приморского края. Коттеджный поселок позиционируется как пилотный проект «Прохладное» и является территорией комплексной жилой застройки экономического класса в центре села, на которой расположены 10 индивидуальных домов, с блокировкой их на участке по 2–4 дома, районом существующего населенного пункта, расположен недалеко от города Владивостока и дорожных магистралей и состоит из таунхаусов.

Коттеджный поселок целесообразно рассматривать как товар, поскольку его дома выставляются на продажу. Решающим условием для формирования имиджа этого товара является его качество, которое, в свою очередь, следует рассматривать с позиции качества поселка и качества дома как соответствие товара основным потребительским функциям. Для исследования имиджевых характеристик строящегося коттеджного поселка использован маркетинговый подход. Он предусматривает ориентацию на потребителя при решении любых задач, включая формирование качества объекта в соответствии с нуждами потребителя, экономии ресурсов у потребителя за счет повышения качества, и другие [2].

В маркетинге, рассматривая потребности клиентов, выделяют три категории выгод [3]: *функциональные* (обычно соответствуют свойствам, связанным с товаром), *символические* (обычно касаются характеристик, не связанных с товаром) и *эмпирические* (основанные на опыте). При этом символические выгоды лежат в основе потребностей, связанных с социальным одобрением или самовыражением и самоуважением покупателя, демонстрируемым обществу. Эмпирические выгоды – те, что люди ощущают при использовании товара. Они вызывают соответствующую связь с товарными или нетоварными свойствами и удовлетворяют такие потребности, основанные на опыте, как сенсорное удовольствие (вид, вкус, звук, запах, другие ощущения), разнообразие, потребность в новой стимулирующей информации и ощущениях. Например, эмпирические выгоды могут быть выражены в виде ощущения красоты, чистоты и простора.

Исходя из описанных категорий выгод, показатели качества поселка и дома структурированы следующим образом. К функциональным выгодам качества поселка отнесены: его местоположение, время поездки до города, инфраструктура поселка, коммунальная инфраструктура; качества дома: цена, площадь, материалы и технологии строительства, инженерные сети, размеры эксплуатационных затрат, возможность корректировки планировки, энергоэффективность. Символические выгоды качества поселка – жизнь в социуме (социальный уровень людей, живущих рядом), близость к природе, безопасность для детей, охрана поселка. Символические выгоды качества дома – ассоциации дома с семьей и имидж фирмы-застройщика. Эмпирические выгоды качества поселка включают внешний дизайн поселка, внешний дизайн дома, ландшафтный дизайн и окружающую природу.

При формировании имиджевых характеристик строящегося коттеджного поселка (имиджформирующей информации) не стоит ограничиваться лишь характеристиками функциональности товара. Выходя за рамки его функциональности, необходимо посмотреть, как товар может повлиять на жизнь покупателя, какие ценности он создаст [4]. Собственно, модель ценностей, соотнесенная с выгодами, будет выглядеть следующим образом: функциональные выгоды соотносятся с интеллектуальной ценностью для покупателя; символические выгоды соотносятся с духовными (ценности затрагивают сущность бытия) и эмоциональными ценностями (то, что товар значит для конкретного человека); эмпирические выгоды соотносятся с физической ценностью товара для покупателя, когда ценности воспринимаются органами чувств.

Для выявления имиджевых характеристик, предпочтительных для потенциальных покупателей дома в коттеджном поселке, выбран самый распространенный в настоящее время метод в конкретных социальных исследованиях – опрос. Большая популярность этого метода объясняется его своеобразной универсальностью – с его помощью можно получить информацию и о мотивах поведения индивида, и о его реальных поступках в прошлом и настоящем, и о его намерениях и планах на будущее. Метод незаменим также, когда необходимо получить информацию о субъективных мнениях, чувствах, мотивах поведения индивида. Этот аспект

работы особенно важен при формировании имиджа коттеджного поселка на этапе его строительства – для учета предпочтительных для потенциальных покупателей характеристик дома и содержания поселка, чтобы в полной мере осуществить принцип «обратной связи». Вследствие этого для сбора соответствующей информации разработана анкета, как определенным образом структурно организованный набор вопросов, каждый из которых логически связан с центральной задачей исследования. Анкета включает 18 вопросов, большей частью – полузакрытых, когда в перечне альтернатив имеется альтернатива типа «другое», представляющая возможность для свободных дополнительных комментариев и замечаний.

В анкетировании принимали участие 200 человек – те, кто планируют покупать недвижимость, из них 112 мужчин и 88 женщин. Возраст опрошенных варьировался в следующих категориях: 95 респондентов – 18-25 лет, 36 респондентов – 26-30 лет, 41 человек – 31-40 лет и 28 человек – старше 40 лет. Род деятельности опрошенных – менеджеры разных категорий, предприниматели, экологи, юристы, учителя, бухгалтеры, охранники, официанты и др. Опрос проводился главным образом среди посетителей ежегодной строительной выставки «Город» во Владивостоке с 22 по 24 апреля 2015 года.

Первый вопрос анкеты был связан с выяснением мнения респондентов об основном покупателе дома в коттеджном поселке, на который большинство опрошенных ответили, что это – молодая семья (43%), на втором месте – семья среднего возраста (31%), на третьем – семья старшего возраста (22%), и лишь 4% ответили, что основной покупатель домов в коттеджном поселке – компания (рис. 1).



Рис. 1. Основной покупатель домов в коттеджном поселке, по мнению опрошенных

На второй вопрос больше половины респондентов (56%) ответили, что загородная недвижимость более популярна, нежели городская. Это соответствует результатам социологического исследования, проведенного в 2014 г., согласно которому 53% граждан Владивостока предпочли бы квартире в «многоэтажке» свой дом за

городом [1]. Из этого следует, что на протяжении ближайших лет спрос на коттеджи в пригороде Владивостока будет только увеличиваться.

Блок вопросов, посвященных функциональным выгодам от приобретения дома в коттеджном поселке, был самым большим и сформулирован с позиции качества поселка и дома в этом поселке.

Ответы на вопрос: «Какова должна быть близость к городу?» расположились следующим образом: 46% респондентов считают, что расстояние до города не должно превышать 30 км; 31% – не должно превышать 20 км; 20% – должно быть не более 50 км и 3% – должно быть не более 100 километров.

Для выяснения позиции респондентов о составе инфраструктуры был задан вопрос об объектах, которые должны быть на территории поселка или вблизи него. По мнению опрошенных, из социальной инфраструктуры в пешеходной доступности должны находиться продовольственные торговые точки – 54% опрошенных, детский сад и школа – 39%, аптека – 37% опрошенных. 43% респондентов отнесли к немаловажным факторам наличие на территории или вблизи поселка культурно-развлекательной структуры.

Что касается предпочтений по типу домов, то 23% опрошенных считают привлекательными сблокированные дома типа таунхаус, для 77% опрошенных наиболее привлекательным типом домов является отдельно стоящий коттедж. Столь высокий процент связан с отсутствием опыта проживания, обслуживания и охраны отдельно стоящих коттеджей. Подавляющее большинство опрошенных (69%) считают, что дом должен быть двухэтажный, мнение 22% опрошенных – дом должен быть одноэтажный, и лишь 9% считают, что дом должен иметь 3 и более этажа.

Предпочтительной площадью дома половина опрошенных считают от 50 до 100 м², 30% – от 100 до 250 м², оставшиеся 20% – более 250 м².

Результаты опроса по значимости критериев, весомых при выборе коттеджного поселка, показали следующее: почти все опрошенные (94,5%) считают цену на дом самым важным критерием при выборе коттеджного поселка (рис. 2). Не менее важными являются его инфраструктура (81,5%) и близость к большим городам (74,5%). Для половины опрошенных (50,5%) важен внешний дизайн дома, далее в порядке убывания располагаются критерии «внешний дизайн поселка в целом» (43%), материалы и технологии строительства (32,5%) энергоэффективность и другие выгоды, приобретаемые вместе с объектом (24%), известность фирмы застройщика (14%).

Интересны результаты опроса по оптимальной цене готового дома за 1 м². Оказалось, что для 35 % респондентов оптимальной является цена в диапазоне от 26 до 35 тыс. руб., для 32 % – менее 25 тыс. руб., 28 % опрошенных указали цену 36–45 тыс. руб. и только 5% указали в качестве оптимальной цены более 46 тыс. руб. При этом в 2014 г. средняя цена за 1 м² дома в коттеджных поселках Приморского края составляла 79 000 рублей [1], а в 2015 г. – 65 000 рублей.

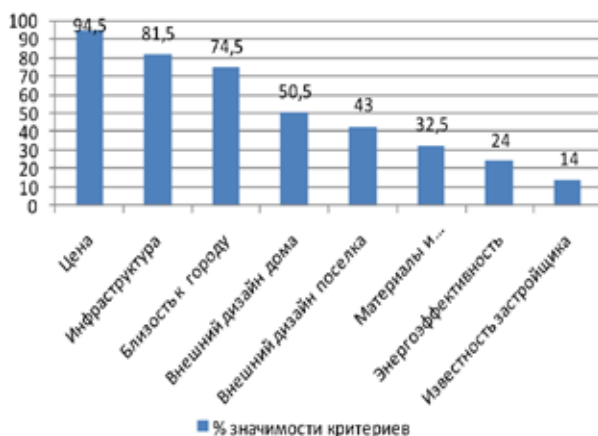


Рис. 2. Критерии, весомые при выборе коттеджного поселка

Вопросы анкеты, отражающие символические выводы, в большей степени относились к коттеджному поселку в целом. На вопрос: «Какие ассоциации покупатель чаще всего связывает с покупкой дома?» более половины опрошенных (55%) ответили, что это дом для большой семьи. У 38% опрошенных ассоциации с покупкой дома связаны с теплом, уютом и любовью и лишь 7% покупку дома связывают с одиноким проживанием.

По мнению опрошенных, самими важными предпочтениями при покупке дома в коттеджном поселке являются безопасность для семьи и детей (51,5%) и наличие работы в месте проживания (48,5%). Не менее важны условия для создания и ведения собственного бизнеса (42%) и социальный уровень людей, живущих рядом (32%).

Выяснению эмпирических выгод от приобретения дома в коттеджном поселке были посвящены два вопроса. Первый касался определения преимуществ коттеджного поселка перед другими объектами жилой недвижимости (рис. 3).

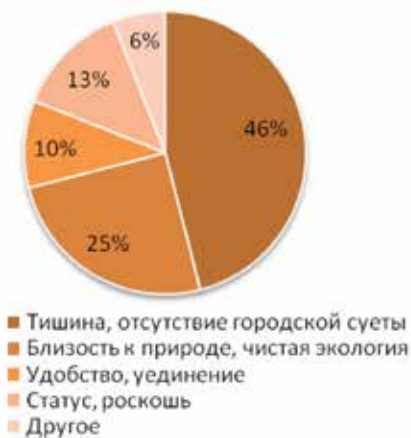


Рис.3. Преимущества коттеджного поселка перед другими объектами жилой недвижимости

Таковыми преимуществами 46% опрошенных считают тишину и отсутствие городской суеты. Для 25% опрошенных главным преимуществом коттеджного поселка является близость к природе и чистая экология, 13% отметили статус и роскошь, 10% – удобство и уединение. Альтернатива «другое» (6%) включила – «низкие затраты», безопасность, свободу деятельности на участке и уют.

Второй вопрос этого блока о благоустройстве придомовой территории: «Что, по Вашему мнению, должно содержать благоустройство придомовой территории?» – показал иерархию, в которой первое место занимают газон (41,5%) и детская площадка (39%), далее идут – парковка (35%), красиво растущие кустарники (32,5%) и спортивные площадки (30,5%). Примерно одинаковые позиции занимают зона барбекю и прогулочные аллеи (21 и 20% соответственно), огород, хвойные и лиственные деревья (18,5 и 18%), плодовые деревья, кустарники и цветочная клумба (16,5 и 15,5%), пруд – (6%) (рис. 4).

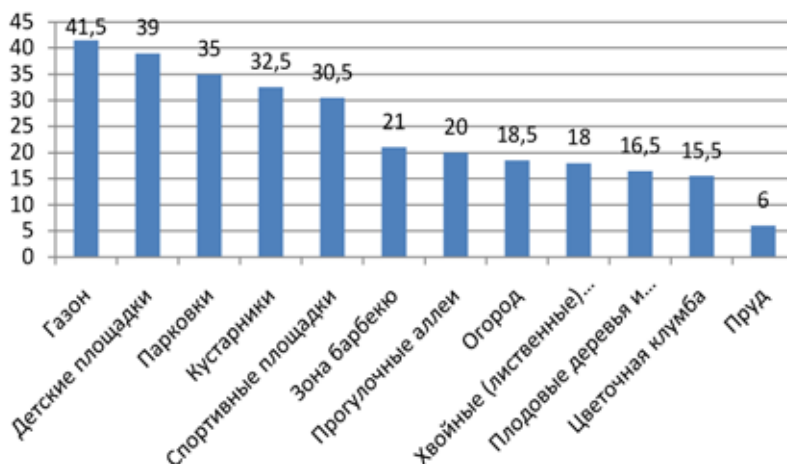


Рис. 4. Объекты благоустройства придомовой территории, ожидаемые в коттеджном поселке

Результаты анкетирования позволили выявить критерии оценки потенциальным потребителем дома и коттеджного поселка, которые целесообразно использовать для создания имиджформирующей информации. Установлено, что функциональные выгоды следует соотносить с интеллектуальной ценностью для покупателя и сопровождать конкретными цифрами и выкладками; символические выгоды соотносить с духовными и эмоциональными ценностями человека, акцентируя внимание на его эмоциональном настроении после приобретения дома; эмпирические выгоды – соотносить с физическими ценностями и отображать в виде преимуществ от приобретения дома в коттеджном поселке перед другими объектами жилой недвижимости.

1. Рынок загородной недвижимости в Приморье / Журнал Barlette. – 2014. – № 2 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://barlette.ru/journal/article/851.html> (дата обращения 31.01.16).
2. Кондратьева, М.Н. Организация и управление жилищно-коммунальным хозяйством: учеб. пособие для студентов вузов / М.Н. Кондратьева. – Ульяновск: УлГТУ, 2009. – 160 с.
3. Глушакова, Т.И. План маркетинга: основные части / Т.Г. Глушакова // Практический маркетинг. – 2000. – № 5. – С. 10–14.
4. ЛаСалль, Д. Бесценные. Как превратить обычные товары в необычные впечатления / Д. ЛаСалль, Т.А. Бригтон. – М.: Вильямс, 2006. – 192 с.

© Терская, Л.А., 2016

© Давыденко, Л.И., 2016

Для цитирования: Терская, Л.А. Исследование имиджевых характеристик коттеджного поселка / Л.А. Терская, Л.И. Давыденко // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. – 2016. – № 1. – С. 235–242.

For citation: Terskaya, L.A. Study image characteristics of cottage settlement / L.A. Terskaya, L.I. Davydenko // The Territory Of New Opportunities. The Herald of Vladivostok State University of Economics and Service. – 2016. – № 1. – P. 235–242.

Дата поступления: 03.03.2016.

С.Н. Федорова

Северо-Восточный федеральный университет имени М.К. Аммосова
Якутск. Россия

Позиционирование туристического имиджа Республики Саха (Якутия)

Систематизированные планомерные мероприятия с использованием ресурсов природного и культурного наследия формируют целостный и положительный определенный образ Республики Саха (Якутия) для потенциальных туристов.

Ключевые слова и словосочетания: природное и культурное наследие, традиционная культура, имидж, потенциал.

S.N. Fedorova

North-Eastern Federal University named M.K. Ammosov
Yakutsk. Russia

Positioning of tourist image of the Republic of Sakha (Yakutia)

The systematized systematic actions with use of resources of natural and cultural heritage form a complete and positive certain image of the Republic of Sakha (Yakutia) for potential tourists.

Keywords: natural and cultural heritage, traditional culture, image, potential.

Республика Саха (Якутия) – один из крупных регионов Российской Федерации, расположенный в северо-восточной части Сибири. Состоит из 35 административно-территориальных единиц: 34 улусов (районов) и одного города республиканского значения – Якутска. Улусы (районы), в свою очередь, делятся на наслеги, общее число которых составляет 365, в том числе 31 национальный.

Валовый региональный продукт (ВРП) Республики Саха (Якутия) РС (Я) составляет 569, 1 млрд рублей [6]. Вклад туристической отрасли в ВРП, произведенный на территории республики, – 551,8 млн рублей, то есть менее 0,1%. Численность населения Республики Саха (Якутия) составляет 956 896 человек, из них экономически активного населения – 496 800. Занятых в туристической отрасли – 3837 человек. Средний подушевой доход населения 34 206,4 рублей.

Количество туристических фирм – 83, гостиниц – 131, кафе и ресторанов – 673.

Федорова Сардана Николаевна – старший преподаватель кафедры социально-культурного сервиса и туризма;
e-mail: vip.sardana@mail.ru.

Объемы доходов (турпоток) от въездного туризма 0,93 млн рублей, выездного – 785,356 млн рублей, внутреннего – 121,653 млн рублей [4].

Мечтая посетить любую страну мира, потенциальный турист знает, что он хочет увидеть. О Якутии нет полной информации, поэтому в настоящее время остро стоит проблема повышения имиджа и инвестиционной привлекательности региона. Нужно отметить, что туристическая отрасль в Республике Саха (Якутия) находится на начальной стадии развития. Успех развития данной отрасли во многом зависит от продвижения имиджа территории.

Понятие «имидж» (в пер. с англ. «образ») – целостный, качественно определенный образ данного объекта, устойчиво живущий и воспроизводящийся в массовом и/или индивидуальном сознании [1. С. 398]. В структуре данного аспекта имиджа республики можно условно выделить следующие основные группы факторов силы: символический потенциал природного и культурного наследия народов Якутии.

Символический потенциал уникальных объектов РС (Я) весьма велик. Наиболее известным республиканским брендом, безусловно, являются алмазы. Для туристов организуются алмазные и золотые туры «В Алмазном краю». По легенде, когда Бог пролетал над Якутией, его руки замерзли, и он выронил почти все свои сокровища, щедро рассыпав над страной золото и алмазы.

Различные слухи о находках драгоценных камней в бассейне реки Вилюй ходили ещё до Октябрьской революции. В середине XIX в. Р.К. Маак, побывавший с экспедицией на Вилюе, высказал предположение о том, что Вилюйский округ богат железными, соляными залежами и драгоценными камнями. Он описал гнёзда голубой глины в междуречье Вилюя и Малой Ботубуи, но кимберлиты тогда ещё не были открыты, и на это не обратили внимания. Первый (официальный) алмаз в Якутии был найден в 1949 г. на Вилюе геологической партией Г.Х. Файнштейна. Первое коренное месторождение трубка «Зарница» было найдено 21 августа 1954 г. геологом Центральной экспедиции Л.А. Попугаевой с помощью метода «пироповой съёмки», разработанной её учителями А.А. Кухаренко и Н.Н. Сарсадских, благодаря которому она с помощью визуального изучения шлихов в бассейне реки Далдын открыла породу, содержащую пиропы, ильмениты и алмазы [2. С. 14].

Значительный имиджевый потенциал представляет собой также природное наследие республики. Основу природного наследия Якутии составляют особо охраняемые природные территории, которые занимают 29,4% всей территории Якутии (908 тыс. кв. км). На территории Якутии 2 заповедника, 6 национальных природных парков и более 200 особо охраняемых природных территорий, 1 заказник, 74 ресурсных резервата, 17 памятников природы, 26 охраняемых озёр.

Важнейшим природным наследием Якутии являются «Ленские столбы», уникальный памятник природы геологического прошлого Земли. Столбы представляют собой останцы выветривания нижнекембрийских отложений, возраст которых составляет 530 млн лет. Свидетелями зарождения жизни на Столбах были трилобиты и археоциаты, останки которых можно найти в известняковых отложениях. Национальный природный парк «Ленские столбы» вошел в Список памятников Всемирного природного наследия ЮНЕСКО [5].

Весьма перспективными, к примеру, представляются священные горы Кисилэх (Северная Шамбала, Земля обетованная), которые с давних времен были окутаны густой завесой тайн и запретов среди местных жителей. В старину на гору Кисилэх могли подниматься только всемогущие шаманы. А сегодня горы позиционируют как Энергетический Центр Планеты. Название горы Кисилэх имеет два смысловых перевода: первый – каменные люди, второй – Духи гор. По другой гипотезе, эти «человекообразные» и «распиленные» скалы есть не что иное, как уникальные сооружения, созданные для связи с космосом, исчезнувшими во время «всемирного потопа» цивилизациями времен атлантов [3].

Озеро Лабынкыр – это легендарное озеро в одном из самых северных улусов Якутии – Оймяконском, расположенном недалеко от «Полюса холода». Объект привлекателен для любителей экзотики и мистики. В легендах священного озера Лабынкыр говорится о некоем чудовище, пожирающем собак, оленей и даже людей. В разных вариантах пересказываются страшные истории о гибели целого каравана эвенов, столкнувшегося с этим монстром. Имеется множество документированных свидетельств очевидцев этого факта. Впервые о нем широко заговорили в 50-х годах XX века после публикаций дневников советского геолога Твердохлебова.

Два природных объекта являются уникальными природно-климатическими ресурсами (которых нет больше нигде в мире) – это «Полюс холода» и самая большая в мире наледь Момский Улахан-гарын. Ее ширина – 5–7 км, длина – около 40 км, толщина льда достигает 7 м. «Полюс холода» является одним из перспективных туристических объектов и удобной «площадкой» для проведения различных рекламных акций, основанных на престижности преодоления экстремальных условий. Он должен привлечь большое количество путешественников со всего мира и стать российским аналогом знаменитой деревни Санта Клауса в Лапландии. Ежегодно здесь в Оймяконе проводятся традиционные праздники: фестиваль туризма «Полюс холода». Самая низкая температура, которую здесь удалось официально зафиксировать в феврале 1933 года, составляет $-67,7^{\circ}\text{C}$.

Большой имиджевый потенциал представляет культурное наследие народов Якутии, с которой можно ознакомиться в оленеводческих хозяйствах, в этнографических комплексах «Усадьба Атласовых», «Чочур Муран», «Ямщицкая деревня Еланка», в краеведческих музеях, музее под открытым небом «Дружба», на национальных праздниках «Ысыах», «Бакалдын», «Синилгэн». Очень много экспонатов материальной культуры народов собраны в краеведческих музеях Якутии. В настоящее время в Якутии действуют 355 музея, в том числе государственных – 18, муниципальных – 61, ведомственных – 276.

Традиционная культура народов Якутии тесно связана с самой природой: вера в духов, почитание огня (бытует повсеместное угощение огня), тотемические животные, приметы, шаманизм. Важным средством проявления идентичности народов являются национальные праздники: Ысыах (у якутов), Бакалдын (у эвенов), а также обрядовые действия: распитие кумыса, употребление национальных блюд, состязания в национальных видах спорта, игра на хомусе,

круговые танцы Осуохай, «Дьохар», скачки на лошадях, на оленях, на собачьих упряжках, прикладное искусство, столб-коновязь «сэргэ», деревянный кубок для питья кумыса «чороон». Отмечаются такие понятия-символы культуры народов, как «хапсагай» – национальная спортивная борьба, «мас тардыһыта» – перетягивание палок, национальные настольные игры «хабылык», «хаамыска», птица «кыталык» – стерх, «орто дойду» – срединный мир, «сардаана» – цветок саранка, зимние гадания «танха», «алгыс» – благословение, «кут-сюр» – душа, «айыы» – доброе божество. Все эти культурные символы народов могут служить очень хорошим ресурсным потенциалом для формирования имиджа территории республики.

Одним из ярких примеров позиционирования привлекательности республики является проведение Международных спортивных игр «Дети Азии» раз в четыре года. В 2016 году будут проводиться VI игры – с 5 по 17 июля. К участию в играх допускаются сборные команды стран азиатского континента, члены олимпийского совета Азии, куда входят 45 стран, а также субъекты Российской Федерации, представленные сборными командами Дальневосточного, Сибирского и Уральского федеральных округов. Кроме того, в играх традиционно примут участие команды Республики Башкортостан, Республики Татарстан и города Москвы. Эти игры не только пропагандируют здоровый образ жизни, но поднимают уровень гордости и патриотизма, а также важны в контексте представленности республики на мировой арене.

Таким образом, можно сделать следующий вывод: республика обладает благоприятными природными, культурно-историческими, социально-культурными, а также иными условиями, способными удовлетворить духовные и иные потребности туристов, содействовать поддержанию их жизнедеятельности, восстановлению и развитию их физических сил. В условиях резко возросшей в последние годы конкуренции на рынке туризма роль позиционирования имиджа республики необходима. Приоритетным направлением в данной деятельности на ближайшее время должна стать модернизация и систематизация планомерных мероприятий, что позволит более подробно ознакомиться с республикой. Для успешной реализации имиджевой политики требуется грамотно использовать сочетание рекламы всей республики в целом с рекламой отдельных услуг и направлений туристической деятельности. Именно формирование положительного имиджа о республике принесет популярность среди туристов не только в России, но и за рубежом.

-
1. Всемирная энциклопедия: Философия / гл. науч. ред и сост. А.А. Грицанов. – М.: АСТ; Мн.: Харвест, Современный литератор, 2001. – 1312 с.
 2. Трейвус, Е. Голгофа геолога Попугаевой / Е. Трейвус // СПб, Нева. – 2003. – №9. – С.14.
 3. Описание туров. Священные горы Верхоянья – Кисилэх [Электронный ресурс]. – Режим доступа // www.mir-travel.ykt.ru (дата обращения 02.11.2013).

4. Основные показатели деятельности туристских фирм [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://sakha.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/sakha/ru/statistics/ (дата обращения 18.01.2015).
5. Отчет отдела особо охраняемых природных территорий о деятельности Минприроды РС (Я) в области функционирования и развития особо охраняемых природных территорий РС (Я) за 2 квартал 2013 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://sakha.gov.ru/en/node/3798> (дата обращения 17.11.2013).
6. Список субъектов Российской Федерации по ВВП. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/> (дата обращения 18.01.2015).

© Федорова С.Н., 2016

Для цитирования: Федорова, С.Н. Позиционирование туристического имиджа Республики Саха (Якутия) / С.Н. Федорова // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. – 2016. – № 1. – С. 243–247.

For citation: Fedorova, S.N. Positioning of tourist image of the Republic of Sakha (Yakutia) / S.N. Fedorova // The Territory Of New Opportunities. The Herald of Vladivostok State University of Economics and Service. – 2016. – № 1. – P. 243–247.

Дата поступления: 01.02.2016.

М.В. Цекина¹
М.С. Батуев²

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова
Москва, Россия

Экотропа как основа развития экологического туризма в национальных парках Бурятии

Проведенный анализ экологических троп в национальных парках Бурятии показал, что рекреационная нагрузка на них находится в допустимых пределах. Для дальнейшего развития экологического туризма в национальных парках необходимо дальнейшее обустройство инфраструктуры и привитие людям экокультуры.

Ключевые слова и словосочетания: экотропа, экологический туризм, экологическая нагрузка, особо охраняемые природные территории (ООПТ).

M.V. Tsekina
M.S. Batuev

Lomonosov Moscow State University
Moscow, Russia

Ecotrail as the basis of ecological tourism development in national parks in Buryatia

The analysis of ecological trails in national parks in Buryatia showed that their recreational load is within tolerable limits. There is a need to develop further infrastructure arrangement and ecological culture in people.

Keywords: ecological trail, ecotourism, ecological load, specially protected natural area (SPNA).

В последнее время все чаще употребляется термин «экологическая тропа», «экотропа». Основная идея экотропы, прежде всего, состоит в экологическом обучении и воспитании тех, кто посещает охраняемые природные территории, в охране природы, а также в регуляции потока посетителей в относительно безопасные для природы направления [6].

Основными целями создания экотроп являются:

1) эко-просветительские:

– сочетание активного отдыха посетителей экотропы в природной обстановке с расширением их кругозора;

¹ Цекина Мария Викторовна – канд. геогр. наук, научный сотрудник кафедры рекреационной географии и туризма, НИЛ рекреационных исследований, МГУ; e-mail: bms0109@rambler.ru.

² Батуев Мунко Солбонович – магистр по направлению «Туризм»; e-mail: bms0109@rambler.ru.

– формирование экологической культуры – как части общей культуры взаимоотношений между людьми и между человеком и природой;

2) природоохранная:

– локализация посетителей природной территории на определенном маршруте.

Традиционно экотропы прокладываются по рекреационным зонам национальных и природных парков, а также по территориям природных и природно-исторических парков. Однако встречаются такие тропы и на неохраемых территориях: в городских парках, вблизи поселков, на пришкольных участках и т. д.

Для создания системы экотроп необходимо соблюдать три главных критерия: привлекательность, доступность, информативность [7]. Привлекательность троп для посетителей складывается из трех компонентов: красоты природы, ее своеобразия и разнообразия. Тропа не должна быть монотонной. Для каждой тропы может быть разработан свой стиль, который будет использован при создании мостиков – переходов, стоянок, маркировочного знака тропы и т. п.

Доступность для посетителей – одно из главных требований при проектировании тропы, в значительной степени определяющее выбор трассы. Необходимо, чтобы начало тропы находилось сравнительно недалеко от входа (въезда) в данный парк или заказник и чтобы к нему вели хорошие подъездные пути. Это связано с тем, что посетители не должны ощущать физическую и психологическую усталость.

Информативность, то есть способность удовлетворять познавательные потребности людей в области географии, биологии, экологии и других дисциплин, – это главное отличие экологических троп от обычного туристского продукта.

Одним из актуальных вопросов в области туризма является развитие экотуризма на особо охраняемых природных территориях (ООПТ). Создание экотроп выступает одним из главных компонентов экотуризма на ООПТ. Экотропы играют важную роль для регулирования допустимых нагрузок на охраняемые природные территории.

К основным принципам нормирования нагрузок можно отнести [1]:

1) определение экологических и физических факторов, лимитирующих допустимую рекреационную нагрузку, следует проводить отдельно для каждого туристского маршрута;

2) наряду с экологическими и физическими факторами необходимо учитывать также и факторы психокомфортности;

3) за предельно допустимую нагрузку принимается наименьшая из определенных по разным критериям;

4) фактическую нагрузку на маршрут не следует устанавливать сразу на уровне предельно допустимой, а повышать ее постепенно;

5) не реже 3 раз в год (до туристического сезона, в его середине и конце) следует проводить мониторинг каждого маршрута;

6) в зависимости от состояния маршрута и конкретных социально-экономических условий важно проводить ежегодную корректировку допустимых нагрузок.

Человек, посещающий природные уголки, слабо затронутые хозяйственной деятельностью или частично преобразованные в рекреационных целях, вольно

или невольно оказывает на них определенное воздействие [5]. Значительное превышение фактического количества отдыхающих над предельно допустимым приводит к отклонению геосистемы от ее исходного состояния и потере ею способности к саморегуляции и восстановлению. Происходит рекреационная дигрессия ландшафта – деградация его структуры, ведущая к утрате экологического и ресурсного потенциала, в том числе эстетической привлекательности и комфортности среды. Главным фактором негативного влияния служит вытаптывание почвы и сопутствующее ему механическое повреждение отдельных элементов биогеоценоза.

Экологический туризм обладает рядом особенностей, отличающих его от обычного туризма. Это путешествия по сравнительно хорошо сохранившимся природным территориям, представленным во всем мире национальными и природными парками, памятниками природы и другими типами резерватов «дикой природы» [5]. Экотуризм подразумевает наличие определенных, довольно жестких правил поведения. Сохранение природных ценностей на охраняемых природных территориях актуально при планировании их рекреационного использования, тропы являются устойчивым элементом туристской инфраструктуры и могут выдержать довольно большое количество посетителей.

Развитие системы экотроп мы рассмотрим на примере национальных парков Республики Бурятия: Забайкальского и Тункинского национальных парков.

Национальный парк «Забайкальский» образован в 1986 г. на территории Республики Бурятия с целью сохранения уникального природного комплекса бассейна озера Байкал. Национальный парк расположен на восточном побережье оз. Байкал, в центральной части Республики Бурятия, на территории Баргузинского района. На севере к границе национального парка примыкает территория Баргузинского государственного природного биосферного заповедника. Цель создания – охрана и организация рекреационного использования природных комплексов Забайкалья, особая задача – охрана лежбищ байкальской нерпы на Ушканьих островах и массовых скоплений водоплавающих на оз. Арангатауй.

Площадь национального парка составляет 269,1 тыс. га, все земли полностью предоставлены национальному парку. В составе территории парка 37 тыс. га акватории оз. Байкал (13,8% общей площади парка). Лесные земли занимают 158,6 тыс. га (58,9%), покрытая лесом площадь – 157,7 тыс. га (58,6%). Нелесные земли занимают 71,6 тыс. га (26,6%), воды – 6,9 тыс. га (2,6%), болото – 17,0 тыс. га (6,3%), пески – 0,4 тыс. га (0,1%), прочие земли – 47,2 тыс. га (17,5%).

Территория парка охватывает западный макросклон Баргузинского хребта, горный массив полуострова Святой Нос, Ушканьи и Чивыркуйские острова, акваторию Баргузинского и Чивыркуйского заливов. Территория национального парка поделена на зоны с различным режимом охраны и использования территории: зона заповедного режима; зона регулируемого рекреационного и хозяйственного использования; зона обслуживания посетителей и зона с режимом птичьего заказника. Территория национального парка входит в состав участка Всемирного природного наследия ЮНЕСКО «Озеро Байкал».

На сегодняшний день по территории Забайкальского нацпарка проложены 4 экологических тропы: «Тропа испытаний», «В бухту Змеевая», «Путь к чистому Байкалу», «К лежбищу байкальской нерпы».

1. «Тропа испытаний». Уровень сложности тропы – высокий. Рекомендуемое время прохождения всей тропы – 2 дня, время прохождения участка Глинка – Плато и обратно – один день. Общая протяженность – 24 км. Действует с 15 июня по 15 сентября.

Маршрут проходит от п. Усть-Баргузин по песчаному пляжу до местности Глинка. Отсюда тропа поднимается в горы. На плато кустарничковая тундра с зарослями кедрового стланика. С высшей точки – горы Маркова – открывается прекрасная панорама на все стороны света, видны Ушканьи острова, Чивыркуйский и Баргузинский заливы, Чивыркуйский перешеек. На маршруте есть великолепная возможность испытать свои силы.

2. Тропа «В бухту Змеевая». Уровень сложности тропы – низкий. Рекомендуемое время прохождения всей тропы – 1–2 дня. Общая протяженность – 20 км. Действует с 15 мая по 15 октября. Маршрут приводит на север вдоль побережья Чивыркуйского залива по берегу полуострова Святой Нос. Тропа начинается от кордона Монахово, идет среди смешанного и соснового леса, чаще всего по берегу залива. Тропа изобилует уютными бухтами и пляжами, где можно сделать небольшой привал или заночевать. С тропы хорошо видны залив и его острова. Разбить лагерь можно в местности Кресты на одной из оборудованных стоянок, поскольку ночлег на Змеёвом источнике запрещен.

3. Тропа «Путь к чистому Байкалу». Уровень сложности тропы – средний. Рекомендуемое время прохождения 3–4 дня. Протяженность – 54 км. Действует с 10 июня по 10 сентября. Очень популярный среди туристов маршрут общей протяженностью 165 км. Организован с целью ознакомления с интересными местами – Баргузинская долина, сибирская тайга, альпийские луга, горная тундра и Байкал. Начало маршрута в п. Усть-Баргузин, затем по трассе Улан-Удэ – Курумкан до р. Гремячая. Отсюда начинается поход через перевал – подъем в горы по р. Гремячей, спуск по р. Б. Чивыркуй (Баргузинский хребет) до одноименного поселка. Возможен второй вариант выхода в бухту Крохалинная. Дальнейшее путешествие продолжается на теплоходе по Чивыркуйскому заливу с посещением термального источника бухты Змеёвая. Прибытие в п. Монахово и отсюда в п. Усть-Баргузин – конечный пункт маршрута.

4. Тропа «К лежбищу байкальской нерпы». Уровень сложности тропы – низкий (доступна для инвалидов-колясочников). Протяженность – 350 м. Время прохождения – 1 час из них пребывание на смотровой площадке не более 40 минут. Тропа расположена на о. Тонкий архипелага Ушканьих островов, ведет к смотровой площадке (скрадку) с видом на уникальное, самое посещаемое байкальской нерпой лежбище. Здесь с большой вероятностью можно наблюдать нерп в естественной среде обитания с близкого расстояния. Количество животных или их отсутствие на лежбище зависит от погодных условий (нерпа не выходит на лежбище в ветреную, штормовую погоду), биологических и поведенческих особенностей. Бывали

случаи, когда на лежбищах островов собиралось несколько тысяч животных, обычно их бывает десятки, иногда сотни. Острова имеют интересную геологическую историю, необыкновенную формирующуюся в сравнительной изоляции флору и фауну. Пейзажи островов выразительны и красивы.

Тункинский национальный парк – национальный парк в Бурятии, образованный по решению Совета министров Российской Федерации № 282 от 27 мая 1991 г. в целях охраны и организации рекреационного использования мало нарушенных и разнообразных экосистем: Тункинской котловины (от степей до горных тундр). На территории парка находится высочайшая вершина Саян – Мунку-Сардык [3]. Месторасположение национального парка Тункинский – Республика Бурятия. Общая площадь 1 183 662 га.

Национальный парк находится в ведении Министерства природных ресурсов и экологии Российской Федерации. Национальный парк расположен в Тункинском районе Республики Бурятия (занимает весь административный район) на южных склонах хребтов Хамар-Дабан и Восточных Саян и в Тункинской котловине.

На территории парка предусмотрена возможность посещения большого количества людей для знакомства с природными и культурно-историческими достопримечательностями, для отдыха на многочисленных минеральных источниках. Это углекислые воды курорта Аршан, железистые источники Хонгор-Уулы, метановые термы Жемчугских минеральных источников, кремнистые радоновые термы Ниловой Пустыни, углекислые радоновые термы Шумака [4].

На сегодняшний день по территории Тункинского нацпарка проложена экологическая тропа «На Первый водопад реки Кынгарги». Уровень сложности тропы – высокий, протяженность – 2 км, время прохождения – 3 часа.

Путешествие начинается от турбюро НП «Тункинский», далее маршрут идет к реке Кынгарга, расположенной на южном склоне Тункинских Гольцов. По режиму это типично горная река с быстрым течением и резким колебанием расхода воды. Контуры окружающих её гор очень резкие, преобладают ледниковые формы рельефа. Многочисленны скальные обнажения, в том числе и мраморов. Зимой река в этом районе не замерзает. На правом берегу реки расположен «дикий» минеральный источник и далее тропа приводит к «Первому» водопаду. По пути встречается памятник природы «Мраморное дно» р. Кынгарга. Это участок русла, сложенный гладко отполированным рекой розовато-желтым мрамором. Место почитания духов – деревья и кусты увязаны ленточками. «Первый» водопад – самый крупный из двенадцати водопадов р. Кынгарга, его высота 5 м. Этот водопад тоже является памятником природы.

Ниже водопада через ущелье на высоте 10 м. перекинут пешеходный мостик, через который проходит популярная тропа в верховья р. Кынгарга и на источники Шумака.

По критерию привлекательности экотроп можно отметить, что экотропы в обоих национальных парках созданы в живописных природных уголках республики: Забайкальский национальный парк с уникальной флорой и фауной бассейна

озера Байкал, Тункинский национальный парк с горными массивными хребтами и термальными источниками.

По критерию доступности можно отметить, что оба нацпарка доступны посетителям. Добраться до Усть-Баргузина, центра Забайкальского национального парка возможно:

- 1) автотранспортом: личным, маршрутным такси, общественным автобусом;
- 2) по воде: на регулярном теплоходе «Баргузин» (20 мая по 25 августа) по маршруту Иркутск–Усть-Баргузин 1 раз в неделю по понедельникам; Северо-Байкальск–Усть-Баргузин – 2 раза в неделю, чартерные катера из портов Турка, Горячинск, Максимиха;
- 3) по воздуху: чартерный вертолёт, регулярный рейс УУ–Курумкан – автотранспорт до Усть-Баргузина, УУ–Усть-Баргузин (непостоянно).

Для того чтобы посетить Тункинский национальный парк, можно воспользоваться следующими передвижными средствами:

- автотранспорт: личный, маршрутное такси, автобус;
- вертолёт–чартер;
- самолет – УУ–Кырен (непостоянно).

Исходя из критерия информативности, самым эффективным средством является наличие веб-сайтов национальных парков, которые являются достаточно информативными. Популярны также информационные центры в нацпарках. Экспозиции визит-центров рассказывают о разнообразии флоры и фауны, об уникальных природных, ландшафтных объектах, памятниках природы, туристических маршрутах, правилах поведения в парке, о работе, проводимой всеми подразделениями национального парка, а также о людях, населявших наши края в давние времена.

Кроме того, в визит-центрах работают постоянные и сменные выставки (детских рисунков, участников творческих конкурсов, минералов), фотовыставки и т.п. Они имеют небольшой сувенирный киоск, где можно приобрести карты, буклеты, проспекты, сувениры с символикой национального парка. Информационные щиты, карты-схемы установлены в начале, на протяжении всего маршрута и в конце экотроп в обоих парках, что позволяет посетителям легко ориентироваться на местности.

При развитии экологического туризма необходимо определять допустимые нагрузки исходя из следующих факторов: устойчивости животного мира к воздействию фактора беспокойства, характеристики маршрута (его длины, извилистости, заселенности территории и т.д.), благоустройства маршрутов и стоянок для туристов, а также психофизической комфортностью и соблюдением природоохранных норм и правил.

Для национальных парков главным звеном системы природоохранных правил является запрет схода с тропы. Если все туристы и экскурсанты будут ходить только по специально проложенным и обустроенным для этих целей тропам, то, как показывает обширная зарубежная практика и пока еще единственная отечественная, предел нагрузки может быть поднят в десятки раз. Строгое соблюдение этого правила способствует поддержанию ландшафтного и биологического

разнообразия особо охраняемой территории и предотвращению нарушения довольного хрупкого природного равновесия.

В связи с этим методика определения допустимых нагрузок на туристско-экскурсионный маршрут была разработана кандидатом географических наук В.П. Чижовой. Согласно данной методике емкость зоны туризма представляет собой сумму емкостей отдельных туристских маршрутов. Определение допустимых нагрузок на каждый маршрут должно производиться на основе сочетания трех типов факторов: экологических, физических и психокомфортных. При планировании маршрутов необходимо заранее рассчитать расстояние между группами посетителей таким образом, чтобы ни одна из них по возможности не видела и не слышала другой ни на тропе, ни на стоянке. Все перечисленные факторы влияют на общую допустимую нагрузку. В определенном смысле такое обоснование нагрузки вернее было бы назвать расчетом пропускной способности или физической емкости троп, которая является отражением, прежде всего, имеющихся возможностей. На многих тропах физическая емкость является определяющей для расчета рекреационной нагрузки. С.И. Лабинцевой была предложена следующая формула определения физической емкости троп [2].

$$H = \frac{V_c - T_s}{T} \quad (1)$$

$$T = \frac{S}{V_v} \quad (2)$$

где H – число групп; V_c – длина светового дня; T^s – время прохождения тропы; T – интервал движения групп; S – расстояние между группами; V_v – скорость движения.

Согласно данным формулам в национальных парках Бурятии рекреационные нагрузки на экотропы находятся в допустимых нормах, имея даже запас, который может позволить национальным паркам увеличить число туристов до того количества, которое будет приближено к максимальной нагрузке. В высокий сезон (4 мес.) допустимая рекреационная нагрузка на экотропы в Забайкальском нацпарке составляет 38 520 чел., а в Тункинском нацпарке 34 560 чел.

Таким образом учитывается большое количество показателей, набор которых изменяется в зависимости от конкретных условий природной среды и характера туристско-экскурсионной программы. В случае появления признаков деградации природы на полотне тропы или на стоянке, необходимо либо снизить нагрузку, либо применить ряд дополнительных мероприятий по благоустройству, направленных на повышение устойчивости территории к внешнему воздействию.

1. Атлас Республики Бурятия «Федеральная служба геодезии и картографии России». – М., 2000.
2. Лабинцева, С.И. К методике оценки рекреационной нагрузки на природные комплексы горных территорий / С.И. Лабинцева // Современные технологии в сервисе, туризме и управлении. – Майкоп: Изд-во МГТИ, 2002.

3. Тропа в гармонии с природой: сб. российского и зарубежного опыта по созданию экологических троп. – М.: «Р. Валент», 2007. – 176 с.
4. Об особо охраняемых природных территориях: Федеральный закон от 14.03.1995 г. N 33-ФЗ.
5. Чижова, В.П. Определение допустимых нагрузок на туристско-экскурсионных маршрутах / В.П. Чижова // Экологический туризм на пути в Россию. Принципы, рекомендации, российский и зарубежный опыт. – Тула: «Гриф и К.», 2002.
6. Чижова, В.П. Рекреационные ландшафты: устойчивость, нормирование, управление / В.П. Чижова. – Смоленск: Ойкумена, 2011. – 176 с.
7. Чижова, В.П. Школа природы. Экологическое образование в охраняемых природных территориях. – М.: Эколога-просветительский центр «Заповедники» – WWF, 1997. – 128 с.

© Цекина, М.В., 2016

© Батуев, М.С., 2016

Для цитирования: Цекина, М.В. Экотропа как основа развития экологического туризма в национальных парках Бурятии / М.В. Цекина, М.С. Батуев // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. – 2016. – № 1. – С. 248–255.

For citation: Tsekina, M.V. Ecotrail as the basis of ecological tourism development in national parks in Buryatia / M.V. Tsekina, M.S. Batuev // The Territory Of New Opportunities. The Herald of Vladivostok State University of Economics and Service. – 2016. – № 1. – P. 248–255.

Дата поступления: 15.02.2016.

Л.В. Якименко¹

Н.В. Иваненко²

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Природно-ресурсный потенциал и охрана окружающей среды Владивостокского городского округа

Природно-ресурсный потенциал и состояние окружающей природной среды рассмотрены как важнейшие внутренние факторы развития территории, отражающие экологические аспекты ее имиджа. Представлен обзор научных трудов, официальных документов – Государственных докладов, Программы комплексного развития систем коммунальной инфраструктуры Владивостокского городского округа и др.

Ключевые слова и словосочетания: географическое положение, водные ресурсы, климат, флора и фауна, полезные ископаемые, островные территории.

L.V. Yakimenko

N.V. Ivanenko

Vladivostok State University of Economics and Service
Vladivostok. Russia

Nature environment and its protection of the Vladivostok city district

It was considered that nature environment is the major internal factor for the development of The Vladivostok city district. It is a reflection of the environmental aspects of its image. The project reviewed the scientific researches and official documents such as The State Reports.

Keywords: geographical location, water resources, climate, flora and fauna, minerals, the island territory.

Разнообразные природные ресурсы Владивостокского городского округа являются элементами селитебной территории, сохранение и рациональное использование которых обеспечивают благоприятную окружающую среду для жителей города и формируют его положительный имидж.

Характеристика географического положения города

Владивостокский городской округ занимает территорию полуострова Муравьёва-Амурского до посёлка Трудовое включительно, полуостров Песчаный,

¹ Якименко Людмила Владимировна – д-р биол. наук, профессор кафедры экологии и природопользования; e-mail: lyudmila.yakimenko@vvsu.ru.

² Иваненко Наталья Владимировна – канд. биол. наук, доцент кафедры экологии и природопользования ВГУЭС; e-mail: Natalya.ivanenko@mail.ru.

около 50 островов залива Петра Великого (среди которых только 6 имеют площадь свыше одного квадратного километра: Русский, Попова, Рейнеке, Рикорда, Шкота, Елены). Он протянулся на расстояние около 30 км с юга на север и почти 10 км с запада на восток (без полуострова Песчаный), омывается водами Амурского и Уссурийского заливов, входящих в акваторию залива Петра Великого Японского моря. В состав городского округа включен непосредственно город Владивосток, посёлок Трудовое, остров Русский, остров Попова, остров Рейнеке и село Береговое. Во Владивостокский городской округ входит достаточно удаленный от основной территории п-ов Песчаный и прилегающие к нему земли, на которых расположен федеральный заказник «Барсовый». Основными землепользователями являются совхоз «Барабашский», зверосовхозы «Амурский» и «Славянский», оленесовхоз «Песчаный». Лесной фонд закреплен за лесхозом «Барабашский» и военным лесничеством «Бархатное». Кроме того, на территории заказника размещены два крупных полигона Министерства обороны Российской Федерации. В границах заказника находятся 9 населенных пунктов, в которых проживают около 5000 человек. Географически город Владивосток расположен на 43°07' северной широты, 131°54' восточной долготы. Итого общая площадь (без учета прочих островов) составляет 55 282 га, в т.ч. площадь территорий города Владивостока – 33 116 га (60% общей территории городского округа). Остров Русский, самый крупный из островов, входящий в городской округ, имеет площадь 9764 га. Площадь остальных тридцати трёх островов в общей сложности составляет 2915 га. Наибольшую площадь территории городского округа занимают леса и прочие территории – 13 738 га (25% территорий округа), рекреационная зона – 13 707 га (25%) и зона санитарной защиты водохранилищ (16%), что обусловлено географическими особенностями (островные территории). Доля жилой зоны составляет 9%. Планировочная структура города Владивостока состоит из шести планировочных районов: Курортный, Северный, Центральный, Южный, Западный и Уссурийский, а также поселка Трудовое. Рельеф территории низкогорный, сильно расчлененный с абсолютными отметками 250–350 м, с отдельно возвышающимися куполообразными горными вершинами высотой 430–475 м. Самая высокая точка исторической части города – сопка Орлиное Гнездо высотой 199 м над уровнем моря (по другим источникам 214 м). На территории городского округа самой высокой точкой считается безымянная гора высотой 474 м, в народе называемая Синяя сопка, расположенная в северной части полуострова Муравьёва-Амурского недалеко от границы с Артёмом. Другие значимые высоты – сопка Холодильник (257 м), гора Русских (291 м), гора Варгина (458 м) [1, 2].

Водные ресурсы

Побережье Амурского, Уссурийского заливов, пролива Босфор-Восточный имеет многочисленные неглубокие бухты. По территории городского округа протекает большое количество рек и ручьев, имеющих незначительные площади водосбора. Наиболее крупные из них реки Богатая, Пионерская (снабжающие водохранилища), Черная, Вторая речка, Первая речка, Объяснения, впадающие в Амурский залив, река Лазурная – в Уссурийский залив, река Воеводиха на Русском острове, река Мелководная на полуострове Песчаном. Речная сеть малоразвита,

сильно зарегулирована, представлена в основном небольшими речками и ручьями. На реках Седанка и Богатая имеются водохранилища. Реки Черная, Объяснения, Первая речка, Вторая речка используются как водосборные коллекторы и судьба их незавидна.

Водоснабжение г. Владивостока осуществляется из водохранилищ: на р. Седанка объемом 6,3 млн м³ (на расстоянии 14 км от города); на р. Богатая объемом 14,2 млн м³ (на расстоянии 22,5 км от города); на р. Артемовка объемом 118,0 млн м³ (на расстоянии 113 км от города). При каждом из этих крупных источников водоснабжения имеются очистные станции, где происходит подготовка и очистка воды до её попадания в разводные сети. Но станции очистки введены в эксплуатацию несколько десятков лет назад и требуют ремонта, кроме того, на них не были предусмотрены реагентные хозяйства, резервуары запасов очищенной воды и они не имеют возможности отключаться для проведения ремонта [1, 3].

Кроме того, существуют временные водозаборы: ковш Артем-ГРЭС (Кучелиновское водохранилище) объемом 5,39 млн м³, подрусловый водозабор на р. Шкотовка. Общий объем воды, подаваемой во Владивосток, достигает 337 тыс. м³/сутки.

Распределительная водопроводная сеть г. Владивостока имеет протяженность 622,7 км. В нее входят 28 зональных насосных станций (из них 11 автоматические), 480 колонок, 3150 пожарных гидрантов, 4 специальных водозабора (в случае аварийных ситуаций на распределительной сети из них будет забираться вода для доставки населению). Перепады высот на территории города достигают 8–250 м над уровнем моря, что создаёт трудности при подаче воды в разводящую сеть.

В городе действует 114 колодцев (в Советском районе – 66, Ленинском – 20, Первомайском – 18, Первореченском – 10. Во Фрунзенском районе колодцев нет). Воду из колодцев для различных нужд постоянно использует 7,5% населения города. В дни ухудшения показателей качества воды в системе централизованного водоснабжения или её отсутствия эта цифра возрастает почти вдвое [1, 3].

Западный берег полуострова Муравьева-Амурского лишен бухт, горист, обрывист и лишь к северу от Седанки образует неширокую песчаную полосу. Бухта Золотой Рог, на берегах которой располагается Владивосток, является удобным местом стоянки судов. Здесь также разместились торговый и рыбный порты, однако она же разделяет город на две части, затрудняя транспортное сообщение, и, как следствие, определяет резко отличающийся уровень развития районов города.

На юго-западе полуостров Муравьева-Амурского оканчивается полуостровом Шкота и мысом Эгершельда. На южной оконечности полуострова имеется несколько удобных бухт: Диомид, Большой Улисс, Малый Улисс, Патрокл. На северо-востоке, на побережье Уссурийского залива, расположены довольно открытые бухты Соболев, Тихая, Горностай, Десантная, Лазурная.

Климат

Умеренный муссонный климат города определяется его положением в зоне перехода материк – океан. Этим объясняется четко выраженная контрастная смена сезонных воздушных масс. Зимой (ноябрь – март) сухой холодный воздух перемещается северными и северо-западными ветрами зимнего муссона. Средняя скорость ветра в это время – 6–9 м/сек. Осадков в виде снега выпадает мало (14–24 мм)

при относительной влажности воздуха 59–60%. Весной преобладают юго-восточные ветры при средней скорости 6,4 м/сек. Воздух холодный и влажный. Поздней весной часто бывают морозящие дожди и туманы. Количество осадков находится в диапазоне 7–26 мм. Первая половина лета в городе характеризуется прохладной пасмурной погодой с туманами и морозящими дождями. Во второй половине лета преобладает теплая погода и юго-восточные ветры при средних скоростях 5,3–5,8 м/сек. Во время тайфунов скорости возрастают в 5–8 раз (20–35 м/сек.). Они сопровождаются ливневыми дождями. Влажность воздуха достигает 87–91%, количество осадков 93–148 мм. В первой половине осени преобладает сухая и солнечная погода. В сентябре наблюдаются юго-восточные ветры, в октябре – ноябре – северные. Среднегодовая температура воздуха составляет 5,0 градусов Цельсия, при средней температуре января -13,1 градуса, июля +18,5 градусов. Количество осадков за ноябрь–март составляет 129 мм, за апрель–октябрь – 641 мм.

Преобладающее направление ветра за июнь–август ЮВ. Климатические условия Владивостока являются одними из наиболее благоприятных на Дальнем Востоке России, однако более суровы, чем, например, климат ключевых центров АТР, таких, как Гонконг, Шанхай, Сингапур, Токио и т.д.

Территория Владивостокского городского округа может быть подвержена опасным природным и техногенным воздействиям, приводящим к чрезвычайным ситуациям: периодическим тропическим циклонам (тайфунам), цунами и землетрясениям силой до 6–7 баллов [1, 2].

Флора и фауна

Растительность – важнейший компонент природно-ресурсного потенциала городских агломераций. Зеленые насаждения в условиях городской среды являются одним из наиболее эффективных и экономичных средств повышения комфортности и качества среды жизни горожан. На территории Владивостокского городского округа произрастают около 200 видов деревьев, кустарников и лиан. Округ располагается в южной подзоне смешанных хвойно-широколиственных лесов, где господствует маньчжурский флористический комплекс. В пригородных лесах сохранились отдельные участки автохтонных коренных лесов, принадлежащих к формации чернопихтарников. До 1860 г. лианово-грабовые чернопихтарники с тисом и сосной кедровой корейской на 70% покрывали п-ов Муравьева-Амурского. Лесистость о-ва Русский составляла 85%, 2/3 лесов составляли чернопихтарники с сосной корейской и тисом остроколючным. Сегодня на о-ве Русском 2/3 лесов – дубняки, 15% – липняки [4]. Надо заметить, что еще к 1885 г. на полуострове Муравьева-Амурского и о-ве Русский коренные хвойно-широколиственные леса, где обитали тигр и дикий кабан, были вырублены и пройдены пожарами. Пихта цельнолистная (черная пихта) – самое крупное дерево Российского Дальнего Востока, достигающая высоты 55 м, в 1860–1865 гг. произрастала во Владивостоке и о-ве Русском рядом с портовыми сооружениями [5]. Сегодня эти многоярусные с высоким биоразнообразием чернопихтарниковые леса нуждаются в особой охране.

Леса Дальнего Востока России по народнохозяйственному значению и защитности делятся на три группы [6]. Леса Владивостокского городского округа принадлежат к первой группе (с наиболее строгим режимом хозяйства), поскольку

именно в эту группу входят зеленые зоны вокруг населенных пунктов, защитные полосы вдоль дорог, запретные полосы вдоль рек и морских побережий.

В настоящее время преобладают на территории округа вторичные леса, принадлежащие к формации дуба монгольского. Характерны дубово-кленово-липовые леса, на островах – дубово-кленово-березовые, в долинах рек – ивняки, ильмовые и ясеновые леса. К настоящему времени обширные участки природного комплекса округа под антропогенным воздействием преобразованы на 80–100%, превратившись в урбанизированные (включая техногенные и аграрные) ландшафты. Здесь разреженная и угнетенная растительность. Доминанты – дуб монгольский, тополь корейский, клены и примесь интродуцентов. В настоящее время в природный комплекс Владивостока включены всего 3 парка общей площадью 48 га, что явно недостаточно для удовлетворения общеэкологических потребностей населения. Обеспеченность населения города зелеными насаждениями усреднена по территории города, что не отражает реальной обеспеченности. В этом показателе учтена площадь городских лесов, большая часть которых расположена в Советском районе и на островных территориях. В целом, обеспеченность горожан зелеными насаждениями составляет собственно во Владивостоке не более 10% от нормы [7]. Для города разработана и утверждена долгосрочная целевая программа «Сохранение и развитие зеленых насаждений города Владивостока» (Постановление администрации г. Владивостока от 30.09.2010 № 1177). Владивосток – город с линейно-узловой рассредоточенной планировкой и дисперсной системой озеленения – отдельные зеленые «пятна» не связаны в единое целое. Искусственные насаждения густонаселенных районов города представлены вдольдорожным озеленением, тремя парками, скверами. В посадках преобладают тополь, ильм, ясень, береза, липа, клены, вейгела ранняя, пузыреплодник, сирень, вишня и др. В городских посадках используются как виды местной дендрофлоры, так и интродуценты. Травянистый покров состоит из мятлика однолетнего, овсяницы луговой, пырея ползучего, зубровки, подорожника, герани сибирской. В пределах городского округа произрастает около 1000 видов шляпочных, трутовых и дрожалковых грибов. Это белый гриб, подберезовики, подосиновики, поддубовики, ильмаки, ольховики, вешенки, маслята, шампиньоны, сыроежки, млечники, кесарев гриб и другие. Имеются и ядовитые грибы, в основном, мухоморы, свинушки, японский светящийся гриб, волоконницы, бледная поганка. Во Владивостоке и его окрестностях выявлено свыше 200 видов лишайников, но с приближением к индустриальным центрам (Вторая речка, Луговая) их количество сокращается до 15–20 и даже до 2–3 видов. На территории полуострова Муравьева-Амурского и прилегающих к нему островах известно свыше 150 видов мхов [2].

Пригородные леса – источник недревесных лесных ресурсов (НЛР) – дикоросов. К ним относятся кедровый орех, лещина, лесные ягоды, грибы, папоротник, черемша, лекарственные растения. Сведения о запасах и объемах заготовки НЛР требуют уточнения. НЛР добываются населением для личного пользования. Вблизи населенных пунктов ресурсы дикоросов осваиваются чрезмерно, заросли ценных растений изреживаются на целые километры [8].

Природные условия Владивостока, в целом, определяют богатый видовой состав птиц: не менее 50 гнездящихся видов. Однако многочисленных 26 процветающих видов в черте города совсем немного. Если не считать домашних голубей и воробьев, это чернохвостые чайки, белопопый стриж, сорока, камчатская трясогузка, белобрюхая синица. Для большей их части характерна невысокая, даже низкая численность.

Из насекомоядных в лесах полуострова обитают: еж обыкновенный, уссурийский крот (могера), бурая, тундрная и крупнозубая бурозубки, а также большая белозубка. Из рукокрылых в летнее время или на пролетках отмечены водяная, длиннопалая, Наттерера, Брандта и Иконникова ночницы, бурый ушан, кожановидный нетопырь, двухцветный кожан, малый и большой трубнонос. Из зайцеобразных – кустарниковый заяц. Из грызунов – летяга, белка обыкновенная, азиатский бурундук, полевая, лесная и домовая мыши, мышь-малютка, серая и черная крысы, ондатра, красно-серая и дальневосточная полевки. Из хищных – енотовидная собака, лисица, барсук, ласка, колонок, дальневосточный лесной кот. Из копытных отмечены заходы кабана и косули. Воды, омывающие полуостров, богаты рыбой. Здесь ловятся корюшка, сельдь, навага, камбала, терпуг, красноперка, пеленгас, а также мидия, трепанг, гребешок, осьминоги, крабы. Промысловый лов в этих водах ограничен [2, 8].

Полезные ископаемые

Сведения о месторождениях (проявлениях) полезных ископаемых приводятся ниже.

1. Месторождение Подгородненское, уголь каменный, ст. Угольная. Эксплуатировалось с 1991 по 1995 г. С 1996 г. – нераспределенный фонд Территориального агентства по недропользованию по Приморскому краю. Шахта закрыта. Запасы углей каменных – 19 986,0 тыс. т.

2. Месторождение Первореченское, г. Владивосток. ОАО «Владивостокский бутощебеночный завод» добывает сырье для производства щебня, бутового камня и другой продукции. Эксплуатируется с 1960 г. Производительность завода в 2009 г. – 655,6 тыс. куб. м щебня. Запасы порфирита составляют 148 33 тыс. м³. Продукция завода играет важную роль в строительной отрасли Владивостока.

3. Грязи Садгорода. Морская иловая среднеминерализованная слабосульфидная грязь добывается для лечебных целей со дна бухты Угловая с 1910 года. В 1922 г. основан курорт Садгород, который прекратил свое существование к 2002 году. В значительно меньших, чем прежде, объемах грязи используются в ряде санаториев Приморья. Из-за химического и биогенного загрязнения неочищенными стоками лечебные грязи на глубину мощностью до 40 см находятся в критическом состоянии.

4. Пушкинское месторождение подземных вод. Впервые об этом месторождении воды заговорили еще в Советском Союзе. Разведали Пушкинскую депрессию в конце 70-х годов. 24 года назад начались первые работы, тогда пробурили около 20 скважин. Затем началась перестройка, месторождение забросили. К 2010 г. восстановили 17 старых скважин. Остальные окончательно пришли в негодность. Проведение в городе Владивостоке саммита АТЭС в 2012 г. явилось фактором, побудившим администрацию к принятию мер по улучшению водоснабжения города, строительству очистных сооружений и т. д. Главной надеждой властей является разработка Пушкинского водного месторождения – Пушкинской депрессии.

Разработка Пушкинского месторождения на первом этапе позволит дополнительно подавать 250 тысяч кубометров воды в сутки. Это обеспечит почти половину ежедневной потребности Владивостока, а также повысит качество и надёжность водоснабжения потребителей Артёма и Надеждинского района. Самое главное, что работа этого источника водоснабжения не будет зависеть от погодных условий [9].

Островные территории

На территории юга Приморья и прилегающих акваториях залива Петра Великого сложилась своеобразная и во многом уникальная система природных комплексов. Географическое положение островов юга Приморского края с их мягким климатом, сравнительно невысокая степень освоённости территории, теплое море, особая эстетическая ценность разнообразных приморских и лесных ландшафтов, продолжительный теплый осенний период, близкое расположение к Владивостоку располагают к активному рекреационному использованию островных территорий округа. Крупнейший в архипелаге залива Петра Великого – остров Русский (площадь 99 км²). Подробно о природно-ресурсном и рекреационном потенциале острова см. [10] и на сайте (<http://russkyostrov.nm.ru/>). В целом рекреационная емкость острова Русский оценивается до 1 млн человек в год. Для развития рекреационного туризма хорошие перспективы имеют территории Владивостокского городского округа – п-ов Песчаный и прилегающие к нему материковые земли, на которых расположен федеральный заказник «Барсовый». В структуре рекреационной системы городского округа предполагается создание пяти крупных планировочных рекреационных зон – трёх на полуострове Муравьёва-Амурского и двух – на островах залива Петра Великого.

Охрана окружающей среды

Для г. Владивостока характерен высокий уровень загрязнения атмосферного воздуха. На территории города находится более 500 предприятий, 90 из которых способствуют загрязнению воздушного бассейна. На качество атмосферного воздуха на территории города Владивосток оказывают влияние порядка 150 наименований загрязняющих веществ всех классов опасности, поступающих в окружающую среду от стационарных и передвижных источников. Общая масса загрязняющих веществ, поступающих ежегодно в атмосферу, составляет более 60,0 тыс. тонн. В г. Владивостоке особенность рельефа – один из весомых факторов, влияющих на уровень загрязнения окружающей среды.

Неблагополучное экологическое состояние воздушного бассейна в г. Владивостоке обусловлено, в основном, большим количеством автотранспорта. Часть улиц городов значительно уменьшается за счет парковки автомобилей с обеих сторон, что затрудняет движение, создаёт «пробки» и способствует увеличению загазованности воздуха. Свой вклад вносят и выбросы технически устаревших производственных объектов. Загрязнению воздушного бассейна в городах края способствует также высокая повторяемость приземных, приподнятых инверсий и слабых скоростей ветра. Климатические условия города характеризуются пониженной рассеивающей способностью атмосферы (зона повышенного ПЗА). В 2014 году в г. Владивостоке был установлен повышенный уровень загрязнения атмосферного воздуха. Более всего воздух в г. Владивосток загрязнён окислами

азота. Среднегодовые концентрации диоксида азота превысили допустимую норму в городе в 1,8 раза [11, 12].

Согласно данным Приморского УГМС, наиболее неблагоприятными районами города по уровню загрязнения атмосферного воздуха являются (установлено превышение ПДК загрязняющих веществ на стационарных постах) районы остановок Баляева и Постышева, которые располагаются вблизи автомагистралей с интенсивным движением транспорта.

С атмосферными осадками загрязняющие вещества попадают в сопредельные среды: почву, растительность, поверхностные воды, таким образом, формируя зоны загрязнения.

Эколого-геохимическая оценка степени загрязнения почв Владивостока была проведена в 1985-1992 гг. геохимической партией ПГО «Приморгеология» и «Экоцентром». В результате проведенных исследований было установлено, что почвы Владивостока загрязнены тяжелыми металлами, в основном их подвижными формами, представляющими опасность для организма человека [13].

Мощный техногенный пресс испытывают реки г. Владивостока и его окрестностей. Полностью утратили рекреационные, экологические функции Первая речка, Вторая речка, р. Объяснения. Устья Первой и Второй речек прилегают к зоне сильного загрязнения акватории Амурского залива. Степень загрязнения донных осадков Первой Речки и Второй Речки тяжелыми металлами и мышьяком соответствует критическому уровню. Почвы в долинах рек Первореченского и Первомайского района характеризуются высокими концентрациями свинца, цинка, серебра, сурьмы, висмута, других химических элементов, превышающими ПДК, ОДК и геохимический фон в отдельных точках в несколько десятков раз. Почвы в бассейне реки Объяснения загрязнены мышьяком, свинцом и оловом. В водах рек г. Владивостока присутствуют бактерии группы кишечной палочки, их количество превышает допустимый уровень [13, 14].

Морские прибрежные воды г. Владивостока продолжают подвергаться значительному антропогенному воздействию. В целом, показатели качества морской воды свидетельствуют о стойком снижении процессов самоочищения акваторий Амурского и Уссурийского заливов, а загрязнение в кутовой части заливов и бухте Золотой Рог оценивается как критическое. Большую опасность для населения представляют пляжи на побережье залива, которые сильно загрязнены неорганическим мусором, а также тяжелыми металлами, образовавшимися в результате его переработки морем. В санитарных пробах воды выявлялись ротавирусы, вирус гепатита А и их антитела. Микробиологическая обстановка с каждым годом ухудшается, что свидетельствует об отсутствии пляжей, пригодных для отдыха и купания в прибрежно-морской зоне г. Владивостока [12, 15].

Владивостокский городской округ обладает разнообразными и уникальными природными ресурсами, среди которых стоит выделить ресурсы прибрежно-морской зоны, островных территорий, создающих образ морского города. В связи с этим сохранение уникального природно-ресурсного потенциала Владивостокского городского округа, формирование его положительного имиджа – первостепенной задачей территориального планирования и социально-экономического развития

территории на долгосрочный период. Представление гостей и жителей города о современной, благоустроенной территории создает грамотное использование растительных ресурсов в озеленении. Сложный ландшафт Владивостокского городского округа позволяет сделать акцент на аборигенных растениях – представителях местной флоры, адаптированных к различным условиям произрастания. В пространстве г. Владивостока можно рассматривать различные формы озеленения, используя виды растений, представителей различных фитоценозов – способных произрастать на обнаженных скалах города, склонах сопок, на их подножиях часто северной экспозиции, в долинах рек.

Привлекательность Владивостокского городского округа также зависит от экологической ситуации в связи с загрязнением атмосферного воздуха, городских почв, морских прибрежных акваторий. Загрязнение атмосферного воздуха г. Владивостока в основном определяется автомобильными выбросами. Поэтому городу необходимы новые архитектурно-планировочные мероприятия, которые позволят снизить транспортную нагрузку. Необходима программа восстановления и охраны пресноводных водотоков, протекающих по территории городского округа, в настоящее время полностью утративших свои экологические функции и являющихся приемниками промышленных и канализационных сточных вод.

Чистый, зеленый морской город с безопасными пляжами, пригодными для отдыха, наряду с его социокультурными, историческими, социально-экономическими и другими особенностями формирует положительный имидж территории. В свою очередь, привлекательный образ Владивостокского городского округа будет способствовать его развитию и экономическому процветанию.

-
1. Программа комплексного развития систем коммунальной инфраструктуры Владивостокского городского округа на 2011–2015 годы и на период до 2025 года // Вестник Думы города Владивостока. – 2011. – № 42. Принято Думой Владивостока 28 февраля 2011 г., № 635. В редакциях № 10/6 от 10.02.2010, № 685 от 31.05.2011, № 816 от 28.02.2012, № 207 от 05.12.2013 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://docs.pravo.ru/document/view/18551596/33950183/>.
 2. План комплексного социально-экономического развития Владивостокского городского округа: отчет о научно-исследовательской работе. – М., 2011.
 3. Окружающая среда и здоровье населения Владивостока. – Владивосток: Дальнаука, 1998. – 212 с.
 4. Урусов, В.М. Концепция озеленения зоны большого Владивостока / В.М. Урусов, Л.И. Варченко // Проблемы озеленения населенных пунктов: материалы городской науч.-практ. конф., г. Владивосток, 23 мая 2013 г. – Владивосток: Мор. гос. ун-т. – С. 133–149.
 5. Урусов, В.М. Хвойные деревья и кустарники Российского Дальнего Востока: география и экология / В.М. Урусов, И.И. Лобанова, Л.И. Варченко. – Владивосток: Дальнаука, 2004. – 111 с.
 6. Урусов, В.М. Экология. Биологическая составляющая охраны природы и рационального природопользования на Дальнем Востоке: учеб. пособие / В.М. Урусов,

- Л.А. Майорова, Н.Ф. Пшеничникова, Б.Ф. Пшеничников. – Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2002. – 276 с.
7. Шихова, Н.С. Деревья и кустарники в озеленении города Владивостока / Н.С. Шихова, Е.В. Полякова. – Владивосток: Дальнаука, 2006. – 235 с.
 8. Христофорова, Н.К. Экологические проблемы региона: Дальний Восток – Приморье: учеб. пособие / Н.К. Христофорова. – Хабаровск: Хабаровск. кн. изд-во, 2005. – 304 с.
 9. Кудинов, В. Воды хватает с избытком / В. Кудинов // Золотой Рог. – 2010. – №31.
 10. Гуремина, Н.В. Ландшафтная характеристика и рекреационное освоение островов залива Петра Великого (Японское море): автореф. дис. ... канд. геогр. наук / Н.В. Гуремина. – Владивосток: Изд-во ТИГ ДВО РАН, 2005. – 28 с.
 11. Состояние загрязнения атмосферы в городах и на территории России за 2007 г.: ежегодник / науч. ред. Э.Ю. Безуглая. – СПб.: Изд-во ГУ «ГГО» Росгидромета, 2009. – 196 с.
 12. Доклад об экологической ситуации в Приморском крае в 2014 году. г. Владивосток, 2015 г. – 241 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://pacificinfo.ru/data/cdrom/11/inc/other/doklad_2014.pdf.
 13. Бурого, А.И. Карта оценки экологического состояния Владивостока / А.И. Бурого, С.А. Шлыков. – Владивосток: Приморский центр геодезии и картографии, 1995. – 153 с.
 14. Творогов, С.П. Экологическое состояние рек г. Владивостока / С.П. Творогов // Интеллектуальный потенциал вузов – на развитие Дальневосточного региона России и стран АТР: материалы XVI междунар. науч.-практ. конф. студентов, аспирантов и молодых исследователей (17–18 апреля 2014 г.): в 6 т. / под общ. ред. Г.П. Старковой; Владивостокский государственный университет экономики и сервиса. – Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2014. Т. 5. – 172 с.
 15. Загрязнение морской акватории Владивостока близко к критическому – эксперты // PrimaMedia. – 14 мая 2015 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://primamedia.ru/news/society/14.05.2015/437635/zagryaznenie-morskoj-akvatorii-vladivostoka-blizko-k-kriticheskomu-eksperti.html>

© Якименко, Л.В., 2016

© Иваненко, Н.В., 2016

Для цитирования: Якименко, Л.В. Природно-ресурсный потенциал и охрана окружающей среды Владивостокского городского округа / Л.В. Якименко, Н.В. Иваненко // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. – 2016. – № 1. – С. 256–265.

For citation: Yakimenko, L.V. Nature environment and its protection of the Vladivostok city district / L.V. Yakimenko, N.V. Ivanenko // The Territory Of New Opportunities. The Herald of Vladivostok State University of Economics and Service. – 2016. – № 1. – P. 256–265.

Дата поступления: 04.02.2016.

Правила публикаций статей

Статьи в научном журнале «Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса» публикуются бесплатно.

В одном номере журнала может быть опубликовано не более двух статей одного автора, даже если он выступает соавтором.

Направление авторских рукописей в адрес редакции рассматривается как передача авторами прав на их публикацию редакцией научного журнала «Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса».

Редакция научного журнала вправе потребовать от автора предоставить рецензию на представленную рукопись. Рукописи и рецензии авторам не возвращаются. Рецензии, подготовленные Редакционным советом научного журнала, предоставляются авторам по запросу.

Электронный вариант рукописи направляется по адресу электронной почты vestnik_vgues@vvsu.ru. Имя файла в латинской транскрипции должно совпадать с фамилией автора (например, [ivanov.doc](#)).

Бумажный вариант рукописи предоставляется в редакцию научного журнала. Почтовый адрес: 690014, ул. Гоголя, 41, каб. 1649, г. Владивосток, Приморский край, Россия.

Этические основы редакционной политики

Редакция журнала в своей деятельности руководствуется положениями гл. 70 «Авторское право» Гражданского кодекса Российской Федерации и рекомендациями международного Комитета публикационной этики (COPE) – <http://publicationethics.org/resources/flowcharts>.

Для публикации в журнале принимаются только оригинальные произведения, ранее нигде не публиковавшиеся, в строгом соответствии с требованиями по оформлению статей (включая иллюстративный материал). Не принимаются для публикации статьи, носящие политический характер, содержащие пристрастные и некорректные оценки других научных работ, а также результаты исследований, которые представляют опасность для человека или животных.

Авторы предоставляют оригинальные произведения, избегая плагиата и параллельных публикаций в других изданиях. Авторы согласны с тем, что их статья будет отправлена на рецензирование, и обязуются сотрудничать с редакторами по улучшению, сокращению или дополнению своей статьи в соответствии с замечаниями рецензента. К присылаемой статье должно прилагаться письменное согласие на ее публикацию (в бумажном и/или электронном виде) от всех авторов, которое является автоматическим подтверждением наличия у автора или авторов авторских прав на публикуемый материал, включая текст статьи и размещенные в ней рисунки, графики, фотографии и таблицы. При публикации указываются, как правило, не более 5 авторов; если в исследованиях и подготовке статьи принимало участие большее число исследователей, часть из них (по решению авторского коллектива) должна быть включена в ссылку на первой странице статьи или примечание в конце статьи.

Члены редакционной коллегии несут ответственность за все, что публикуется в журнале; охраняют целостность публикаций, внося при необходимости исправления, и выдают обоснованные отказы тем, чьи рукописи не соответствуют исследовательской или издательской этике; защищают права третьих лиц от несанкционированного использования материалов.

Рецензенты участвуют в формировании редакционной политики; соблюдают сроки рецензирования статей и конфиденциальность оценок.

Редакция обеспечивает соответствие публикаций академическим стандартам и международно признанным этическим нормам для научных изданий и гарантирует конфиденциальность полученной личной информации об авторах.

Издатель (Владивостокский государственный университет экономики и сервиса) обеспечивает соблюдение законодательства РФ о средствах массовой информации, сотрудничество с другими издателями и отраслевыми ассоциациями в целях повышения публикационной активности авторов и индекса их цитируемости.

Научометрические базы данных: за сроки размещения опубликованных статей в базе данных РИНЦ редакция ответственности не несет.

Тематика публикуемых статей соответствует следующим отраслям науки согласно Государственному рубрикатору научно-технической информации (ГРНТИ):

00.00.00	Общественные науки в целом	15.00.00	Психология
06.00.00	Экономика. Экономические науки	71.00.00	Внутренняя торговля. Туристско-экскурсионное обслуживание
10.00.00	Государство и право. Юридические науки	75.00.00	Жилищно-коммунальное хозяйство. Домоводство. Бытовое обслуживание.
13.00.00	Культура. Культурология	81.00.00	Общие и комплексные проблемы технических и прикладных наук и отраслей народного хозяйства
14.00.00	Народное образование. Педагогика	82.00.00	Организация и управление

Структура статьи

Бумажный и электронный варианты рукописи, предназначенной для публикации, должны быть идентичными и обязательно содержать следующие данные:

- тематическая рубрика статьи; например, в соответствии с Номенклатурой специальностей научных работников, принятой ВАК;
- шифр УДК;
- название статьи (на русском и английском языках);
- фамилия, имя, отчество (если есть) всех авторов полностью (на русском и английском языках);
- полное название организации – место работы/учебы каждого автора в именительном падеже, страна, город (на русском и английском языках). Если все авторы статьи работают в одном учреждении, можно не указывать место работы каждого автора отдельно;
- подразделение организации (по желанию) (на русском и английском языках);
- должность, звание, ученая степень и иная информация об авторах (на русском и английском языках);
- адрес электронной почты (e-mail) для каждого автора;

- корреспондентский почтовый адрес и контактный номер телефона;
- аннотация статьи на русском и английском языках (не более 100 слов);
- ключевые слова и словосочетания (на русском и английском языках) (не более 15);
- список пристатейных источников оформляется в виде нумерованного списка в конце статьи под горизонтальной чертой. Сначала в алфавитном порядке приводятся русскоязычные источники, затем – иностранные. В тексте в квадратных скобках указывается номер источника из списка. Список необходимо оформлять в строгом соответствии с ГОСТ 7.0.5–2008. Библиографическая ссылка. Общие требования и правила составления.

Заполнение всех перечисленных пунктов является обязательным для принятия статьи к публикации в научном журнале.

Оформление текста

- Текст статьи (от 10 до 20 тысяч печатных знаков) должен быть сохранен в формате DOC или RTF (шрифт Times New Roman, кегль 12, межстрочный интервал одинарный, отступ красной строки – 1,25 см, поля: верхнее и нижнее – 2 см, правое – 1,5 см, левое – 3 см, ориентация – книжная).
- Рисунки в формате JPEG и диаграммы предоставляются в отдельных файлах и в тексте статьи. Все рисунки должны быть пронумерованы и озаглавлены. Все рисунки публикуются на страницах журнала в черно-белой гамме.
- Таблицы должны быть пронумерованы и озаглавлены. После каждой таблицы в примечании указывают источник данных, приведенных в таблице.
- Формулы выполняются во встроенном «Редакторе формул». Формулы необходимо нумеровать справа в круглых скобках. Допускается размещение формул в формате рисунков (JPEG).
- В связи с тем, что электронные версии публикаций обрабатываются в специальных программах для размещения в различных электронных библиотечных системах, математические символы, формулы с надстрочными и подстрочными индексами и буквы греческого алфавита в заголовках статей, аннотациях и ключевых словах теряются. Убедительная просьба избегать употребления таких символов в указанных частях публикации!
- Страницы должны быть пронумерованы и не содержать разрывов, колонтитулов.

Рубрика: Экономические науки
УДК 338

Программно-целевой подход в формировании расходов на социальную политику на примере Владивостокского городского округа
Program-target approach in shaping on social polisy on the example of Vladivostoks urban district

Ворожбит Ольга Юрьевна
Vorozhbit Olga Yuryevna

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток, Россия

Vladivostok State University of Economics and Service. Vladivostok. Russia
д-р экон. наук, профессор, зав. кафедрой «Финансы и налоги»
ул. Гоголя, 41, г. Владивосток, Приморский край, Россия, 690014.
E-mail: olga.vorozhbit@vvsu.ru; тел.: +70000000000

Несамостоятельность и неэффективность расходования бюджетных средств местного бюджета привели к реформе бюджетного процесса как муниципального образования, так и страны в целом. В статье рассматривается внедрение программно-целевого подхода в формировании расходов на социальную политику во Владивостокском городском округе. Разработка программно-целевого планирования началась с распоряжения Правительства Российской Федерации «Об утверждении Программы Правительства РФ по повышению эффективности бюджетных расходов на период до 2012 г.» №1101-р от 30.06.2010.

Ключевые слова и словосочетания: программно-целевой подход, социальная политика, анализ расходов.

Indecisiveness and ineffectiveness of local budget spending budget led to the reform of the burget process, as a municipality, and the country as a whole. This article discusses the introduction of program-oriented approach in shaping on social policy in the Vladivostok city district. Develop targeted program planning began with the Russian Federation Government of 30.06.2010 № 1101-р «On approval of the Government of Russian Federation to improve the efficiency of budget expenditures for the period up to 2012». Vladivostok city district began its transition to the program budget in 2013 to effectively explore in this article.

Keywords: target-oriented approach social policy, analiysis of expenses.

Текст статьи, текст статьи, текст статьи, текст статьи, текст статьи, текст статьи.



Рис. 1. Название рисунка

Таблица 1

Название таблицы

1	2	3
А	Б	В

Примечание: сост. по [1].

1. Романова, О.Б. Основные теоретические подходы к содержанию понятия «ценность» / О.Б. Романова // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. – 2013. – №4(22). – С. 56–65.

Научное издание

**ТЕРРИТОРИЯ
НОВЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ**
**Вестник Владивостокского государственного
университета экономики и сервиса**

2016, № 1

[Том 8]

Научный журнал

Журнал «Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса» зарегистрирован в Федеральной службе по надзору в сфере массовых коммуникаций 30 октября 2008 г.

Свидетельство о регистрации ПИ № ФС77-33974

ISSN 2073-3984

Дата выхода в свет 30 марта 2016 г.

Адрес редакции:

690014, Владивосток, ул. Гоголя, 41, каб. 1649
тел. (423) 240-40-54; e-mail: vestnik_vgues@vvsu.ru

Ответственный за выпуск Л.Е. Стрикаускас
Ответственный секретарь Л.А. Харитонова
Корректор М.А. Шкарубо
Компьютерная верстка Л.А. Харитонова
Дизайн обложки Ю.А. Лакиза, Т.Ю. Малышенко

Подписано в печать 22.03.2016. Формат 70 x 100/16.
Бумага писчая. Печать офсетная. Усл.-печ. л. 20, уч.-изд.л. – 18,75.

Тираж 200 экз. Заказ

Цена на территории РФ свободная

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
690014, Владивосток, ул. Гоголя, 41
Отпечатано во множительном участке ВГУЭС
690014, Владивосток, ул. Гоголя, 41