

O.A. Bazaleev. “Northern Territory National Emergency Response” in Australia in 2007: Assessments and Interpretations

Keywords: indigenous people, paternalism, Australia

The paper focuses on different approaches to the actions undertaken by the Australian government in 2007, known as the “Northern Territory National Emergency Response” or “Northern Territory Intervention”, in order to “normalize” the acute social crisis in remote communities where thousands of Indigenous Australians live. The reasons for the intervention, the implemented actions and their efficiency are discussed in detail. The author argues that, in the emergency situation, the Australian government resorted to using the methods of intrusive administration and control similar to those already used in the past. This significantly diminished the efficiency of the measures and might have various long-term consequences such as aggravating paternalistic dependencies. The author further argues that the case of “Northern Territory Intervention” may influence the international “soft laws” regarding indigenous people.

ЭО, 2014 г., № 4

© Д.А. Песков

ОБЪЕКТЫ ВСЕМИРНОГО НАСЛЕДИЯ ЮНЕСКО НА МИРОВЫХ БАНКНОТАХ

Ключевые слова: Всемирное наследие ЮНЕСКО, конструирование идентичности, политическая пропаганда, государственные символы, банкноты, создание образа, самопрезентация государства

В статье рассматриваются закономерности помещения объектов Всемирного наследия ЮНЕСКО на современные банкноты разных стран мира с целью создания образа страны как для внутреннего, так и для внешнего потребителя.

Существует наглядный образ нашей страны, официально называемой “Россия. Российская Федерация”. Это – серия простых ясных компактных изображений нескольких мест территории России, своего рода пейзажей. Носители образа имеют статус государственных документов, что обеспечивает их распространение на всей территории страны почти во всех группах населения. ... Эти таинственные носители образа – современные российские бумажные денежные знаки...

В.Л. Каганский. *Главное свидетельство.*

В список Всемирного наследия ЮНЕСКО вошли природные или созданные человеком объекты, имеющие особую культурную, историческую или экологическую значимость, и в силу этого заслуживающие сохранения и популяризации, то есть этот перечень – явление мирового масштаба. Многие государства добиваются включения в этот список объектов, находящихся на их территории, а угроза исключения из него

подчас является серьезным аргументом при оценке преобразований, могущих каким-либо образом затронуть подобные объекты.

В 1972 г. ЮНЕСКО приняла Конвенцию об охране всемирного культурного и природного наследия (вступила в силу в 1975 г.). СССР ратифицировал Конвенцию 9 марта 1988 г. По состоянию на март 2012 г. ее ратифицировали 189 стран. Для попадания в список объект должен соответствовать хотя бы одному из десяти критериев отбора¹. Сегодня список Всемирного наследия включает 936 объектов: 725 культурного наследия, 183 природного и 28 смешанного типа, которые расположены в 153 государствах-членах. Ряд объектов Всемирного наследия (далее – ОВН) расположен на территории сразу нескольких государств. Некоторые государства, подписавшие Конвенцию, не имеют на своей территории ни уже признанных, ни ожидающих признания ОВН. В последнее время изначальная цель – исключительно сохранение для последующих поколений – не кажется многим исследователям решающим аргументом для присвоения этого престижного статуса. В качестве более вероятных мотивов называются политические амбиции и финансовые выгоды правительств. Почему ОВН являются важным элементом создания образа / идентификации данного конкретного общества? Очевидно, что этот статус не дается малоизвестным объектам. Во многих случаях они и задолго до этого являлись яркими символами культуры и истории страны. Однако международный статус отражает признание мирового сообщества. Представленные к рассмотрению объекты проходят утверждение Комитетом всемирного наследия, состоящим из представителей 21 страны. Такой выбор служит подтверждением уникальности и ценности для мирового сообщества. Иногда он присваивается объектам, занимающим в сознании местных жителей более скромное место, чем другие (в качестве примера упомянем некоторые российские объекты: Дугу Струве, Ферапонтов монастырь и г. Дербент, мало знакомые большинству россиян, в отличие от хрестоматийных московского Кремля, исторического центра Санкт-Петербурга, памятников Новгорода и Владимира и др.). Вообще анализ осведомленности местного населения об имеющихся у него ОВН выступил бы серьезным подспорьем в исследованиях, подобных данному. При этом нередко усилия государства и частные инвестиции устремляются именно на этот объект. Не всегда это происходит в ущерб уже утвердившимся в данной стране “местам-звездам”, но, несомненно, внешнее признание вынуждает повысить и внимание внутреннее: увеличивается внутренний туризм, появляется упоминание в школьных учебниках и т.п. Это может послужить и дополнительной подсказкой странам, обладающим ОВН, что стоит рассмотреть в качестве элемента дизайна денег.

Целью данного исследования является рассмотрение роли ОВН в конструировании образов государств – в частности, с помощью их изображения на банкнотах. Анализ фигурирующих на купюрах ОВН государств сможет пролить дополнительный свет на отношение стран к этому феномену.

Объекты всемирного наследия. Феномен ОВН вызывает большой интерес у исследователей самых разных специальностей: от экономистов и антропологов до историков и политологов. Мы обратим внимание на те публикации, в которых обсуждаются темы престижности и авторитета статуса ОВН; практической пользы, приносимой приобретением подобного статуса, а также его использования / продвижения.

Престижность статуса ОВН не подвергается исследователями сомнению. Распространена точка зрения, что все объекты, отмеченные таким образом, заслуживают это по праву и действительно являются шедеврами человеческой цивилизации или уникальными творениями природы. Мнения специалистов, однако, расходятся относительно последствий причисления объектов к списку ВН: как сказывается повышенное внимание на местных обитателях, флоре и фауне, что происходит с туристическим потоком, каковы негативные аспекты увеличения посещаемости и многие другие аспекты.

По мнению Шекли (*Shackley* 1998; цит. по: *Li et al.* 2008: 312), часто цитируемому исследователями вопроса, многие ОВН являются крупными центрами притяжения для

культурного туризма и “маяками” национальной идентичности. Посещение объектов наследия знакомит людей с их культурными корнями и помогает им сформировать свою идентичность (*Donert, Light* 1996: 193–215). Ряд исследователей считает, что не только сами объекты, но и их посещение – важный элемент политической пропаганды, подогревающей национальные амбиции (*Cohen-Hattab* 2004: 61–85), конструирующей позитивный имидж нации (*Richter* 1980: 237–257) и формирующей национальную идентичность (*O’Connor* 1993: 68–85; *Pretes* 2003: 125–142).

Номинация на статус является государственным делом – только правительства вправе представлять объекты на рассмотрение в ЮНЕСКО. Как отмечают Фрей и Штейнер (*Frey, Steiner* 2011: 7), подача заявки и последующее поддержание объекта в состоянии, соответствующем стандартам ЮНЕСКО, – задача весьма затратная, что служит одним из барьеров, отпугивающих небогатые страны. Страссер (*Strasser* 2002: 215–266) уже писал о “перекосе”, когда европейские страны оказываются более активными с номинацией своего наследия. Данный дисбаланс, по его мнению, вызван не столько непосредственно большей “одаренностью” Европейского континента объектами, сколько значительными материальными и профессиональными усилиями, необходимыми для успешной номинации, которых у стран “третьего мира” для этого дела часто не находится (*Pocock* 1997: 260–268). Он также указывает на то, что некоторые страны, например Саудовская Аравия, отказываются номинировать такие объекты, как Мекка и Медина, потому что не хотят подгонять их под западные стандарты соответствия.

Показательно и то, что среди ОВН числятся и восстановленные памятники. Разрушенная во Второй мировой войне, а затем отстроенная буквально с нуля, Варшава стала первым таким объектом. Однако затем Комитет Всемирного наследия к таким заявкам охладел. Номинировавшая московский храм Христа Спасителя Россия убедилась в тщетности таких начинаний. Но недостаток собственных явных кандидатов заставляет некоторые страны продолжать пытаться пойти этим путем. В 2009 г. Ямайка неудачно номинировала присутствующий с 1994 г. на ее банкноте номиналом пятьсот долларов Порт-Ройял, разрушенный землетрясением 1692 г. и частично восстановленный в виде туристической достопримечательности. Эта кампания, возможно, подтверждает аргументы тех, кто считает, что объекты, выдвигаемые правительствами на включение в список ВН, достаточно популярны в своих странах и являются узнаваемыми и самоценными символами.

По мнению Оливье Ладзаротти (*Lazarotti* 2000: 12–16), “включение в Список приводит к значительному резонансу в медиа... считается большой честью для страны... ОВН широко используются в рекламных кампаниях для продвижения туризма. Большое число туристов увеличивает доход соответствующего объекта или города. Существует положительная связь между количеством ОВН и числом туристов, посещающих страну”.

Анализируя конкретные примеры, Барт ван дер Аа (*van der Aa* 2005), основываясь на измерениях, подтверждает положительное воздействие на туризм: хотя не наблюдается значительного роста числа посетителей в местах, которые и до этого были туристическими мекками, но существует значительный рост в случаях менее известных объектов. Например, число посетителей руин римских сооружений в испанском Тарраконе (внесены в 2000 г.) увеличилось более чем в три раза (с 300 тыс. в конце 1990-х гг. до одного миллиона – в 2003 г.). Другими примерами служат монастыри на острове Рейхенау и памятники неолита на Оркнейских островах в Шотландии, которые тоже стали значительно популярнее.

Также по оценке некоторых исследователей (*Yang et al.* 2010: 836), влияние на число туристов оказывается большим для объектов культурного наследия по сравнению с природными, что может служить объяснением, почему они предпочтительны для политических акторов. Предпочтение это выражается в том, что номинируются

культурные объекты заметно чаще, чем природные. Образ мыслей государства по этому поводу, по их мнению, объясняется тем, что "...[к]ультурные ОВН... исторические достопримечательности, культурные традиции и красочные народные обряды уникальны и сложны для повторения для других стран".

Однако в последнее время многие стали ставить под сомнение некоторые из считавшихся прежде бесспорными мнений. Я. Пориа и его соавторы (*Poria et al.* 2011: 490), основываясь на собственных исследованиях и работах других экспертов, установили, что сам по себе титул ОВН не является притягательным для туристов. Они же ссылаются (*Ibid.*: 485) на то, что М. Холл и Р. Пиггин (*Hall, Piggin* 2001) обнаружили, что на двух третях изученных ими объектов отмечалось увеличение посещаемости, однако этот уровень коррелировал с общим уровнем роста туризма в страну. В свою очередь, Ли, Ву и Кай предположили (*Li et al.* 2008: 315), что к увеличению потока туристов приводит рост затрат на рекламу и продвижение вновь обретенного статуса, а не внесение объекта в список *per se*.

Политическую подоплеку номинаций отрицает Г. Клир (*Cleere* 2000: 101). Но Т. Рико и С. Лабади в своих работах не соглашаются с ним. Первый автор приходит к выводу, что "страны вынуждают представлять свое наследие в манере, в которой конфликт, связанный с объектом, отсутствует или вписан в согласованный набор политических проблем" (*Rico* 2008: 349). Второй отмечает "тщательно сконструированные образы прошлого, нации и культурного разнообразия" (*Labadi* 2007: 166), которые оказываются удивительно похожими у объектов, принадлежащих разным странам мира.

Такие разногласия, без сомнения, повлекут за собой дальнейшие наблюдения, позволяющие полнее подсчитать последствия от получения заветного титула. Для данного же исследования важен тот факт, что вклад ОВН в создание образа страны или местности признается большинством исследователей, а их потенциал для роста интереса туристов и мировой общественности к обладающим ими государствам достаточно серьезен, чтобы вызывать дискуссии и дополнительные инвестиции в странах-обладательницах.

Банкноты. Существуют многочисленные публикации, посвященные вопросу использования бумажных денег как изобразительного материала в просветительских и пропагандистских целях. Здесь можно отметить работу М. Пойнтон по анализу изображений людей (портретов) на купюрах (*Pointon* 1998).

Тим Анвин и Вирджиния Хьюитт пишут: "...для иностранных посетителей они [банкноты] часто являются самой первой возможностью увидеть и почувствовать часть лица (идентичности) страны" (*Unwin, Hewitt* 2001: 1009). Они также отмечают, что "бумажные деньги являются, таким образом, не только способом усиления внутренней целостности и идентичности, но и способом представления этой идентичности внешнему миру в очень осязаемой и часто красивой форме". В подобном же ключе высказывается на тему национальной валюты и С. Хокинс, отмечая, что граждане видят в ней эмблему своей страны (*Hawkins* 2010: 228).

Вирджиния Хьюитт пишет, что "[банкноты] предоставляют бесподобную возможность для официально санкционированной пропаганды влиять на восприятие их пользователя" (*Hewitt* 1994: 11). Стэнли Брунн эту функцию денег вообще ставит в один ряд с другими, по его выражению, "визуальными" средствами (почтовые марки, карты, официальные веб-страницы), которые государства используют "для информирования и просвещения собственного населения и жителей других государств о том, где они, кто они и что является выражением их сущности" (*Brunn* 2011: 19).

Многочисленные общие наблюдения и теоретизирование коллег Хокинс иллюстрирует конкретным примером, разбирая иконографию банкнот Туниса. На основании анализа купюр этой североафриканской страны, сочетающих в себе разнообразное наследие (от Карфагена времен Ганнибала до революций XX в.), автор приходит к

следующему заключению: “Банкнота является продуктом этого самого централизованного института – национального правительства. Вместо того, чтобы указывать на различия, банкноты сглаживают разрывы преемственности во времени, пространстве и идеологии, доводя потенциально разнородные компоненты до унифицированного артефакта” (Hawkins 2010: 250).

Ян Пенроуз из Университета Эдинбурга не отрицает роли купюр как инструмента создания образа страны, однако выражает сомнение в том, что именно государству принадлежит контроль над изображениями, появляющимися на банкнотах, над их смысловой нагрузкой (Penrose 2011: 438). В частности, рассматривая историю создания банкнот шотландских фунтов, он рассказывает, что выбор изображений был оставлен на усмотрение профессионалов, т.е. дизайнеров и художников нанятого агентства. Свой тезис он также подтверждает ссылками на историю создания недавних выпусков купюр Дании и Швейцарии.

В нашей стране работы о банкнотах писались по преимуществу с нумизматической (бонистической) точки зрения. Среди работ, более близких к теме данного исследования, хотелось бы отметить статью Владимира Каганского “Главное свидетельство”. Написанная в 2000 г. и дополненная позже в связи с выпуском тысячарублевой купюры, она подробно рассматривает изображения на российских банкнотах и комментирует формируемый ими образ страны: “Россия / Российская Федерация – протяженная, большая страна=государство=империя, преемник Новгородской Руси, Московской Руси и Российской империи. Россия – городская индустриальная лесная морская православная ресурсно-богатая русская страна” (Каганский 2001: 460). Полученная картина автора не радует – страна, по его мнению, оказывается выдуманной и лубочной: “Исследуемый образ нашей страны – действительно проблема, он чрезвычайно неожиданный, необъяснимый и странный. Этот образ – недостойный. Он явно ксенофобен, дискриминирует большинство этносов, культур, конфессий России, даже ее ландшафтных зон...” (Там же: 464). У Каганского создается мнение, что данная заданность образа – направленная: “Немного предметных сюжетов сочетают тривиальность, патриотизм, величие – и гарантируют общественное безразличие” (Там же: 469). Как результат, “...образ неполон, тенденциозен, карикатурен. Образ страны не изображает страну... Россия с просторами, морями, богатствами – но без помех, то есть без истории, географии, народов, населения” (Там же: 464–470).

Добавление новых номиналов (одной и пяти тысяч) существенно не изменило картины. Да, косвенно появилась река Волга, отсутствие которой вызывало у автора недоумение, но все равно стоящий на ней “Ярославль продолжает и усиливает звучание образа России как северной лесной городской страны, великой древней русской державы-империи... В целом же образ остался прежним; русская страна без инородцев и иноверцев, без своей южной относительно густонаселенной половины” (Там же: 473–475). Здесь следует добавить, что при создании такого несколько гротескного образа были использованы объекты наследия ЮНЕСКО, однако не все, а именно те, что работали на конструируемый миф. Самому древнему городу страны Дербенту и Казанскому Кремлю на банкнотах места не нашлось, что подтверждает точку зрения автора.

В этой связи изучение точки пересечения таких значимых артефактов современной цивилизации, как деньги и ОВН, является достаточно перспективным углом рассмотрения более общей проблемы идентификации государства или общества, вне зависимости от того, кто на самом деле решает, что же должно украшать эти небольшие кусочки бумаги или пластика.

Объекты всемирного наследия на банкнотах. Целью исследования было определение роли изображений ОВН в конструировании образов государств. Далее мы обратим внимание на то, как представлены ОВН в иконографии национальных валют и рассмотрим предположения, объясняющие их появление на банкнотах.

Количество купюр, находящихся в обороте каждого конкретного государства может составлять от четырех (Южная Корея) до дюжины и более, особенно в случаях, когда банкноты предыдущей эмиссии еще не вышли из оборота. В данной работе рассматривались только находящиеся в обороте купюры. Один и тот же объект Списка мог быть представлен сразу на обеих сторонах дензнака и даже на купюрах сразу нескольких номиналов. Во всех подобных случаях он учитывался лишь один раз. Случаи многократного тиражирования одного и того же объекта, тем не менее, специально отмечались. О некоторых здесь будет упомянуто.

По данным веб-сайта Центра мирового наследия ЮНЕСКО² 165 стран имеют объекты, которые либо уже включены в Список ВН, либо являются кандидатами на включение (Tentative List) – 973 и 1493, соответственно³. 43 государства не имеют уникальной национальной валюты и либо используют чужую (например, доллары США или Австралии), либо, будучи членами единых экономических пространств, имеют общие деньги (евро в ЕС, франк КФА Африканского финансового сообщества или восточно-карибский доллар). В подсчете ОВН на национальных валютах они не учитывались.

Всего на эти страны без собственной валюты приходится 30% существующих объектов Всемирного наследия и 23% кандидатов (294 и 349, соответственно). Это очень серьезная потеря, так как среди “обезличенных” оказались, к примеру, четыре из первых пяти стран с наибольшим количеством ОВН: Италия (47), Испания (43), Франция (37) и Германия (36). В подавляющем большинстве случаев эти объекты узнаваемы во всем мире, множество прежде украшало собой песеты, лиры, франки и марки.

51 из оставшихся 122 государств не стала использовать изображения объектов ЮНЕСКО на находящихся ладьях на данный момент в обращении банкнотах, то есть 42% стран не посчитали их достаточно репрезентативными или важными национальными символами для размещения на своих деньгах. Это исключило 221 и 351 действующих элементов Списка и кандидатов в него (33% и 31%). Среди этих стран – Южная Корея, Австралия, Бразилия, Турция, Польша, Канада и ЮАР, имеющие значительное количество объектов и кандидатов.

Все это сузило поле дальнейшего исследования до 71 (58%) государства, 458 объектов-членов и 793 кандидатов (43%, 47% и 53% от исходных цифр, соответственно). Эти 71 страны изобразили 97 ОВН и 36 кандидатов на своих дензнаках (21% и 5%). Эта заметная разница подчеркивает то внимание и почтение, с каким относятся к действительным ОВН, учитывая, что число объектов-кандидатов почти вдвое больше.

Безусловным лидером стала Мексика: пять объектов (по одному на купюру) (рис. 1). Ситуация в Великобритании интересна. Являющаяся ее частью Шотландия, печатающая свои фунты стерлингов автономно, использовала все (!) пять своих объектов ЮНЕСКО: на всех банкнотах, напечатанных банком Clydesdale, и на одной Королевского банка Шотландии (RBS). Первый даже подчеркнул статус изображенных памятников надписями “Объект Всемирного Наследия ЮНЕСКО” и годом присвоения статуса (рис. 2). Находящиеся собственно в Англии лондонский Тауэр, Стоунхедж и многие другие ОВН собой печатающиеся в Лондоне фунты стерлингов не украсили.

К лидерам также стоит отнести Сирию (ее деньги украшают четыре ОВН и один кандидат), Китай (три + два кандидата), Филиппины (3+2), Хорватию (2+3). Среди других стран, у которых встречаются ОВН и кандидаты, отмечу Беларусь – четыре (2+2), Россию, Перу, Вьетнам и Египет, у которых по три ОВН, а также Марокко – три (2+1) и Венгрию три (1+2). 21 страна использовала по два объекта и/или кандидата, а 37 государств ограничились одним.

Необходимо отметить, что многие страны отдают должное узнаваемым во всем мире объектам, расположенным на их территориях: Тунис – Карфагену; Танзания – Занзибару, Килиманджаро; Камбоджа – Ангкору; Пакистан – Мохенджо Даро; Узбекистан – Самарканду; Гондурас – руинам майя в Копане; Венесуэла – водопаду Анхель; Армения – Эчмиадзину; Азербайджан – Старому Баку. О многих других объектах



Рис. 1. Центр древней индейской культуры Монте-Альбан на 20 песо Мексики – государства, наиболее активного в изображении ОВН на своих денежных знаках (купюра изготовлена из пластика). 200 конвертируемых марок Боснии и Герцеговины. Старый Дубровник на 50 хорватских кунах. Отреставрированный Порт-Ройял на 500 ямайских долларах

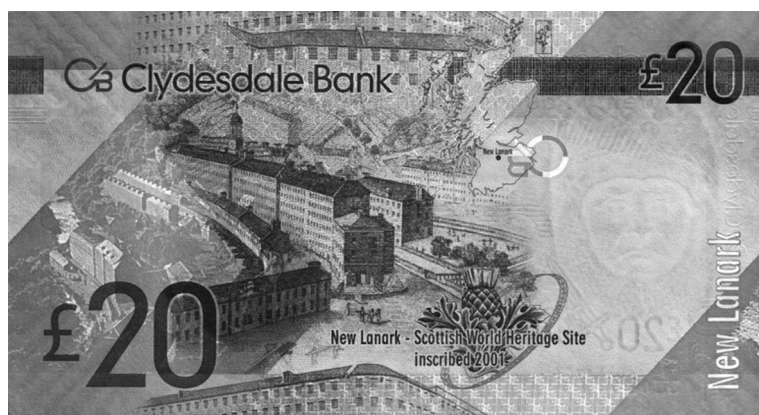


Рис. 2. 20 фунтов стерлингов, отпечатанные банком Clydesdale со ссылкой на статус ОВН и годом его присуждения. Объект номинирован Великобританией, но на банкноте указано его шотландское происхождение

стороннему наблюдателю известно меньше. Лишь после сверки со списком ЮНЕСКО стало возможным их идентифицировать. В этой связи представляется перспективным исследование узнаваемости местным населением изображенных на деньгах ОВН. Это может помочь с определением мотивов помещения ОВН на национальную валюту и степени авторитетности этого статуса⁴.

Косвенное подтверждение особого веса, придаваемого некоторым историко-культурным объектам, включенным в Список всемирного наследия, можно обнаружить на банкноте в двести марок из Боснии. В двух частях страны (Боснийская Федерация и Республика Сербская) используются разные банкноты, сделанные в одном стиле, но с разным дизайном. Исключением является самый высокий номинал в двести марок. Эта купюра одинакова в обеих частях страны, а изображен на ней именно Вишеградский мост, недавно восстановленный и служащий удачным символом примирения и налаживания отношений. Стоит отметить, по факту он обе страны не соединяет, а расположен целиком на территории Республики Сербской.

Часто статус ОВН дается не отдельному зданию, а целому городу, как правило, исторической его части. Это становится удобной возможностью продемонстрировать объем имеющегося историко-культурного наследия, чем воспользовались, в частности, Азербайджан, Грузия и Хорватия, поместив изображения, отсылающие к городу как таковому. Некоторые другие страны использовали не собирательный образ, а различные примечательные объекты города, как в случае российского Санкт-Петербурга.

Исторический центр Каира был использован сразу на девяти купюрах – девять красивых старинных мечетей этого города можно видеть на лицевой стороне купюр египетских фунтов. На обороте с ними соседствуют великие памятники эпохи фараонов, что дает сочетание двух великих цивилизаций региона и намекает на преемственность. Стратегия исторической преемственности отражена и в “денежной” политике Туниса. Однако далеко не все страны используют такую стратегию: хотя Пакистан, Ирак и Сирия обнаруживают терпимость к своей доисламской истории (причем последняя делает прекрасную ретроспективу своего языческого и христианского прошлого), то Иран сегодняшний, в отличие от Ирана шахского, со своими сасанидскими и более ранними корнями ассоциацию выстраивать не пытается. В данном случае есть смысл полагать, что денежная инфографика является зеркальным отражением более общей политики и установок властей.



Рис. 3. 20 филиппинских песо с изображением рисовых террас в Банауэ и пометкой UNESCO World Heritage

Некоторые государства, щедро одаренные ОВН, тем не менее максимально используют имеющиеся активы. Доминиканская Республика, как и Египет, растиражировала образ колониального города Санто-Доминго на банкнотах сразу трех номиналов, а Камбоджа два своих единственных ОВН – комплексы Ангкор и Прэахвиеа – в разных вариациях применила на пяти банкнотах. Хотя подобная настойчивость мною и отмечалась, в подсчет, как я и упоминал выше, каждый размноженный объект попадал лишь раз. Малайзия поместила сразу два природных ОВН на одну банкноту, и даже на одну ее сторону. Банкнота эта, правда, самого высокого номинала – сто ринггит – и вышла в обращение лишь в июле 2012 г., то есть является самой престижной и отражающей самые современные в стране представления о том, как должна выглядеть национальная валюта.

Дизайн банкнот регулярно обновляется, что в последнее время связано в основном со сменой правящих режимов стран. Многие ОВН, прежде фигурировавшие на банкнотах, исчезают: такова, например, судьба Баальбека, Тира, Сидона и замков крестоносцев со старых ливанских фунтов. Наряду с массовым исчезновением определенных сюжетов могут происходить и не менее впечатляющие их возвращения (см. ниже о Перу). Инфляция и замена металлическими монетами – другая причина их исчезновения. Так, болгарская купюра самого малого номинала в один лев, единственная на тот момент изображавшая ОВН – Рильский монастырь – стала в 2002 г. монетой. Та же участь постигла и российские пять рублей с историческими памятниками Великого Новгорода.

В девяти странах используются двенадцать изображений природных ОВН. Филиппины, на чьих песо доминирует флора и фауна, поместили сразу два природных ОВН и, апеллируя к иностранной аудитории, указали их статус на английском языке (рис. 3).

Далеко не все страны, где есть лишь один ОВН, поместили его на деньги: из 23 государств почти две трети (15) этого делать не стали. Картина резко меняется с увеличением числа ОВН на страну до двух. Среди 20 стран-обладателей всего двух ОВН две трети (13) используют уже хотя бы один объект. Казалось бы, данная тенденция должна продолжаться: страны с большим количеством ОВН должны чаще изображать их на банкнотах. Однако это не так: среди 18 государств, имеющих десять и более ОВН, используют их лишь одиннадцать, т. е. те же две трети. Конкурентами ОВН выступают портреты политических лидеров, известных деятелей науки и культуры, аллегории, представители местной флоры и фауны и т.д. В этом контексте факт, что почти половина (71) государств выбрала находящиеся на их территории объекты ЮНЕСКО (или кандидатов на этот статус) в качестве элементов оформления банкнот, уже не может казаться случайным. Напрашивающийся вопрос о том, почему одни

ОВН попали на банкноты, а другие – нет, и точно ли выбор изображения определялся статусом ЮНЕСКО (например, появление объекта на купюре *вслед* за присвоением статуса), частично будет прояснен в следующем разделе.

Представленные выше сведения можно интерпретировать как с точки зрения привлекательности страны для международного туризма, так и с позиций конструирования идентичности. Изображения на купюрах в обоих случаях могут выступать в качестве одного из элементов продвижения идеи, послания.

Изображения ОВН и конструирование идентичности. Статус ОВН дается объектам, уже активно используемым в качестве инструмента формирования идентичности страны (народа) и являющимся узнаваемыми символами. Соответственно, их присутствие на банкнотах никого не удивляет. Вопрос может вызывать только почему те или иные объекты были или не были использованы.

Интересно было бы выяснить, существует ли заметная разница в использовании ОВН в конструировании идентичности (в символическом поле банкнот) между т.н. “демократическими” странами и авторитарными режимами. Можно предполагать, что большей активности в деле формирования и программирования идентичности граждан следует ожидать в наименее свободных (по западным стандартам) странах, где объявляется высшей ценностью государство (режим), а не человек (гражданин). Предлагаю взглянуть на банкноты современных авторитарных режимов, чтобы посмотреть, насколько часто ОВН изображена на их валюте, что позволит с большой долей уверенности утверждать о том, что они являются инструментами формирования желательности идентичности.

Ввиду того, что ООН раздела по уровню демократии среди своих членов не проводит, для целей исследования решено было использовать Индекс демократии – классификацию 167 стран мира, составляемую подразделением журнала “Economist” и определяющую уровень развития в них демократии. При составлении классификации учитывались 60 показателей, сгруппированных по пяти категориям: выборы и плюрализм, гражданские свободы, деятельность правительства, политическая ангажированность населения и политическая культура. В последней версии рейтинга, опубликованной в 2011 г.⁵, по этим показателям выделены 52 авторитарных государства. Ввиду того, что рейтинг учитывает последствия “Арабской весны” и некоторых других политических изменений, в нем произошли небольшие изменения. В частности, четыре страны – Тунис, Мавритания, Египет и Нигер – были перемещены из разряда “авторитарных режимов” в “переходный режим”. Однако поскольку эти изменения произошли недавно, то банкноты, находящиеся в обращении этих стран, не изменились и, по сути, отражают политику предыдущих режимов, в силу чего их я тоже включил в число рассматриваемых ниже. Сказав это, все равно отмечу определенную условность и ограниченную валидность “Economist” как арбитра уровня демократии, однако все же прибегну к нему⁶.

Из 56 стран с авторитарными режимами восемь не имеют собственной валюты, что сокращает список до 48. За вычетом государств, не имеющих ОВН ЮНЕСКО и/или кандидатов, получается выборка – 36. В ней в своих дензнаках ОВН используют 22 страны (61%) с “авторитарным режимом”.

Стран “полноценной демократии” по тому же рейтингу насчитывается 25 (все с ОВН и/или кандидатами). Однако девять из них используют евро; из остальных 16 ОВН используют на банкнотах лишь восемь стран (50%).

Данная разница в 11% и диспропорциональные величины выборки “авторитарных” и “демократических” стран не могут служить безусловным указанием в пользу высказанного в начале раздела предположения. Сравнительно недалекий временной горизонт нововведения (присуждения статуса ОВН) и относительно редкая смена комплектов банкнот в странах также осложняют отслеживание причинно-следственной связи. Нет особого смысла работать с столь малой выборкой как восемь государств, но



Рис. 4. 20 суданских фунтов. Пирамиды Меропэ задействованы эклектичной пропагандой

можно попробовать сделать предварительную оценку реакций на присвоение статуса в “авторитарных” странах, благо, как мы помним, их больше на порядок (22). Здесь целых 7 из 22 “авторитарных” государств, использующих ОВН, поместили на новых сериях банкнот именно недавно принятые ОВН (например, Беларусь, КНР и Вьетнам). В этом свете предположение о том, что ОВН действительно рассматриваются в качестве сильного инструмента конструирования идентичности начинает приобретать большую достоверность. Тем не менее для проверки этого предположения необходимо дополнительное изучение денежной символики. Также необходимо добавить, что ярко выраженного разделения по типу или “стилистике” изображаемых ОВН не выявлено, т.е. сказать, что “авторитарные” страны злоупотребляют, допустим, военно-историческими монументами, а “демократические”, наоборот, продвигают объекты социальной направленности (скажем, мосты), невозможно.

Изображения ОВН и туризм. Привлекательность страны для международного туризма позволяют оценить данные Всемирной организации по туризму ООН (UN World Tourism Organization), членами которой по состоянию на ноябрь 2011 г. являлись 155 государств. В своих ежегодных отчетах, посвященных состоянию мирового туризма, эта организация составляет рейтинг наиболее посещаемых туристами стран.

Из последнего рейтинга за 2011 г. следует, что страны, наиболее посещаемые иностранцами⁷, активно используют объекты Всемирного наследия ЮНЕСКО на своих денежных знаках: во всех пяти макрорегионах, выделяемых этой организацией, две из трех самых посещаемых стран, а то и все три используют ОВН⁸. Можно сделать вывод, что их выбор осознанный и является частью общей стратегии придания стране большей туристической привлекательности.

В Тунисе до событий “Арабской весны” туристический сектор представлял 6,5% ВВП страны и давал работу 340 тыс. человек, из которых 85 тыс. обладали непосредственными рабочими местами (11,5% трудоспособного населения) с высокой долей сезонного трудоустройства. В Марокко туризм оставался вторым источником поступления твердой валюты после фосфатов, и стратегия правительства страны, принятая в 1999 г. с воцарением нового монарха Мухаммеда VI, предусматривала, что к 2010 г. страну будут посещать до 10 млн человек, а доля туризма вырастет до 20% ВВП. Сейчас 33% (1,5 млрд долларов США) прямых иностранных инвестиций в эту страну приходится на туризм. В Перу туризм является третьей по величине отраслью экономики страны после рыболовства и горнодобывающей промышленности. Туризм в эту страну растет быстрее, чем в любое другое государство Южной Америки. Именно в свете сказанного стоит интерпретировать ситуацию с недавним ребрендингом банкнот Перу в 2011 г., когда все пять их номиналов получили изображения памятников доколумбовой архитектуры, то есть того, чем страна знаменита на весь мир (рис. 5).



Рис. 5. Мачу-Пикчу на 10 новых солях Перу серии 2011 г.

Однако есть основания полагать, что, хотя туризм и является серьезным источником пополнения бюджета для многих стран, банкноты, если только они не принадлежат к широко используемым валютам – на данный момент это евро и доллар США, не служат эффективным средством продвижения образа страны за рубежом. Из этого следует, что вне зависимости от того, увеличивают ли ОВН объемы туризма или нет, помещение их изображений на банкноты в качестве маркетингового хода, ориентированного на зарубежье, малоэффективно. Куда действеннее, но до определенного предела, тут могут работать почтовые марки. Следовательно, помещение ОВН на банкноты стоит рассматривать в контексте формирования образа страны и его сообщения гражданам этой страны.

Заключение. Мы рассмотрели роль изображений объектов культурного, исторического и природного наследия, удостоенных статуса ОВН, в конструировании образа государств. В статье были также рассмотрены возможные причины, побуждающие государства к активному использованию ОВН – применение их как инструмента конструирования идентичности или как маркетингового инструмента, увеличивающего привлекательность страны. Исследование показало, что значительное число стран – 58% (71 из 122, имеющих нацвалюту и ОВН или кандидатов) считают объекты, которые являются ОВН, достаточно важными и представительными для размещения на банкнотах. Есть основания думать, что эти государства полагают, что авторитет ЮНЕСКО повышает значимость объекта и осведомленность о нем, что оправдывает вложения в его популяризацию. Были приведены примеры расчета на статус и авторитет списка Всемирного наследия – случаи Филиппин и Шотландии. Установленный факт, что изображения объектов ВН встречаются значительно чаще, чем кандидатов (21% против 5%) косвенно подтверждает особую ценность первых.

Попытка рассмотрения ОВН как “инструмента конструирования идентичности” и как “магнита для туристов” показала, что эти объекты активно используются в обоих подходах, в том числе и в посланиях, транслируемых национальными дензнаками. В случае Филиппин это указание на уникальность природного объекта для иностранцев (т.е. туристов), а в случае Шотландии – подчеркивание культурной особенности и собственного наследия, важных для конструирования национальной идентичности и претензий на независимость. Сомнения в уместности использования ОВН как идентификационного маркера, по крайней мере, не разделяются как теми, кто на своих деньгах пишет на чужом английском языке “UNESCO World Heritage”, так и теми, кто тиражирует один-два из имеющихся ОВН на большое количество купюр.

КНР поместила тибетский Дворец Потала на свою новую серию банкнот, появившуюся уже *после* присвоения этому объекту статуса ОВН. Это вполне соответствует выводам уже цитировавшегося Янга и его соавторов (Yang et al. 2010: 833), установив-

ших, что ОВН являются основной движущей силой, привлекающей интуристов. Так же следует отметить, что вся новая серия обладает абсолютно новым политическим посылом: на ней отдается дань этническому и культурному разнообразию страны (парные портреты представителей “официально признанных народностей КНР”, памятники и ландшафты из различных географических районов). Таким образом, новая символика юаней отражает смещение фокуса в конструируемой идентичности граждан КНР. Очевидно, что Дворец Потала оказался удобным инструментом для решения сразу двух семантических задач – стать магнитом для туристов и помочь в формировании национального самосознания.

И все же определение того, насколько статус ОВН побуждает государства выдвигать эти объекты на авансцену, остается пока сложным вопросом. Лонгитюдное исследование, которое проследит, появляются ли вновь причисленные к множеству ОВН объекты на дензнаках своих стран, поможет более точно ответить на этот вопрос. Тот факт, что 51 государство (42%) не посчитало нужным использовать в своей денежной символике имеющиеся у них ОВН, говорит о том, что единодушия относительно их эффективности, значимости и полезности пока не существует. В этом страны похожи на исследователей, чьи противоречивые оценки приведены в начале статьи. До тех пор, пока не появятся более точные и несомненные подтверждения всех тех выгод, которые некоторые пока больше принимают на веру, ОВН будут продолжать борьбу за место под солнцем с альтернативными мотивами в оформлении банкнот. Разумеется, есть угроза, что мы можем не дожидаться появления таких подтверждений – глобализация и электронные средства платежей могут превратить эти артефакты материальной культуры в такую же историю, как и многие из объектов всемирного наследия, изображенные на них.

В завершение необходимо коснуться ситуации с монетами. Хотя введение панъевропейской валюты евро лишило страны – члены ЕС возможности продемонстрировать свою идентичность на банкнотах, но такая возможность сохранилась на поверхности монет (евроцентов). Очевидно, что в связи с ограниченностью места ценность размещения на монете выше, чем на купюре. Отсюда можно сделать предположение, что критерии отбора должны быть более строгими.

Тем не менее ОВН смогли преодолеть этот высокий барьер, что служит дополнительным подтверждением того, что эти объекты рассматриваются в качестве полноценных символов страны. В частности, Италия выпустила монеты с видами римского Колизея и апулийской крепости Каstellъ дель Монте, а Мальта увековечила мегалитический храмовый комплекс Мнайдра. Германия использует некоторые ОВН, например Кельнский собор, в рамках ее программы “16 федеральных земель Германии”. Эта серия монет будет продолжаться до 2021 г., в котором Бранденбург будет представлен потсдамским дворцом Сансуси. Испания, одна из наиболее привлекательных стран для иностранных туристов, пошла еще дальше. В 2010 г. она запустила серию памятных монет, посвященных своим ОВН. Ежегодно до 2050 г. запланировано выпускать монету номиналом два евро, посвященную каждому (!) ОВН страны. Порядок их выпуска соответствует хронологическому порядку присвоения им статуса. Этот случай является наглядным подтверждением уникальности рассматриваемых ОВН и их способности выступать полноценными и представительными образами страны.

Примечания

¹ Культурные критерии: (i) Объект представляет собой шедевр человеческого созидательного гения; (ii) Объект свидетельствует о значительном взаимовлиянии человеческих ценностей в данный период времени или в определенном культурном пространстве, в архитектуре или в технологиях, в монументальном искусстве, в планировке городов или создании ландшафтов; (iii) Объект является уникальным или по крайней мере исключительным для культурной традиции или цивилизации, которая существует до сих пор или уже исчезла; (iv) Объект

является выдающимся примером конструкции, архитектурного или технологического ансамбля или ландшафта, которые иллюстрируют значимый период человеческой истории; (v) Объект является выдающимся примером человеческого традиционного сооружения, с традиционным использованием земли или моря, являясь образцом культуры (или культур) или человеческого взаимодействия с окружающей средой, особенно если она становится уязвимой из-за сильного влияния необратимых изменений; (vi) Объект напрямую или вещественно связан с событиями или существующими традициями, с идеями, верованиями, с художественными или литературными произведениями и имеет исключительную мировую важность. (По мнению комитета ЮНЕСКО этот критерий предпочтительно использовать вместе с каким-либо ещё критерием или критериями.)

² <http://whc.unesco.org/en/list>

³ В силу того, что я рассматривал каждую страну по отдельности, то каждый ОВН, делимый несколькими государствами, будучи уникальным для каждой конкретной страны, в общей статистике оказался умноженным на число стран, им обладающим. Отсюда разница между 936 ОВН по версии ЮНЕСКО и моей выборкой из 973.

⁴ Анвин и Хьюитт упоминают о проблеме точной идентификации изображений на бумажных деньгах (*Unwin, Hewitt* 2001: 1011). В качестве примера они приводят дуб с эстонской купюры номиналом в 10 крон, который оказывается не просто собирательным образом природы, леса, а весьма конкретным и полным символизма Дубом Тамме-Лаури – самым крупным в стране деревом, охраняемым государством с 1939 г. Для решения этой проблемы я использовал одновременно несколько способов идентификации изображений. Это прежде всего информация на официальных веб-страницах организаций-эмитентов банкнот, чаще всего центральных банков. В случаях, когда представленные там описания отсутствовали или оказывались неполными, информация черпалась в самом авторитетном справочнике по бонистике последнего издания (*Cuhaj* 2011). В трудных случаях использовался Интернет для изучения некоторых купюр на сайтах коллекционеров. Также необходимо оговориться, что несколько государств используют свои богатые флору и фауну в качестве элементов оформления купюр. Некоторые из них имеют природные объекты со статусом ОВН – ЮАР, Танзания, Уганда и др. – однако понять, какой конкретно национальный парк или заповедник (если это вообще не аллегория) изображен лишь по отдельным представителям животного или растительного мира, невозможно.

⁵ www.eiu.com/public/topical_report.aspx?campaignid=DemocracyIndex2011

⁶ Оставляю за читателями статьи право не согласиться с проводимым журналом делением и рад буду услышать о конструктивных альтернативах данному рейтингу.

⁷ www.unwto.org/facts/menu.html

⁸ В Европе это справедливо за вычетом первых трех стран, использующих евро. А нынешний лидер региона Ближний Восток подавляющим большинством своих туристов обязан паломничеству мусульман мира в Мекку и Медину, о ситуации с которыми упоминалось выше.

Литература

- Каганский 2001 – Каганский В.Л. Культурный ландшафт и советское обитаемое пространство. М.: Новое литературное обозрение, 2001.
- Brunn 2011 – Brunn S.D. Stamps as messengers of political transition // *The Geographical Review*. 2011. 101(1). P. 19–36.
- Cleere 2000 – Cleere H. The World Heritage Convention in the Third World // *Cultural Resource Management in Contemporary Society: Perspectives on Managing and Presenting the Past* / Eds. F. McManamon, A. Hatton. London: Routledge, 2000. P. 99–106.
- Cohen-Hattab 2004 – Cohen-Hattab K. Zionism, tourism, and the battle for Palestine: Tourism as a political-propaganda tool // *Israel Studies*. 2004. 9(1). P. 61–85.
- Cuhaj 2011 – Cuhaj G. Standard Catalog of World Paper Money: Modern Issues 1961 – Present. Iola: Krause Publications, 2011.
- Donert, Light 1996 – Donert K., Light D. Capitalizing on location and heritage: Tourism and economic reorganization. In *Argentiere La Basse, High French Alps* // In *Practicing responsible tourism* / Eds. L. Harrison, W. Husbands. Brisbane: Wiley, 1996. P. 193–215.
- Frey, Steiner 2011 – Frey B., Steiner L. World Heritage List: does it make sense? // *International Journal of Cultural Policy*. 2011. P. 1–19. Vol. 17. № 5. P. 555–573.

- Hall, Piggin* 2001 – *Hall M.C., Piggin R.* Tourism and World Heritage in OECD Countries // *Tourism Recreation Research*. 2001. № 26 (1). P. 103–105.
- Hawkins* 2010 – *Hawkins, S.* National Symbols and National Identity: Currency and Constructing Cosmopolitans in Tunisia // *Identities*. 2010. 17:2. P. 228–254.
- Hewitt* 1994 – *Hewitt V.H.* Beauty and the banknote. London: British Museum Press, 1994.
- Labadi* 2007 – *Labadi S.* Representations of the nation and cultural diversity in discourses on World Heritage // *Journal of Social Archaeology*. 2007. № 7. P. 147–170.
- Lazarotti* 2000 – *Lazarotti O.* Patrimoine et tourisme: Un couple de la mondialisation [Patrimony and tourism a couple in globalization] // *Mappemonde*. 2000. № 15. P. 12–16.
- Li et al.* 2008 – *Li M., Wu B., Cai L.* Tourism Development of World Heritage Sites in China: A Geographic Perspective. // *Tourism Management*. 29. 2008. P. 308–19.
- O'Connor* 1993 – *O'Connor B.* Myths and mirrors: Tourism images and national identity // *Tourism in Ireland: A critical analysis* / Eds. B. O'Connor, M. Cronin. Cork: Cork University Press, 1993. P. 68–85.
- Penrose* 2011 – *Penrose J.* Designing the nation. Banknotes, banal nationalism and alternative conceptions of the state // *Political Geography*. 30. 2011. P. 429–440.
- Pocock* 1997 – *Pocock D.* Some reflections on world heritage // *Area*. 29. 1997. P. 260–268
- Pointon* 1998 – *Pointon M.* Money and nationalism. Imagining nations / Ed. G. Cubitt. Manchester: Manchester University Press, 1997. P. 229–254.
- Poria e.a.* 2011 – *Poria Y., Reichel A., Cohen R.* World Heritage Site – Is It an Effective Brand Name? A Case Study of a Religious Heritage Site // *Journal of Travel Research*. 50. 2011. P. 482. originally published online 24 September 2010.
- Pretes* 2003 – *Pretes M.* Tourism and nationalism // *Annals of Tourism Research*. 30(1). 2003. P. 125–142.
- Richter* 1980 – *Richter L.K.* The political use of tourism: A Philippine Case Study // *The Journal of Development Areas*. 14. 1980. P. 237–257.
- Rico* 2008 – *Rico T.* Negative Heritage: The Place of Conflict in World Heritage // *Conservation and Management of Archaeological Sites*. 2008. Vol. 10(4). P. 344–352.
- Shackley* 1998 – *Shackley M.* Visitor management: Case studies from World Heritage Sites. Oxford: Butterworth-Heinemann, 1998.
- Strasser* 2002 – *Strasser P.* Putting Reform Into Action – thirty years of the World Heritage Convention: how to reform a convention without changing its regulations // *International journal of cultural property*. 11. 2002. P. 215–266.
- Unwin, Hewitt* 2001 – *Unwin T., Hewitt V.* Banknotes and national identity in central and eastern Europe // *Political Geography*. 20. 2001. P. 1005–1028.
- Van der Aa* 2005 – *Van der Aa B.J.M.* Preserving the heritage of humanity? Obtaining world heritage status and the impacts of listing // Amsterdam: Netherlands Organization for Scientific Research. 2005.
- Yang C.-H., Lin H.-L., Han C.-C.* Analysis of international tourist arrivals in China: the role of World Heritage Sites // *Tourism management*. 31. 2010. P. 827–837.

D.A. P e s k o v. UNESCO World Heritage Objects on International Currency Bills

Keywords: UNESCO World Heritage, construction of identity, political propaganda, state symbols, currency bills, image making, self-presentation of the state

The article discusses the patterns of placing UNESCO's World Heritage objects on currency bills of different countries, aimed at making a certain image of the country both for the domestic and outside consumer.