



I. ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОЛИТИКА И ПОЛИТИЧЕСКИЕ ИНСТИТУТЫ: ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ

УДК [338.138:911.3]:004 **Е.С. ЧЕРЕПАНОВА**, к.геогр.н., доцент кафедры картографии и геоинформатики
ФГБОУ ВПО «Пермский государственный национальный исследовательский университет», г. Пермь, ул. Букирева, 15
Электронный адрес: cherepanova_es@rambler.ru

Н.С. КИРЮШКИНА, студент 4 курса кафедры картографии и геоинформатики
ФГБОУ ВПО «Пермский государственный национальный исследовательский университет», г. Пермь, ул. Букирева, 15
Электронный адрес: kirtasha@rambler.ru

О.В. МАРАСАНОВА, студент 3 курса социально-гуманитарного факультета
Пермский филиал ФГАОУ ВПО «Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», г. Пермь, ул. Студенческая, 38
Электронный адрес: helgamarasanova@gmail.com

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ: РЕТРОСПЕКТИВНЫЙ АНАЛИЗ ВСЕМИРНОЙ ПАРИЖСКОЙ ВЫСТАВКИ 1900 ГОДА С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ГЕОИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

115 лет тому назад в Париже был реализован один из самых амбициозных проектов русского правительства. Российская империя, вступая в третий технологический уклад развития экономики, ядром которого явились электро-техническое, тяжелое машиностроение, производство и прокат стали, линии электропередач и неорганическая химия [7, с. 4], была представлена на Всемирной выставке в Париже «как источник глобальных тенденций, оказывающих огромное влияние на мышление и образ жизни людей на всей планете» [1, с. 61]. До сих пор

«Знаки и символы управляют миром, а не слово и закон» – эти слова китайского философа Конфуция в полной мере отражают суть территориального маркетинга. Комплекс маркетинговых и PR-технологий для продвижения образа страны в общественном сознании он начал складываться на первой Всемирной выставке в Лондоне в 1851 году. Вершиной развития этого направления территориального маркетинга стала Всемирная выставка в Париже 1900 года. Для Российской империи она стала самой дорогой и самой результативной государственной акцией по созданию положительного образа нашей страны в начале XX века.

Сегодня изучение этого исторического события возможно с использованием геоинформационных систем (ГИС), которые позволяют визуализировать исторические архивные данные, в числе которых и данные о Всемирной выставке.

Ключевые слова: территориальный маркетинг; геоинформационные системы; Всемирная выставка в Париже 1900 г.; Российская империя

этот маркетинговый ход, общей стоимостью в 5226895 рублей (по курсу рубля 1900 года), является не только самым дорогим, но и самым эффективным в истории нашей страны [7, с. 38].

Всемирная выставка проходила в Париже с 15 апреля по 12 ноября 1900 года. На огромной выставочной площадке в 1,12 км² 60 стран и колоний расположились в 13 отраслевых и 84 национальных павильонах [11]. За время ее работы экспонаты, представленные более чем 84 тысячами участников [9], увидели свыше 47 миллионов человек [5, с. 74]. Такое международное событие можно рассматривать как «фиксирующие в концентрированном виде и национальных формах состояние культурного развития человечества в определенный период времени. Характер экспонатов, представленных на Всемирных выставках, дает возможность сделать заключение о системе ценностей и приоритетов, существовавших в данный момент исторического развития, господствовавших в тех или иных странах» [8, с. 8].

Для того чтобы в полной мере визуализировать такое грандиозное международное событие, необходимо обратиться к аутентичным архивным источникам. В первую очередь к печатной монографии «Exposition universelle internationale de 1900 à Paris: extraits des actes organiques concernant les relations des délégués des nations étrangères avec la direction générale de l'exposition» («Всемирная международная выставка в Париже 1900 года: отрывки из учредительных актов, касающихся отношений представителей иностранных государств с генеральной дирекцией выставки»), находящейся в цифровой (электронной) библиотеке Национальной Библиотеки Франции и ее партнеров [10]. Данный документ содержит Décret du 4 août 1894, portant Règlement Général pour l'Exposition Universelle de 1900 (постановление от 4 августа 1894, утверждающее Главный регламент Всемирной выставки 1900 года), по которому все экспоненты были разделены на 18 групп. Под **группами** в данном исследовании понимаются тематические направления [8, с. 12], которые включали в себя производственный и непроизводственный сектора мировой экономики. В изучаемый период производственный сектор, по крайней мере в пределах Российской империи, разделялся на два вида: добывающий и обрабатывающий [2]. Добывающая промышленность объединяла различные виды земледелия, скотоводство, горнозаводскую промышленность, лесопромышленность, звероловство и рыболовство (перечисление по значению для России). Сектор обрабатывающей промышленности разделялся на фабрично-заводскую (питательные вещества, волокнистые вещества, металлы и животные продукты) и кустарную. Также, в статистической литературе того времени, кроме классификации промышленного сектора экономики определяется непроизводственный сектор – «народное образование и санитарное и медицинское дело и благотворительные учреждения разного рода» [6].

В свою очередь 18 групп экспонентов были разделены на 121 класс, которые описаны в официальных каталогах «Catalogue Général Officiel», изданных генеральной дирекцией Всемирной выставки. Они размещены в цифровой библиотеке Национальной школы искусств и ремесел в Париже [9]. Каждый из двадцати каталогов имеет унифицированное содержание: официальную классификацию групп и классов, общий план выставки и планы размещения

Группы экспонентов, представленных в отраслевых павильонах Всемирной выставки в Париже в 1900 г.

Название группы	Количество классов в группе	Количество экспонентов			
		всего	Франция и колонии	Другие страны и колонии	Российская империя
Образование и преподавание	6	7141	5438	1703	312
Произведения искусства	4	4506	1585	2921	163
Пособия и техника в области литературы, науки, искусства	8	4672	2010	2662	124
Двигатели, механические приспособления, машины и орудия по обработке металлов и дерева	4	1449	650	799	26
Электричество	5	1025	314	612	17
Гражданское инженерное дело, средства перевозки	7	4179	1666	2513	134
Земледелие	8	10821	3057	7764	269
Садоводство и огородничество	6	1312	450	862	75
Лесоводство, охота, рыболовство, сбор не возделываемых продуктов	6	2404	901	1503	101
Питательные вещества	8	13944	8935	5009	347
Горное дело, металлургия	3	4212	760	3452	122
Убранства и предметы мебели зданий и жилищ	10	3956	1368	2588	114
Пряжи, ткани и одежда	11	5302	1837	3465	263
Химическое производство	5	3745	1109	2636	114
Разного рода производство	9	3870	1425	2445	115
Социальная экономия и общественное призрение	12	5391	3049	2342	362
Колонизация	3	899	753	146	1
Сухопутное и морское военное дело	6	726	408	318	85
Итого	121	79554	35814	43740	2744

выставочных павильонов, описание группы, перечень участников по классам данной группы, приложение, которое подробно описывает страны-участницы с фотографиями руководителей государств и выставочных павильонов. Общий объем «Catalogue Général Officiel» составляет 15762 страницы.

Понятие **класса** в данном исследовании – это специализация тематических направлений (групп). Например, группа 11 «Горное дело, металлургия» делилась на класс 63 «Разработка рудников, копий, приисков и каменоломень», класс 64 «Получение металлов и превращение их первообразные продукты производства» и класс 65 «Приготовление металлических изделий» (таблица). В каждом классе могли участвовать экспоненты от фабрично-заводской и кустарной промышленности, государственные, частные, общественные учреждения и организации или частные лица [9].

Данные, приведенные в таблице, показывают, что доминирующее положение на Всемирной выставке занимали экспоненты Франции и ее колоний – 45%. Поэтому количество российских участников (2744) логичнее сравнивать с числом представителей других стран – доля российских экспонентов составляет 6,3%. Для достижения такого результата Высочайшим повелением от 10 ноября 1895 года было определено, что «распоряжения по устройству Русского отдела на означенной выставке, под главным заведованием Министра Финансов, сосредоточить, по бывшим примерам, в Департаменте Торговли и мануфактур, возложив их на особую, под председательством Директора сего Департамента, Действительного Статского Советника Ковалевского, Комиссию из представителей подлежащих ведомств и чинов Министерства Финансов по назначению Министра» [5, с. 5]. Генеральным Комиссаром Русского отдела был назначен выдающийся российский предприниматель князь В.Н. Тенишев.

За пять лет работы комиссии удалось пригласить для участия во Всемирной выставке 2744 экспонента практически из всех губерний Российской империи. Они приняли участие в 113 классах всех 18 групп [9]. При этом российская экспозиция создавала образ современной индустриальной страны: 42,6% представляли экспоненты обрабатывающего сектора, 26,7% – непроизводственного сектора и только 18,1% – добывающего сектора.

Экспозиции Русского отдела Всемирной выставки, помимо отраслевых павильонов, были представлены в Павильоне русских окраин, Village Russe (Русская деревня или Кустарный отдел), Доме трудолюбия, Работном доме, Павильоне казенной продажи питей, Павильоне для коллективной выставки Ведомства Учреждений Императрицы Марии, Павильоне Артиллерийского Ведомства, Павильоне Николаевской Главной Физической Обсерватории, Павильоне Российско-Американской Мануфактуры (резиновое производство) и Павильоне Финляндии [5, с. 44–56].

Если говорить о создании оригинальной сувенирной продукции, то Всемирная выставка стала премьерой не только русской матрешки, созданной троицко-сергиевскими мастерами. «Кустарные изделия в Париже имели большой успех и «русская деревня» постоянно была полна посетителями. Выяснилось, что многие изделия могут находить выгодный сбыт за границу. На выставке же продано было кустарных изделий на 70000 франков, так что отправлено обратно в Россию всего 37 ящиков, из прибывших 380». [5, с. 52].

Не менее серьезно в Русском отделе были представлены различные издания. Посетители Всемирной выставки могли познакомиться с монографией «*La Russia a la fin du XIX Siècle*» («Россия в конце XIX столетия»), подготовленной под председательством В.И. Ковалевского, книгами «Садоводство Крыма», «О лесах России», «*L'Economie Sociale*» (Социальная экономия), брошюрами «*Baraque ambulante démontable*» (Народная трезвость, борьба с пьянством), «*Les bureaux de l'assistance communale*» (дома трудолюбия), «Великая Сибирская железная дорога» (на русском, французском, немецком и английском языках), «Кустарные промыслы», «Казенная Продажа Вина» и др. [5].

По мнению министра промышленности и торговли Франции Александра Мильерана, русская экспозиция явилась «одной из наиболее интересных приманок на парижском празднике труда» [4, с. 45]. По итогам Всемирной выставки российские экспоненты и их сотрудники были удостоены 224 *Grand Prix*, 590 золотыми, 896 серебряными, 661 бронзовой медалями и 339 почетными отзывами [5, с. 69]. В целом награды поделились следующим образом: обрабатывающий сектор – 64,5%, непроемственный сектор – 18,2% и добывающий сектор – 17,3%. Наибольшее число наград экспоненты получили по группе 13 «Пряжа, ткани и одежда» (483) [5, с. 69]. Однако главным итогом этой блестящей маркетинговой акции явились такие темпы экономического развития страны, объемы привлечения иностранных инвестиций, уровень человеческого капитала, что в мире на протяжении всего третьего технологического уклада говорили о «русском чуде», как в наши дни говорят о Китае.

Столь масштабный и результативный российский проект, казалось бы, должен изучаться, его успехи анализироваться и воплощаться в дальнейшие успешные государственные маркетинговые акции. К сожалению, этого не произошло. Информация об участии России во Всемирной выставке 1900 года рассмотрена только в ряде работ. Одной из них является монография В.Н. Шпакова «История всемирных выставок» [8]. Поэтому авторы решили, используя возможности современных информационных ресурсов, начать создавать не только целостный облик этого выдающегося международного события, но и участия в нем Российской империи.

Главным инструментарием реализации данной идеи стали геоинформационные системы (ГИС), которые являются средством ввода, хранения, обработки, анализа и вывода пространственно-координированных данных для получения новой информации и новых знаний. При этом возможность пространственного анализа зовут «сердцем» ГИС. Сейчас без ГИС-технологий немыслима работа не только профессионалов-географов, но и геологов, историков, биологов, управленцев – всех тех, кто, так или иначе, связан с представлением и использованием пространства в своей деятельности.

Геоинформационные технологии не только работают с картографическими и текстовыми материалами, но и позволяют визуализировать их в удобном для восприятия виде. ГИС-технологии позволяют понимать «поведение» пространственно-координированных объектов, а также проводить последовательный пространственный анализ, после того как «просто» данные становятся географическими данными. Кроме того, визуализация и пространственный анализ исторических (архивных) данных позволяет устранять

противоречия между текстовыми и картографическими историческими источниками. Данный проект реализован средствами лицензионного программного обеспечения ArcGIS 10.2 (ESRI). Под проектом мы будем понимать данные, используемые в рамках настоящего исследования.

Как уже отмечалось выше, все экспозиционные павильоны можно разделить на две группы. Первая – национальные павильоны стран-участниц, которые были построены на основе национального архитектурного наследия. Они могли располагаться в одном или нескольких зданиях. В них находились исторические памятники, этнографические экспонаты, предметы быта и народных промыслов, которые раскрывали своеобразие каждой страны-участницы. Национальные павильоны были расположены на площади Трокадеро и набережной Орсе [11].

Вторая группа – 13 специализированных отраслевых павильонов, которые включали в себя так называемые *секции (авт.)*. Секции представляли собой стенды – по аналогии с современными выставками. На первичных картах-источниках удалось распознать и четко идентифицировать 359 секций различных стран-участниц. Отраслевые павильоны в основном располагались на Марсовом поле, площади Инвалидов и авеню Николая II [11].

Для корректной работы с пространственными данными необходима единая система координат для всех данных проекта. Поэтому первоначально все имеющиеся картографические источники были геопривязаны (приведены в единую систему координат WGS_1984_Web_Mercator_Auxiliary_Sphere) к базовым картам ресурса ArcGIS Online. ArcGIS Online представляет собой инфраструктуру, позволяющую осуществлять быстрое создание картографических материалов и обмен ими [3]. Этот портал представляет собой готовую ГИС «в облаке», в которой можно не только хранить данные, но также использовать уже готовые картографические сервисы – базовые и тематические карты. В ArcGIS Online содержится большое количество пространственных данных, часть которых была использована в настоящей работе – базовая подложка для привязки данных OpenStreetMap. Базовая карта OpenStreetMap (OSM) ссылается на действующий кэшированный картографический сервис проекта OSM – открытый проект для создания свободно редактируемых карт в приложении ArcGIS for Desktop (настольное приложение).

Далее все геометрические объекты с карт-источников были оцифрованы и помещены в базу геоданных. Для ввода семантической (описательной, атрибутивной) информации об объектах исследования была разработана структура хранения такого рода данных (пространственные и непространственные таблицы), наряду с хранением геометрической (картографической) информации (рис. 1).

Таким образом, визуализированы все составляющие проекта – слои пространственных объектов; настроены свойства слоев согласно их описательной информации, введенной авторами в таблицы атрибутов слоев проекта (рис. 2).

Необходимо отметить, что формат базы геоданных ArcGIS позволяет не только хранить и визуализировать данные, но и задавать поведение объектов внутри базы геоданных. Под поведением объектов понимается не только удобство хранения данных в целом и их организация и редактирование, но и

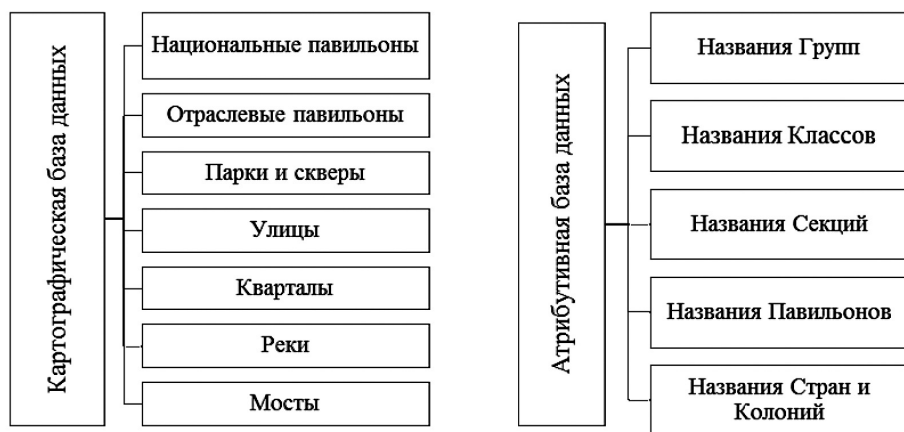


Рис. 1. Структура атрибутивной и картографической базы данных

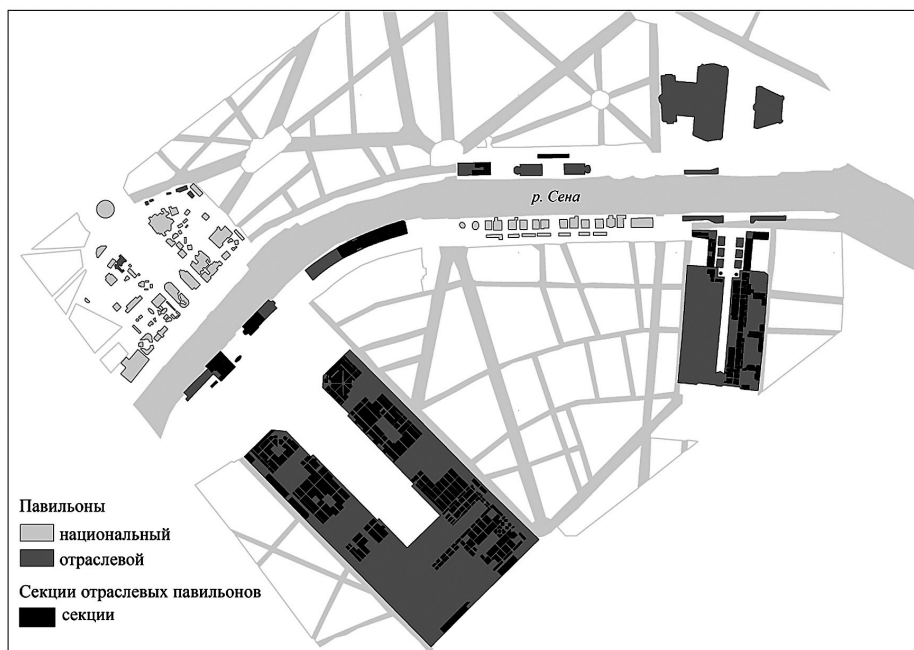


Рис. 2. Схема расположения национальных и отраслевых павильонов (включая секции) на территории Всемирной выставки

конкретная установка так называемых связей между пространственными и непространственными таблицами, позволяющих получать дополнительную информацию (рис. 3).



Рис. 3. Связи между пространственными и непространственными таблицами атрибутивной базы данных

Кроме реализации поведения между классами пространственных объектов базы геоданных были разработаны так называемые вложения. Вложения представляют собой возможности связывания негеографических данных с географической (пространственной) информацией: позволяют хранить детальную информацию об объектах и получать ее одновременно по запросу пользователя. Вложение в данном проекте включает в себя название государства, название страны в 1900 году, современное название страны, географическая часть света, где территориально расположена страна, тип павильона, изображение внешнего вида, описание внешнего и внутреннего облика данного павильона. Все эти характеристики представлены для читателя в формате инфографики и текста (рис. 4).

Условные обозначения



Рис. 4. Информационное описание (вложение) объекта

ГИС предоставляют совершенно новые возможности исторических исследований: междисциплинарные подходы к ретроспективным исследованиям, использующие современные информационные технологии и соответствующие научные наработки отраслей общественных наук, доказали свою плодотворность, новизну и крайнюю необходимость в современной науке. ГИС в истории подчеркивают свою ценность как исследовательский метод, позволяющий оценить пространственные данные и их взаимосвязи, а также как инструмент для визуализации данных и создания цифровых архивов.

Такая модернизация знаковых исторических событий не только значительно расширяет возможности изучения истоков территориального маркетинга, но и возвращает в общественное сознание такие государственные проекты, которыми современные россияне могут, несомненно, гордиться.

Список литературы

1. *Василенко И.А.* Имидж России: концепция национального и территориального брендинга. М.: Экономика, 2012. 222 с.
2. *Линберг А.* География России. Курс IV класса гимназий. М.: Книжный магазин И. Дебнера, 1900. 161 с.
3. *Облачная ГИС: ArcGISOnline для организаций* [Электронный ресурс] // RationalEnterpriseManagement. 03/2013. URL: http://www.remmag.ru/admin/upload_data/remmag/13-1/Esri2.pdf (дата обращения: 24.05.2015).
4. *Россия на Всемирной выставке в Париже 1900 г.* СПб.: А.С. Шустов, 1900. 250 с.
5. *Участие России на Всемирной Парижской выставке 1900 г.: отчет генер. комиссара Рус. отдела / М-во финансов.* СПб.: Тип. Исидора Гольдберга, 1901. 117 с.
6. *Характеристика Пермской губернии от 1895 г. / Фонды Перм. краеведческого музея № 16951-123.*
7. *Чечулин В.Л., Ткаченко Е.Р.* Конечность технологических укладов [Электронный ресурс] // Унив. исслед.: электрон. науч. журн. 2013. URL: <http://www.uresearch.psu.ru> (дата обращения: 24.05.2015).
8. *Шпаков В.Н.* История всемирных выставок. М.: АСТ; Зебра Е, 2008. 384 с.
9. *Exposition internationale universelle de 1900. Catalogue général officiel* [Электронный ресурс]. URL: <http://cnum.cnam.fr/CGI/redire.cgi?12XAE54> (дата обращения: 24.05.2015).
10. *Exposition universelle internationale de 1900 à Paris: extraits des actes organiques concernant les relations des délégués des nations étrangères avec la direction générale de l'exposition* [Электронный ресурс]. URL: <http://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k6102114f/f5.image.r=les%20pavillons%20%20de%20l%27exposition%20de%201900%20a%20Paris.langEN> (дата обращения: 24.05.2015).
11. *Renaud L.* Plan-guide de l'Exposition universelle de 1900 / dressé par M. Léon Renaud... [Электронный ресурс]. URL: <http://gallica.bnf.fr/ark:/12148/>

btv1b84430960/f1.zoom.r=exposition%20universelle%201900%20paris%20guide
(дата обращения: 24.05.2015).

Получено 01.06.2015

References

1. Vasilenko, I. (2012) Image of Russia: Conception of national and territorial branding, Moscow: Ekonomika.
2. Linberg, A. (1900). Geography of Russia. The IVth year of gymnasiums. Moscow: Knizhnyj magazin I. Deibnera.
3. Cloudy GIS: ArcGISOnline for organization, [Online], available at: http://www.remmag.ru/admin/upload_data/remmag/13-1/Esri2.pdf (Accessed 30 April 2015).
4. Russia on The Exposition Universelle of 1900 in Paris (1900). St.-Petersburg: A.S. Shustov.
5. The participation of Russia in The Exposition Universelle of 1900 in Paris: the report of the General commissar of Russian section / Ministry of Finance (1901). St. Petersburg: Tipografiya Isidora Goldberga.
6. Description of Perm Governorate of 1895 (1895). № 16951-123. Permian Museum of local lore, Perm.
7. Chechulin, V. and Tkachenko, E. (2013). Finiteness of economic structure. Universitetskije issledovaniya, [Online], available at: <http://www.uresearch.psu.ru> [Accessed 24 May 2015].
8. Shpakov, V. (2008). The history of world exhibitions. Moscow: AST: Zebra E.
9. Exposition internationale universelle de 1900. Catalogue général officiel, [Online], available at: <http://cnum.cnam.fr/CGI/redire.cgi?12XAE54> [Accessed 25 May 2015].
10. Exposition universelle internationale de 1900 à Paris: extraits des actes organiques concernant les relations des délégués des nations étrangères avec la direction générale de l'exposition, [Online], available at: <http://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k6102114f/f5.image.r=les%20pavillons%20%20de%20l%27exposition%20de%201900%20a%20Paris.langEN> [Accessed 24 May 2015].
11. Renaud L. Plan-guide de l'Exposition universelle de 1900 / dressé par M. Léon Renaud..., [Online], available at: <http://gallica.bnf.fr/ark:/12148/btv1b84430960/f1.zoom.r=exposition%20universelle%201900%20paris%20guide> [Accessed 24 May 2015].

PLACE MARKETING: A RETROAPECTIVE GIS TECHNOLOGY BASED ANALYSIS OF THE PARIS WORLD'S FAIR OF 1900

Ekaterina S. Cherepanova

Perm State University, 15 Bukirev str., Perm, 614990, Russia

E-mail: cherepanova_es@rambler.ru

Natalya S. Kiryushkina

Perm State University, 15 Bukirev str., Perm, 614990, Russia

E-mail: kirtasha@rambler.ru

Olga V. Marasanova

The Higher School of Economics Perm, 38 Studencheskaya str., Perm, 614070, Russia

E-mail: helgamarasanova@gmail.com

“Not word and law, but signs and symbols rule the world” – these words of Confucius, a Chinese philosopher, capture the essence of place marketing acknowledged as a management technology in the 1990s. However, it is at the first World Fair in London in 1851 that a set of marketing and PR techniques of a country public image formation was developed. The Paris World’s Fair in 1900 was the climax of the place marketing development. The contemporaries named it “Grand”. For the Russian empire, it appeared to become the most expensive and at the same time the most effective state campaign aimed at the positive image development at the beginning of the 20th century.

Nowadays we may study such an event as the Paris World’s Fair with a geo-information system(GIS) that provides a visualization of historical data. As a research method, GIS allows the evaluation of spatial data and its correlation. As a tool, it makes information comprehensive and interesting for the public.

Key words: place marketing; geographic information systems; World’s Fair in Paris 1900; Russian empire