DOI: 10.22394/2070-8378-2018-20-1-93-97

Россия и Испания в информационных ресурсах: открыть друг друга по-новому

МИХАИЛ ВИТАЛЬЕВИЧ КОМИССАР, председатель совета директоров, генеральный директор Группы Интерфакс (Российская Федерация, 127006, Москва, Первая Тверская-Ямская улица, 2). E-mail: headoffice@interfax.ru

Аннотация: На площадке Гайдаровского форума состоялась дискуссия «Россия – Испания: новые возможности», ставшая продолжением первой совместной встречи в рамках Гайдаровского форума-2017 и посвященная сорокалетию восстановления дипломатических отношений между двумя странами. В этом году разговор был посвящен, в основном, взаимному восприятию гражданами России и Испании друг друга, а также особенностям и болевым точкам представления партнеров в СМИ двух стран. Информационная сфера в современном обществе становится мощным средством воздействия на социально-экономические процессы, формирование и развитие международных деловых коммуникаций. Увеличение количества информации, изоляция от которой практически невозможна, приводит не к информированности и накоплению знания, а к поверхностности, так как восприятие социальной реальности фрагментируется [Бодрийяр, 2003] и складывается из образов [Маркузе, 1994]. Это открывает дополнительные возможности для манипулирования общественным сознанием [Хоркхаймер, Адорно, 1997].

Изменение характера международных отношений, усложнение процессов формирования позитивного имиджа той или иной страны вовне во многом связаны с интенсивным развитием информационных технологий [Анохин, 2014]. Новые способы и средства связи, передачи информации, с одной стороны, приводят к расширению информационного поля, обеспечению доступности информации, но с другой стороны, обусловливают и увеличение объема дефектной информации, ограниченные возможности ее критической оценки [Луман, 2001. С. 52–54].

Ключевые слова: Россия, Испания, диалог, информационное пространство, новости

Комиссар М.В. Россия и Испания в информационных ресурсах: открыть друг друга по-новому. *Государственная служба*. 2018. №1. С. 93–97

Статья поступила в редакцию 15 февраля 2018 года.

RUSSIA AND SPAIN IN INFORMATION RESOURCES: TO OPEN EACH OTHER IN A NEW WAY

MIKHAIL V. KOMISSAR, Chairman of the Board of Directors, General Director Interfax Group (2, Pervaya Tverskaya Yamskaya ulitsa, Moscow, Russian Federation, 127006). E-mail: eketerina.akopyan@interfax.ru

Abstract: The Gaidar forum hosted the discussion entitled 'Russia-Spain: new opportunities', which was a continuation of the first joint meeting of the Gaidar forum-2017 devoted to the forty-year restoration of diplomatic relations between the two countries. This year the discussion has been devoted mainly to mutual perception of each other by Russian and Spanish citizens, as well as to the peculiarities and pain points of the partners' representation in the media of the two countries. The information sphere in modern society is becoming a powerful means of influencing the socio-economic processes, the formation and development of international business communications. Increasing the amount of information, isolation from which is almost impossible, does not lead to knowledge and accumulation of knowledge, but to superficiality, since the perception of social reality is fragmented [Baudrillard, 2003] and consists of images [Marcuze, 1994]. This opens up additional possibilities for manipulating public consciousness [Horkheimer, Adorno, 1997].

Changes in the nature of international relations, the complexity of the processes of forming a positive image of a country externally is largely associated with the intensive development of information technologies [Anokhin, 2014]. New ways and means of communication and information transfer, on the one hand, lead to the expansion of the information field, ensuring the availability of information, but at the same time, on the other hand, they also cause an increase in the amount of defective information, and limit the possibilities for its critical evaluation. [Luman, 2001. P. 52-54].

Keywords: Russia, Spain, dialogue, information space, news

Komissar M.V. Russia and Spain in information resources: to open each other in a new way. *Gosudarstvennaya sluzhba*. 2018. №1. P. 93–97. In Russian.

Введение

Интерфакс – крупнейшая на постсоветском пространстве информационная группа. Основа его бизнеса – это независимая качественная информация и высокотехнологичные аналитические продукты для принятия решений в области оценки и управления рисками, комплаенса, маркетинга, трансфертного ценообразования, мониторинга СМИ и в прочих областях. Иными словами, Интерфакс – это сплав контента с современными IT-решениями. Бренд Интерфакса широко известен и узнаваем на международном информационном рынке и пользуется доверием клиентов и деловых партнеров. На протяжении многих лет Интерфакс удерживает лидирующие позиции по цитируемости в ведущих зарубежных и российских СМИ среди информационных агентств России, его подписчиками и клиентами являются все крупнейшие российские и международные СМИ, российские и зарубежные государственные структуры, крупнейшие мировые банки и корпорации. Группа создала уникальную систему партнерств с лидерами мирового информационного бизнеса, среди которых Reuters, Bloomberg, Experian, Dun & Bradstreet, Business Wire и другие. Компании, представительства и офисы Интерфакса работают в России, странах бывшего СССР, США, Великобритании, Германии и Китае.

Создаваемый журналистами образ страны оказывает непосредственное влияние на текущие политические решения, деловые и личные контакты, отношение к стране на уровне массового сознания: нравится ли она, можно ли там успешно вести бизнес. В этом смысле СМИ России и Испании являются теми мостами, которые способны соединить реальную Россию с реальной Испанией, помочь лучше узнать и понять друг друга.

Безусловно, ухудшение отношений с Евросоюзом после санкционных войн затронуло и отношения России с Испанией, отразилось на образе России и образе Испании в национальных СМИ обоих государств. Средства массовой информации оказались вовлеченными в информационную войну.

Используя данные системы анализа медиасреды «Скан-Интерфакс», которая в ежедневном режиме обрабатывает сообщения более чем 25 тысяч российских источников, был проведен контент-анализ, основной целью которого являлось определение характера и тональности публикаций, частота и тематика упоминаемости по сравнению с другими странами. В выборку вошли ленты информагентств, интернет-СМИ, периодические издания, сайты телеканалов и радиостанций. Результаты проведенного анализа позволяют выделить особенности внешнего имиджа формируемого средствами массовой информации и коммуникации, определить направления развития двусторонних отношений и сформулировать задачи по их модернизации и обновлению.

Российские СМИ об Испании

Итак, в 2017 году в российских СМИ вышло свыше 144 тысяч публикаций об Испании, октябрь стал месяцем пикового внимания отечественных изданий к новостям из этой страны. Наряду с традиционной темой испанского футбола в этих публикациях зазвучали и важнейшие политические темы: каталонский сепаратизм и национализм, референдум и его последствия в Каталонии, террористические акты в Испании, а также последствия экономического кризиса в этой стране: публикации о высоком уровне безработицы, особенно среди молодежи, коррупции и социальных протестах.

В общем рейтинге упоминаемости европейских стран Испания занимает пятое место за ФРГ, Великобританией, Францией и Италией. По сравнению с 2016 годом, в 2017 году количество упоминаний Испании и новостей, связанных с этой страной, в российских СМИ возросло почти в 1,5 раза.

В августе произошел первый за год стремительный скачок числа новостных сообщений до более 18 тысяч (в месяц), затем в течение сентября наблюдался спад. В октябре количество новостей об Испании в российских СМИ превысило 26 тысяч. После этого интерес вновь снизился.

Рост упоминаемости Испании в августе 2017 года был связан с новостями о терактах в Барселоне и Камбрильсе в середине месяца, в результате которых погибли более 10 и были ранены более 100 человек. В октябре главной темой стал референдум о независимости Каталонии, голосование парламента этого автономного сообщества за независимость от Испании, решение Мадрида о введении прямого управления в регионе и прочие новости, связанные с политическими событиями в Каталонии. Много внимания российские журналисты уделили тематическому срезу «обвинения в адрес России в поддержке независимости Каталонии». По суммарному числу публикаций в российских СМИ каталонский кризис стал сюжетом номер один, связанным с Испанией, в 2017 году. На втором месте находятся теракты в Барселоне и Камбрильсе.

Нейтральная тональность сохраняется при освещении новостей испанского футбола: новости о выступлениях футбольных клубов «Реал Мадрид» и «Барселона», новости, связанные с футболистами Криштиану Роналду и Лионелем Месси, встречи российских футбольных клубов с испанскими в рамках различных турниров.

Образ России в испанских СМИ

Что касается сообщений испанских СМИ о России, исследования на основе крупнейшей мировой медийной базы Factiva показали, что тональность значительной части материалов в испанской прессе стала носить более негативный характер, а зачастую – откровенно враждебный. Центральные испанские СМИ активно муссируют обвинения против России во вмешательстве в выборы президента США, в референдум



М.В. Комиссар, генеральный директор Группы Интерфакс

по Brexit, приписывают России попытки дестабилизации в Испании, обвиняют Россию в необъективном освещении кризиса в Каталонии и использовании аккаунтов в социальных сетях для создания негативного образа Испании, пишут о необходимости увеличения ресурсов для противодействия российским дезинформационным кампаниям.

Сигнал о «русском следе» был первоначально дан со страниц крупнейшей и одной из самой известных испанских газет – «Эль Паис» (El Pais). Так начинается статья, опубликованная в этой газете 3 ноября: «Кремль наступает на Каталонию. Гигантская стратегия цифровой дестабилизации, взятая на вооружение Москвой, оставила свои следы и в сепаратистском конфликте» (El Kremlin apunta a Cataluña. La gigantesca estrategia de desestabilización digital emprendida por Moscú, que alcanzó su cénit en las pasadas elecciones de EE UU, ha dejado su huella en el conflicto secesionista) [1].

Испанские СМИ повторяют утверждения американских масс-медиа о «вмешательстве» России. При этом испанские СМИ охотно цитируют экспертов, утверждающих, что независимость Каталонии не является целью России, но это шанс ослабить ЕС и дискредитировать испанскую демократию, европейские институты и их демократическое устройство, отвлечь внимание от своих внутренних проблем. Помимо этого, звучит тема наращивания Россией военной мощи и необходимости для НАТО осуществлять различные мероприятия «по сдерживанию российской угрозы».

Другими информационными поводами стали отстранение олимпийского комитета России от участия в Олимпийских играх в Пхеньчхане, ограничения российских СМИ в Twitter, регистрация Russia Today как иноагента в США и зеркальные действия России в отношении американских СМИ, реакция России на решение США поставлять оружие на Украину. Ведущие испанские газеты также не оставили без внимания предстоящие президентские выборы в России: так, к примеру, El Mundo и El Pais писали о том, что Кремль хочет обеспечить Путину безусловную победу на президентских выборах и спокойную кампанию с предсказуемыми кандидатами.

В подавляющем большинстве публикаций ведущие испанские СМИ редко избирают положительный или нейтральный знак подачи информации о России. В основном, говорят в отрицательном ключе, редко демонстрируя стремление к сбалансированному мнению. Из наиболее часто упоминаемых немногочисленных имен российских политиков и бизнесменов Владимир Путин на первом месте, на втором – Сергей Лавров.

Публикации, связанные с действиями и позициями России и Испании в международной экономике, с взаимодействием компаний и предпринимателей двух стран друг с другом, с последствиями санкций для развития двусторонних деловых связей, занимают значительно меньший блок в СМИ России и Испании.

Из экономических новостей, связанных с Испанией, в российском медиапространстве активнее всего развивались новостные кластеры, связанные с заявлением главы «НОВАТЭК» Леонида Михельсона о том, что «Ямал СПГ» начнет поставки сжиженного природного газа по контракту с испанской Gas Natural Fenosa в 2018 году, а также снятием запрета на ввоз в Россию живой птицы и инкубационных яиц из Испании и Словакии, интервью с генеральным директором сети Zara Пабло Исла, который занял в 2017 году первое место в рейтинге самых эффективных гендиректоров мира, проводимом журналом Harvard Business Review (HBR). Собственно, этими информационными поводами и ограничивается новостной блок по экономике и бизнесу Испании.

Испанские СМИ в единичных случаях касались вопросов, связанных с российской энергетикой и другими отраслями.

Отрицательные эффекты современного информационного поля

В то же время существуют огромные аудитории в России и Испании, которые проявляют явный интерес к экономике и бизнесу друг друга, к позициям и действиям правительств в отношении друг друга.

Несмотря на непростые времена, взаимный товарооборот продолжает расти, российско-испанские бизнес-отношения получают новый импульс. Создаются возможности для расширения сфер взаимодействия в различных областях: от энергетики, современных технологий строительства и проектирования до пищевой промышленности и сельского хозяйства. Помимо всего прочего, Испания занимает второе место среди предпочтений российских туристов. Серьезный испанский бизнес из России в последние годы не уходил – наоборот, многие компании заметно укрепили свои позиции в РФ.

Для испанских кругов, специализирующихся на экономических вопросах, Россия предстает как очень крупный потенциальный рынок с целым набором «но»: санкционные ограничения, низкая покупательная способность населения, отсутствие гражданской безопасности, отталкивающее мелких и средних предпринимателей, отсутствие гарантий защиты прав инвестора, слабость институтов защиты прав

1 https://elpais.com/internacional/2017/11/02/estados_unidos/1509635338_098727.html





Доклады, посвященные отношениям России и Испании, вызвали дискуссию

собственности. Этот образ возникает из новостей о существовании коррупции, мошенничестве, отмывании денег и незаконном ведении бизнеса, что вместе с незначительностью прямых контактов затрудняет проверку правдивости этого впечатления.

Официальные представители обеих стран не раз заявляли в ушедшем 2017 году, что настала пора переломить негативную тенденцию последних нескольких лет в российско-испанских отношениях. В 2017 году Российско-испанский деловой совет объявил о договоренностях в ближайшее время активизировать предпринимательские отношения между двумя странами. Главные задачи Совета, обозначенные его главой, председателем правления компании «Новатэк» Леонидом Михельсоном, в том числе такие, как формирование перечня перспективных проектов и направлений сотрудничества и мониторинг их реализации; подготовка перечня проблемных вопросов двустороннего сотрудничества; утверждение списка испанских компаний, установление или укрепление контактов с которыми представляет интерес для российских предпринимателей; создание информационного портала Российско-испанского делового совета, лишний раз подтверждают очевидное и бесспорное: *основой ведения современного бизнеса являются деловые коммуникации, деловая информационная инфраструктура.*

Необходимость создания деловой информационной инфраструктуры

Деловые СМИ России и Испании, на наш взгляд, обладают огромным потенциалом по формированию объективного, благоприятного образа своих стран в общественном мнении друг друга. Именно торгово-экономические и деловые связи в значительной мере определяют уровень развития отношений между государствами.

Там, где нет информационной инфраструктуры для развития двусторонних деловых контактов, нет и самого делового сотрудничества. Почему это происходит? Во-первых, естественно, ни один бизнесмен не хочет терять деньги, соответственно, перед ним стоит вопрос о проверке платежеспособности своего потенциального зарубежного партнера, клиента, покупателя. С другой стороны, современный мир и современное законодательство на основе подписанных Россией и Испанией конвенции о противодействии отмыванию доходов, полученных незаконным путем (FATF), и конвенции ООН по борьбе с финансированием терроризма требуют от всех коммерческих и некоммерческих структур при проведении любого платежа выяснять конечного бенефициара, проводить в отношении него проверку на предмет того, не проходит ли он по террористическим или другим спискам, не является ли компания мнимой или однодневкой, созданной для увода денег или финансирования террористической деятельности.

В России эти правила жестко соблюдаются. С точки зрения макроподхода, этим занимается Росфинмониторинг, в текущем режиме – Федеральная налоговая служба. Активно и успешно действуют негосударственные системы, например, созданные Интерфаксом и «Коммерсантом», которые позволяют выполнять необходимые требования FATF.

Важнейшим аспектом развития двусторонних отношений России и Испании является определение оптимальных параметров, способствующих формированию эффективного коммуникативного дискурса, созданию необходимой информационной инфраструктуры, которая позволит не только снизить информационно-коммуникативные риски, но и будет способствовать установлению партнерских отношений, основанных на доверии, оперативному получению достоверной информации о партнерах (репутационном капитале, платежеспособности, особенностях ведения бизнеса, требованиях контролирующих и регулирующих органов).

Такие огромные структуры, как «Новатэк» или Gas Natural Fenosa имеют возможность проверить необходимую информацию на политическом и государственном уровне. Но у основной массы российских предпринимателей нет никакой стабильной, системной основы для того, чтобы находить или проверять партнера и быть уверенным в том, что тот не связан

с мошенниками, и выполняет требования законодательства. Полагаем, что аналогичная проблема есть и у испанских бизнесменов: они не хотят подпасть под санкции регулирующих органов и не знают, как найти добросовестного российского партнера на фоне историй о возможном мошенничестве и желании «кинуть».

Опыт «Интерфакса» в информационном обеспечении бизнес-интересов деловых кругов

Деловые СМИ России и Испании могут и должны вести постоянную, профессиональную работу по созданию такого рода системы. «Интерфакс» имеет хороший опыт в этом направлении. Сегодня с помощью системы «СПАРК-Интерфакс» для компаний со всего мира мы предоставляем огромное количество бизнес-справок по российским компаниям. Одновременно система «СПАРК-Интерфакс» располагает информацией о действующих в России 435 предприятиях с совладельцами-резидентами Испании (в том числе в Москве и Московской области – 272, Санкт-Петербурге и Ленинградской области – 50, Нижегородской, Самарской и Калининградской областях – по 9, Мурманской области – 8, Самарской области и Ставропольском крае – по 6). Система позволяет проанализировать, какая испанская компания-резидент является учредителем, какова его доля в бизнесе, в каком российском регионе действует предприятие, какова его годовая выручка, проанализировать отраслевое распределение компаний с испанскими совладельцами и т.д. Так, к примеру, с помощью системы СПАРК можно увидеть, что крупнейшими по выручке предприятиями России, у которых испанские совладельцы, в 2016 году стали ЗАРА СНГ, Массимо Дутти, Манго Раша, Бершка СНГ, АМР (Алкоа Металлург Рус) АО и Пулл Энд БЕАР СНГ, а наибольшее количество компаний сосредоточено в торговле – 154, в промышленном производстве – 65, научные исследования и разработки – 57 компаний, добыча полезных ископаемых – пять компаний, туризм – 28 компаний.

Система «СПАРК-Интерфакс» также предоставляет и другую важную информацию, связанную с торгово-экономическими отношениями двух стран, например, она приводит данные об объемах прямых инвестиций Испании в России. Так, на 1 июля 2017 года по объему прямых инвестиций в РФ Испания находится на 31-м месте (586 млн долларов США, 0,12% от общего объема ПИИ (прямые иностранные инвестиции) (ЦБ РФ на 01.07.2017), по объему внешнеторгового товарооборота Испания – на 23-м месте (4359 млн долларов США, 0,93% в общем товарообороте внешней торговли РФ) (ФТС РФ на 01.10.2017).

Через нашего международного партнера и крупнейшую мировую компанию в секторе корпоративной информации «Dun & Bradstreet» мы получаем о зарубежных предприятиях всю необходимую бизнес-информацию. Поисковые механизмы сервиса позволяют найти компанию по любым признакам, будь это фамилия директора, местонахождение, вид деятельности или регистрационные данные.

По данным нашей статистики, в 2017 году российские компании через совместный сервис Группы Интерфакс и «Dun & Bradstreet» запрашивали информацию по контрагентам из Испании 60 раз. Для сравнения: за тот же период российских запросов по контрагентам из Германии было 465, из Великобритании – 425, из Китая – 275, из Франции – 140. По данным того же сервиса Группы Интерфакс и «Dun & Bradstreet», за 2017 год количество запросов из Испании по российским компаниям составило 2129. Для сравнения: запросов по российским компаниям из Великобритании было 17 205, из Франции – 7 966, из Германии – 3 375, из Китая – 76. По частоте запрашиваемой российскими компаниями информации по контрагентам через совместный сервис Группы Интерфакс и «Dun & Bradstreet» Испания заняла лишь 41-е место.

Заключение

Приведенные данные свидетельствуют о существующем, но не развитом интересе компаний Испании и России друг к другу, который деловые СМИ Испании и России могут поддерживать и углублять на основе созданных ими информационно-аналитических систем для бизнеса. Почти все те, кто принимает решения в политике и бизнесе, сегодня смотрят на мир через экраны компьютеров, через те или иные СМИ. Налаживание подобной информационной инфраструктуры приведет к созданию позитивного фона, выстраиванию открытого диалога и доверительных отношений между бизнесом России и Испании.

Литература

Анохин Е.В. Имидж страны: проблемы формирования и управления. *Проблемы современной экономики*. 2014. №3 (51).

Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть. М., 2003. С.74.

Луман Н. Власть. М., 2001. С. 52–54

Маркузе Г. Одномерный человек. Киев, 1994.

Хоркхаймер М., Адорно Т. Индустрия культуры: Просвещение как массовый обман. М., 1997.

References

Anohin E.V. Image of the country: problems of formation and management. *Problemy sovremennoj jekonomiki*. 2014. №3 (51). In Russian

Baudrillard Z. Symbolic exchange and death. M., 2003. P.74. In Russian

Horkheimer M., Adorno T. Culture Industry: Enlightenment as a Mass Deception. M., 1997. In Russian

Luman N. Governance M., 2001. P. 52-54. In Russian

Markuze G. One-dimensional person. Kiev, 1994. In Russian