**Лекция 15. Развитие культуры в России. Проблема экспансии в Россию западной системы ценностей и формирование «массовой культуры».**

**Культурная экспансия** как специфическая форма межкультурной коммуникации представляет собой расширение сферы влияния доминирующей (национальной) культуры за первоначальные пределы или государственные границы. По своей сути это процесс преимущественно однонаправленной межкультурной коммуникации - доминирование одних наций и их культур над другими.

Универсального определения массовой культуры до сих пор не существует. Научно-философская категория, «массовая культура» включает в себя целых три понятия:

* «Культуру», как особый характер продукта.
* «Массовость», как степень распространения продукта.
* «Культуру», как духовную ценность.

Некоторые исследователи полагают, что **массовая культура** – это особый культурный феномен, автономное образование, в котором часто **происходит разрыв формы и содержания**. Поэтому массовая культура часто принимает формальный характер**. Функционируя, она лишается сущностного содержания, и, в частности, традиционной морали.**

В другом подходе **массовая культура определяется как явление, характеризующее особенности производства культурных ценностей в современном обществе**. Предполагается, что **массовую культуру** потребляют все люди, независимо от места и страны их проживания. **Массовой культура является еще и потому, что она массово ежедневно производится. Это культура повседневной жизни, доступно предоставляемая аудитории средствами массовой коммуникации**.

Одним из наиболее интересных и продуктивных следует признать подхода **Д. Белла,** согласно которому **массовая культура** – **это своего рода организация обыденного сознания в информационном обществе, особая знаковая система или особый язык, на котором члены информационного общества достигают взаимопонимания**. Она выступает как связующее звено между постиндустриальным обществом высокой специализации и человеком, который интегрирован в него лишь как «частичный» человек. Коммуникация же между «частичными» людьми, узкими специалистами, к сожалению, осуществляется, по всей видимости, лишь на уровне «массового человека», т. е. на среднем общедоступном языке, которым и является массовая культура.

Сейчас массовая культура проникает практически во все сферы жизни общества и формирует свое единое семиотическое пространство.

### Характеристики массовой культуры

* ориентированность на гомогенную аудиторию; (определенную-одну)
* опора на эмоциональное, иррациональное, коллективное, бессознательное;
* быстродоступность;
* быстрозабываемость;
* традиционность и консерватизм;
* оперирование средней языковой семиотической нормой;
* занимательность.
* **Как самостоятельное явление массовая культура оценивается противоречиво.** В целом существующие точки зрения можно разделить на **две группы**.Представители первой группы (**Адорно, Маркузе** и др.) дают ***негативную оценку этого феномена***. По их мнению, **массовая культура формирует у ее потребителей пассивное восприятие действительности**. Такая позиция аргументируется тем, что в произведениях массовой культуры предлагаются готовые ответы на то, что происходит в социокультурном пространстве вокруг индивида. Кроме того, некоторые теоретики **массовой культуры** **полагают, что под её влиянием изменяется система ценностей: стремление к занимательности и развлекательности становится доминирующим**. К негативным моментам, связанным с влиянием **массовой культуры** на общественное сознание, относят также и то, что ***массовая культура основывается не на образе ориентированном на реальность, а на системе имиджей, воздействующих на бессознательную сферу человеческой психики.***

**Массовая культура по своей сути является псевдокультурой, так как в отличие от истинной (т. е. высокой культуры) в большинстве своих форм не способствует гуманистически ориентированному социальному прогрессу и духовной эволюции человека.** Призвание и назначение истинной культуры – облагораживание и совершенствование человека. ***Массовая культура****исполняет обратные функции – она реанимирует низшие аспекты сознания и инстинкты, которые, в свою очередь, стимулируют этическую, эстетическую и интеллектуальную деградацию личности*.

### Роль  массовой культуры в жизни общества

Между тем, исследователи, придерживающиеся оптимистической точки зрения на **роль массовой культуры в жизни общества,**указывают что:

* она притягивает к себе массы, не умеющие продуктивно использовать свое свободное время;
* создает своего рода семиотическое пространство, которое способствует более тесному взаимодействию между членами высоко технологичного общества;
* дает возможность широкой аудитории познакомиться с произведениями традиционной (высокой) культуры.

*Культурная экспансия извне обычно осуществляются вместе и одновременно с экспансией политической и экономической. Культурная экспансия отчетливо проявилась в период колониального раздела Азии и Африки. Политико-экономический колониализм имел следствием культурный колониализм - доминирование одних наций и их культур над другими. Политика колониального управления накладывала ограничения на автохтонные культуры (запрещая применение местных языков в высших сферах колониальной власти), вела к сужению диапазона их функционирования и замедляла их развитие. В результате после освобождения многие культуры не смогли обеспечить совместное общение из-за недостаточной развитости. В тех странах, где местные культуры оказывали сопротивление культурной экспансии, язык метрополии был вытеснен из всех сфер общения и заменен автохтонным языком либо быстро и сравнительно легко (Вьетнам, Корея), либо в течение продолжительного времени (Кампучия). Разная сопротивляемость культур объясняется не только разной длительностью колониального господства (Корея - 36 лет, Вьетнам - 60, Кампучия - 67 лет), но и тем, что колониальные захваты совпали с различными стадиями национальной консолидации, становления национальных культур.*

*Вместе с тем эволюция колониальных режимов допускала возможность образованным представителям других наций и конфессий примкнуть к достижениям европейской цивилизации, поскольку именно она считалась носителем прогресса. Культуртрегерская политика состояла в утверждении универсализма европейской культуры, европейских норм и ценностей, необходимости их распространения в качестве законов на весь мир, на все «неразвитые» расы и народы (европоцентризм). «Нецивилизованные» должны были постепенно приобщаться к новому образу жизни и его принципам. Такая политика имела вполне «гуманное» обоснование: критерием цивилизованности является не цвет кожи или разрез глаз, поэтому любые народы могут стать цивилизованными, если в процессе своего культурного развития откажутся от своих национальных традиций. В результате данной политики формировалась прозападная элита - проводник экономических, политических и культурных интересов Запада. Вплоть до крушения колониальных режимов европейски понимаемая цивилизованность служила целям экспансии западных держав в «нецивилизованные» страны для обоснования получаемых преимуществ в торговой, политической и культурной сферах.*

Распространение культурной экспансии с Запада на Восток (вестернизация) представляет собой интенсивное проникновение западноевропейского и американского образа жизни, как и сопутствующих ему ценностей, обычаев, символов и культурных артефактов (языка, фильмов, компьютерных программ, видеоигр, книг и пр.) в восточноевропейские, латиноамериканские, исламские, африканские и азиатские страны. Бесспорно, что сегодня английский язык, в особенности его американский вариант, занимает ведущее место в мире, претендуя на роль глобального языка. Также невозможно отрицать, что культурная экспансия сегодня осуществляется, прежде всего, через современные аудиовизуальные средства - телевидение, радио, кино. Продукция США вытесняет местную культурную продукцию в сфере потребления и массовых художественных предпочтений. Национальное киноискусство и телевидение стран, подвергшихся вестернизации, не выдерживает конкуренции с заграничными фильмами, прежде всего американскими. Особенно явно следы вестернизации заметны в сфере рекламы.

**В 1990-е гг. культурная экспансия Запада коснулась России.** Ее результатом становится не только изменение традиционно русской экономической модели потребления, но и перестройка системы ценностных ориентаций, создание массовой культуры, ведущей к идеализации чужого образа жизни, идеологии, мировоззрения, искусства, порождающей чувство неполноценности в отношении к собственной культуре. При этом особенно сильные импульсы исходят от США, что в известной степени позволяет исследователям говорить о "макдольнизации" российской культуры.

Для российской стороны экспансия американской культуры создает угрозу русской национальной идентичности, приводит к формированию потребительских ориентаций, изменению ценностей и менталитета.  Поэтому сегодня мы  вновь  вынуждены  задавать себе вопрос: можем ли мы рассматривать  ценности  западной  цивилизации  как некое совершенство, или сами эти ценности должны быть пересмотрены. Следует ли России всецело ориентироваться на образцы современного  западного  опыта? Наконец,  в   условиях   агрессивной   вестернизации   особую   актуальность приобретает вопрос о специфике перенесения  западного  опыта  на  российскую почву в предшествующей истории, вопрос о  том,  как  принимала  и  усваивала Россия западноевропейские идеи прежде.

В условиях глобализации эффективность деятельности культурной экспансии возросла. **Характерными чертами современной культурной экспансии** являются: перенесение образа жизни и ценностей; внедрение и распространение западной культуры как универсальной, исключающей другие виды культур; стремление достичь культурного внедрения политических и иных целей; односторонний поток информации от «центра» к «периферии»; формирование в зависимых странах прозападной культурой элиты, которая должна служить опорой соответствующего влияния.

 Осуществление межкультурной коммуникации несет надежду на обогащение национальных культур. Однако культурная экспансия - это однонаправленное движение вместо движения культур навстречу друг другу. Так, с американской стороны самодостаточность, изоляционизм и американоцентризм приводят к отсутствию интереса к другим странам, включая Россию, а также к незнанию иностранных языков. С российской стороны, напротив, наблюдается идеализация американского образа жизни и повышенный интерес к американской культуре, а знание английского языка считается в высшей степени престижным.

Таким образом, межкультурная коммуникация способна приводить не только к позитивным, но и к негативным последствиям, представлять опасность забвения и вытеснения собственных культурных истоков. Сегодня экспансия  Запада  встречает отрицательное  отношение  общественности,  а  политика   многих   государств направлена на отпор культурной экспансии Запада или, по крайней мере, на  ее ограничение. Так, во многих странах предпринимаются протекционистские меры, направленные на защиту национальной культуры от культурной экспансии, в частности вводятся ограничения на показ зарубежной, в первую очередь американской, кинопродукции в кинопрокате и телеэфире и т.д. Все чаще культурная экспансия определяется в международных  документах как культурный империализм.

## ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ КУЛЬТУРЫ

Проблемы современной отечественной культуры часто сводят к ее плохому финансированию со стороны государства, упадку уровня жизни большей части населения и разлагающему влиянию "бездуховной" культуры Запада. Несмотря на то что, по крайней мере, две первые проблемы действительно существуют, это крайне упрощенное объяснение. История человечества показывает, что уровень культуры отнюдь не всегда пропорционален уровню финансирования и обеспеченности населения. Что же касается "экспансии Запада", то она возможна благодаря тому, что по каким-то причинам востребована в России. Суть того, что происходит в сфере современной культуры, можно понять, только рассматривая эту проблему в более широком контексте. Дело в том, что современная отечественная культура - это культура переходного периода. Преобразования, произошедшие в нашей стране за последние десятилетия, настолько фундаментальны, что, по существу, представляют собой радикальное изменение образа жизни, системы ценностей и стиля сознания. Характеристиками подобных периодов в истории культур являются динамичность развития, с одной стороны, и значительная нестабильность - с другой. Переходя к конкретным вопросам отечественной культу- i ры, необходимо отметить крайнюю ее мозаичность. Конечно, ( субкультуры существовали в России и в советское время, одна- t ко в условиях безраздельного господства коммунистической идеологии, регламентировавшей все основные сферы социального бы- тия, они, в зависимости от их характера, контролировались и вписывались в единую социалистическую культуру или подавлялись. На рубеже 80-90-х годов сдерживающий фактор, а также "железный занавес", отделявший Россию от Запада, исчезают и начинается стремительный процесс образования различных культурных общностей со своими традициями, картиной мира и т. п. Количество их видов и вариантов весьма велико: от возрождения и обособления национальных культур до субкультур новых социальных групп (например, так называемых "новых русских"), от ставших традиционными хиппи до таких экзотических явлений, как сторонники возрождения язычества и поклонники романов английского филолога Дж. Р. Толкиена.

|  |  |
| --- | --- |
| **Все революции были совершены силой простого листа печатного текста. В современных условиях листовка является самым быстрым, а иногда и единственно возможным способом оповестить о своей политической позиции всех местных жителей. А иногда и повести их за собой.** |  |

Ученые и политики утверждают, что в XXI в. "богатство, труд, культура, знание, деньги, торговля - все будет циркулировать через кибернетические сети". Границы информационных полей станут тщательно охраняемыми. А сами эти поля станут гораздо более эффективным средством в борьбе за власть над миром, нежели оружие. Необходимо также учесть, что при всевозрастающем потоке информации (объем научных публикаций в одном только 1985 г. превысил их объем, появившийся в Европе со времен эпохи Возрождения) знакомство с ней одними традиционными методами (через книги, например) все более затруднительно, так же как и этими методами почти невозможен столь необходимый постоянный диалог творческих людей разных стран. И эту возможность предоставляет Интернет. Само развитие искусства неразрывно связано с компьютерными технологиями. Кино, телевидение, дизайн активно используют компьютерную графику и вообще возможности, предоставляемые виртуальной реальностью.

Однако, если сравнить распространение у нас сети Интернета, картина весьма неутешительно напомнит сеть железных дорог в России перед Первой мировой войной, которых было катастрофически мало в сравнении с Западной Европой. Не меньшую проблему представляют и потребители культур юй продукции (в том числе и мы с вами). Сам образ жизни j современном индустриальном обществе (усугубляемый в России частыми экономическими и политическими неурядицами) формирует особый тип человека. Во-первых, высшей ценностью значительная часть наших современников (что показывают опросы) считает материальное благополучие. И за последнее десятилетие очень много людей оставили гуманитарную сферу деятельности, поскольку она не приносила соответствующих доходов. Во-вторых, множество людей вовлечено в чрезвычайно интенсивную, сопровождающуюся большой концентрацией усилий и вместе с тем однообразную трудовую деятельность с узкой специализацией в сфере производства и услуг. Подобный ритм жизни вкупе с сократившимся свободным временем весьма ограничивает умственные горизонты и возможность доступа к серьезной культурной информации, поскольку культурная продукция воспринимается только в качестве варианта отдыха и расслабления. Более того, человек постепенно лишается способности серьзно анализировать какую-либо информацию, передоверяя это СМИ, что чрезвычайно облегчает манипулирование его сознанием. В-третьих, перед взором потребителя открывается огромное количество областей культуры, вариантов культурной продукции и постоянно появляются все новые. "Хорошим тоном" считается стремление приобщиться к максимально большему их количеству (конечно, в меру материальных и интеллектуальных возможностей), что создает иллюзию познания жизни во всей ее полноте.

Наличие подобного широкого выбора, конечно, расширяет кругозор и делает человека более требовательным. Но вместе с тем невозможность "объять необъятное" заставляет его скользить по верхам, а вкусы делает все более подвижными и неустойчивыми. Во всех сферах деятельности человек окружается все большим количеством сложных вещей (машины, компьютеры, факсы, домашняя техника и т. д.). Причем в силу современного образа жизни он взаимодействует с ними гораздо чаще и больше, чем с людьми. И подобно тому как ребенок, живя в волчьей стае, становится "волком", мы, находясь в окружении вещей, становимся все более функциональными и рациональными, теряя при этом часть человеческого. Эти, далеко не единственные, проблемы сознания современного человека объясняют все учащающиеся призывы интеллектуальной элиты общества к гуманизации современной культуры.

Особой проблемой являются сильные культурные влияния извне, происходящие на фоне серьезных изменений и даже полного исчезновения многих традиционных областей отечественной культуры. Особенно ощутимо проникновение в Россию американской культуры (что, как мы уже говорили, происходит и во всем остальном мире). И дело здесь не в том, духовна она или бездуховна, просто она иная. Многие европейские страны принимают законы, затрудняющие проникновение американской культуры и защищающие культуру национальную. Особенно этим прославилась Франция, где еще в 1982 г. министром культуры была составлена программа борьбы с тем, что он назвал "американским культурным империализмом". Видимо, это весьма актуально и для нас. Дело не в том, чтобы диалог разных культур прекратился, но в том, чтобы он способствовал взаимообогащению, а не разрушению одной культуры другой. Мы рассказали далеко не обо всех проблемах, связанных с развитием нашей культуры за последнее десятилетие, но они дают представление о характере испытываемых ею трудностей. Преодоление этих трудностей во многом будет зависеть от того, насколько серьезно общество и государство озаботятся планированием и проведением продуманной культурной политики. Культурная политика заключается не в подчинении национальной культуры государству, но в ее поддержке, причем отнюдь не только финансовой, но и интеллектуальной. Среди этих мер - разработка новых образовательных программ, способствующих гуманизации образования, где оптимально сочетались бы общегуманитарные и национальные ценности, закон об охране языка (принятый, кстати говоря, во Франции), программы, способствующие сохранению и изучению традиционных видов искусств, и т. п. Государство должна беспокоить проблема сохранения национальной картины мира (национального мировоззрения), объединяющей массу индивидуальностей в нацию и множество субкультур в национальную культуру. Перефразируя известные слова Наполеона, можно сказать, что те, кто не хотят заботиться о своей культуре, будут заботиться о чужой.

Россия декларирует концепцию построения многополярного мира. Процесс поляризации предполагает наличие антагонизма полюсов между собой и некий «раздел» находящегося между ними пространства (хинтерланда) по принципу тяготения. В политическом смысле построение многополярного мира подразумевает принцип глобальной конкуренции за политическое влияние. Поскольку Россия претендует на роль одного из глобальных полюсов, ей необходимо определить инструменты и методы этой глобальной конкуренции, во-первых, за закрепление за собой статуса глобального полюса, а во-вторых, за свой хинтерланд – зону тяготения.

Одним из главных факторов глобальной конкуренции в многополярном мире, по мнению специалистов, выступает глобальная культурно-идеологическая экспансия. Так, например, З.Бжезинский считает, что глобальная власть предполагает одновременное наличие четырех составляющих: военного могущества, экономической мощи, культурно-идеологической экспансии и глобальных политических мускулов. Из числа главных конкурентов США за мировое господство он исключает Японию именно по причине исторической изолированности японской культуры и сложности глобальной идеологической экспансии японских культурных ценностей.

Во многом лидирующие позиции США в современном мире определяются их господством в мировом ценностно-информационном пространстве. Примеры того, как ведущие мировые державы решают проблему поддержки своих внешнеполитических интересов за счет наращивания своей культурно-идеологической экспансии, показывают, что все эти меры:

− во-первых, имеют ориентацию не только на решение прикладных внешнеполитических целей, но и на распространение своей системы ценностей;  
− во-вторых, носят не проектный характер, а имеют разработанные государством комплексные стратегию и тактику;  
− в-третьих, проводятся специально созданными формальными и неформальными институтами и органами.

Законопроект сенатора С.Браунбэка 2008 г. о полной реструктуризации государственной пропаганды на зарубежные страны ставит целью «влияние на мнение зарубежных аудиторий для поддержки американских идеалов и противодействия насильственному экстремизму, а также для того, чтобы в зарубежных странах лучше понимали политику, ценности, институты и культуру США». Руководитель нового французского телеканала для вещания за рубеж France24 Ален де Позиляк считает, что он должен продвигать «французские ценности».

В качестве примера можно привести опыт построения одной из самых успешных государственных систем осуществления ценностно-идеологической экспансии – США. В нижеприведенной таблице очень кратко представлена хронология создания нормативных актов и институтов и целей, ставившихся перед ними.



«Американское искусство, музыка, кино и литература продолжают оказывать воздействие на жителей иностранных государств, вне зависимости от их политических воззрений. Культурная дипломатия демонстрирует наши ценности и борется со стереотипами, гласящими, что американцы поверхностны, агрессивны и безбожны» (Бюро публичной дипломатии и связей с общественностью, 2005 г.).

В настоящее время США обсуждают проект принципиального переустройства существующей с 1948 г. системы зарубежного информационного влияния и создание мощной государственной информационной и вещательной организации – Национального центра стратегических коммуникаций с передачей ему части функций Госдепартамента.

На этом фоне у России существуют две масштабные проблемы. Первая – это воспроизводство собственной традиционной системы ценностей и ее защита от конкурентов. Очевидно, что арена данной части ценностно-идеологической конкуренции – это собственно внутрироссийское пространство.

Перестройка и последовавшая за ней общественно-политическая трансформация разрушили советскую ценностно-идеологическую конструкцию, закреплявшуюся в нескольких поколениях. В течение последних нескольких лет заметны попытки строительства новой конструкции на основе сочетания досоветских, советских элементов и модернизации – возрождение роли православия, «имперскость» российско-советского толка, максимально централизованная государственная власть, общинность, патриотизм вплоть до изоляционизма, экономическое могущество и тому подобное. Эффективность таких попыток можно оценить только после смены поколений.

Очевидно, что на самом внутрироссийском пространстве жизнеспособность этих и других ценностей проверяется конкуренцией с проникновением конкурирующих конструкций. Самая успешная из них – так называемая западная система ценностей, которая выдается за «глобальную». Чаще всего она описывается в идеалах рыночной экономики, либерализма, индивидуализма, рационализма и демократического политического устройства.

Советский тип противодействия внешней культурной экспансии – путем запретов – показал свою неэффективность. Похоже, даже избрав путь частичного контроля за информационным пространством, нынешнее руководство это понимает и применяет прочие механизмы конкуренции.

Важным принципом, который необходимо соблюдать в этой конкуренции, является недопущение создания преград процессу модернизации и прогресса в угоду интересам ценностно-идеологической конкуренции.

Мы здесь лишь обозначили существование данной проблемы на внутрироссийском поле, не давая каких-либо развернутых рекомендаций, поскольку считаем, что вторая проблема гораздо менее рефлексируется государством и, соответственно, представляет большую угрозу интересам превращения России в полноценный «полюс» многополярного мира.

Итак, вторая проблема состоит в том, что Россия последовательно теряет информационные позиции за рубежом, включая уже и свое ближайшее окружение. Информационная поддержка внешнеполитических действий России по абсолютному большинству событий проигрывает зарубежным конкурентам; проблемы с российским телевещанием ощущаются уже не только в Балтии, Грузии и на Украине, но и в Белоруссии; даже в максимально пророссийской Армении есть сложности с выходом в Рунет.

В связи со всем этим необходимо переформулировать задачи информационных усилий России во внешнем мире. По итогам нескольких масштабных информационных провалов была поставлена цель улучшения образа России за рубежом. Такая постановка задачи рефлексивна, она не выглядит стратегическим инструментом и способна лишь играть роль обслуживания внешнеполитической деятельности.

Вместо этого необходимо ставить цель планомерного и долгосрочного осуществления ценностно-идеологической экспансии России во внешнем мире. Такая формулировка предполагает уже не обслуживание, а собственно внешнеполитическую деятельность. Она не является лишь ответом на чью-то внешнюю более успешную деятельность, она сама инициативна и предполагает собственные правила игры. Самое главное – она носит не тактический, а стратегический характер. Ключевыми в российской ценностно-идеологической экспансии должны стать те направления, которые способны дать максимально быстрый и сильный эффект. Представляется, что такими направлениями должны стать следующие:

**ЯЗЫК И КУЛЬТУРА**

Самый эффективный носитель национальной системы ценностей – языковая среда. Потери России в зоне своего языкового влияния в постсоциалистический период огромны и продолжают расширяться: преподавание русского языка в школах в странах на постсоветском пространстве и за его пределами продолжает сокращаться. На фоне победоносного шествия англосаксонских ценностей по фултоновскому сценарию, успехов франкофонного проекта, усилий германофонии и прочего наше отступление выглядит как продолжающийся процесс капитуляции в этой области.

Потенциал экспансии культурных проектов огромен, но неконкурентоспособный менеджмент значительного их числа за рубежом подчас работает на распространение ценностного капитала не России, а страны происхождения менеджера. Именно поэтому, скажем, мировые гастроли Большого или Мариинского театра во многом планируются исходя из интересов западного менеджмента, а не интересов российской культурной экспансии. Решение – создание и эффективное управление единым русским информационным и культурным пространством.

Так, например, несмотря на плотный гастрольный график, в том числе и по Северной Америке, балетная труппа Мариинского театра 6 (!) лет (с 2002 по 2008 гг.) не выступала в Нью-Йорке – одном из трех главных глобальных городов мира, где принимаются мировые решения не только в сфере культуры. За этот срок могли смениться как поколения зрителей, так и артистов, незнакомых друг с другом. Это вполне можно воспринимать как геополитическую потерю России.

**МЕДИА, В ПЕРВУЮ ОЧЕРЕДЬ – ТЕЛЕВИДЕНИЕ**

Телевидение сегодня и в ближайшей перспективе остается лидером информационного воздействия на мировую аудиторию. Перспектива слияния телевидения, интернета и прочих средств коммуникации только усиливает его значение. Очевидный проигрыш России прочим полюсам многополярного мира в масштабах контроля глобальных телевизионных сетей отнюдь не окончателен, российские телетехнологии и потенциально, и реально конкурентоспособны в мире.

Очевидным прорывным направлением для России может стать проект распространения телевидения прямого доступа. Проекты спутникового вещания исключают посредников между производителем контента и конечным потребителем. Примеры формирования как бюджетных, так и «элитных» проектов (например, «Триколор ТВ», НТВ+ и др.) показывают, что чисто коммерческие проекты телевидения прямого доступа способны получить миллионные аудитории за два-три года развития. Распространение телевидения прямого доступа должно включать в себя как пакеты русскоязычных каналов, включая специализированные (например, общественно-политические для соотечественников, образовательные – языковые и специальные, общекультурные, религиозные и прочие), так и иноязычные, способные конкурировать на местных медиарынках. Иноязычные пакеты должны формироваться на основе включения в них местного контента в сочетании с контентом российского производства.

**СЕТЕВОЕ ВЛИЯНИЕ**

Эффективным каналом решения проблемы усиления влияния России в мире могут стать соотечественники, проживающие за рубежом: использование этого ресурса не требует значительных затрат времени и средств. Рассматривать соотечественников в качестве именно информационного ресурса можно и нужно по нескольким причинам.

Во-первых, там, где медийный ресурс России оказывается менее эффективным по сравнению с информационным оппонентом, необходимо искать иные каналы коммуникации. Одним из таких каналов, часто весьма эффективным, выступают межличностные и межгрупповые контакты. Соседи поверят соседям с большей долей вероятности, чем зарубежным лидерам и СМИ. Широко прозвучала в российских СМИ история девочки-осетинки и ее матери, которые, несмотря на противодействие ведущего одной американской телекомпании, упорно пытались сказать правду о нападении грузинских войск на Цхинвал.

Во-вторых, у российских соотечественников, включенных в информационный, бытовой, политический и прочий контекст в стране проживания, гораздо больше шансов найти правильные, понятные местной аудитории формы подачи информации о событиях и процессах, происходящих в России.

И первая, и вторая упомянутые особенности способствуют, помимо прочего, правильному выбору также и целевой аудитории, способной позитивно воспринять информацию о России. На Берлинском круглом столе, посвященном созданию единого русского информационного пространства Европы, приводился опыт русской общины в Ирландии. Русскоязычная диаспора Ирландии организовала кампанию против несправедливости в освещении событий в Южной Осетии местными СМИ, которая оказалась очень эффективной для изменения общественного мнения в отношении конфликта.

Была организована кампания по отправке писем в местные печатные СМИ. Многие члены общины выступили по местным каналам радио и ТВ с осуждением англо-американской позиции. Были взяты интервью у очевидцев событий и переведены на английский язык. Организаторы акции учли местную специфику, заключающуюся в традиционной нелюбви ирландцев к англичанам, и использовали тот факт, что простые обыватели больше доверяют иммигрантам, нежели официальной английской пропаганде.

Оказалось, что наиболее эффективный метод донесения достоверной информации заключается в информировании именно на локальном уровне. Например, организаторами акции была инициирована кампания под названием «Югоосетинский болельщик кельтского футбола». Представители русской общины Ирландии нашли в интернете и разослали в ирландские СМИ фотографию жителя Цхинвала Гозы Садоева на фоне сожженных грузинских танков в футболке команды ирландского футбольного клуба из провинции Турон. Житель Цхинвала действительно оказался фанатом кельтского футбола. Ирландские журналисты дозвонились до фотографа Associated Press, сделавшего снимок, и он подтвердил данные о любви осетина к ирландскому футболу. Фотограф сообщил, что футболку подарил Гозе Садоеву его сын.

Эта история вызвала умиление у ирландской общественности и особенно той ее части, которая болеет за команду графства Tyrone. Администрация Ассоциации ирландского футбола заявила о желании найти этого осетина и привезти его на игру в Ирландию. Интересно, что в финале чемпионата будет принимать участие команда Tyrone, за которую, по-видимому, болеет осетин Гоза Садоев. Фанаты Tyrone уже окрестили его «счастливым талисманом» своей команды. Ведь фотография была опубликована прямо перед решающим матчем Tyrone – Dublin, который североирландцы выиграли. Сразу вслед за этим они победили Wexford и вышли в финал. Возникла идея о том, что появление югоосетинского болельщика на трибунах Кроук-парка должно принести тайроунцам триумфальную победу. Данный случай во многом поменял отношение простых ирландцев к собственным информационным источникам (по материалам журнала «Балтийский Мир»).

Ни одно российское СМИ, ни одно осваивающее российские деньги западное пиар-агентство не может с такой точностью воздействовать на свою целевую аудиторию, с такой эффективностью определить оптимальный метод коммуникации. А самое главное, наши соотечественники обладают тем ресурсом, который недоступен ни одному из других средств, которыми располагает Россия: они могут обращаться непосредственно к общественности, к обывателям стран проживания, и объяснять им те разночтения, на которых спекулируют традиционные СМИ. И это пример только одной из стран.

В-третьих, российские соотечественники имеют еще одно мощнейшее средство информационного и даже политического воздействия на аудиторию страны проживания – это общественные инициативы, акции и движения. Самыми заметными примерами такого воздействия последнего времени были акции в государствах Балтии – массовые акции протеста против отмены русского языка преподавания в школах Латвии, самая массовая на тот момент акция протеста русскоязычной молодежи против ввода американских войск в Ирак и, конечно, антиреваншистские выступления в Латвии и Эстонии, связанные отнюдь не только с известным Бронзовым солдатом.

Ну и, наконец, ресурс соотечественников потенциально наименее затратен и наиболее подготовлен для трансляции именно позитивной информации о России, особенно в условиях информационной войны.

**ИМИДЖЕВЫЕ ПРОЕКТЫ**

Одно из эффективных примеров практически незатратного повышения собственного статуса во внешнем мире – «приватизация» имиджевых географических названий. Уже практически всем в мире кажется естественным, когда Соединенные Штаты Америки называют просто Америкой.

Очевидно, что, употребляя название целой части света, состоящей из двух материков, применительно всего к одному государству, мы неизбежно отказываем всем остальным государствам в таком праве и на уровне вербальных образов признаем лидерство страны, которая вырастает до трансконтинентальных масштабов. Это не может не влиять в том числе и на ценностные аспекты политической конкуренции.

Более свежий проект применения подобной технологии – повсеместное замещение употребления названия «Европейский союз» названием всего субконтинента. Даже в официальном обороте используются такие термины, как «европейская безопасность», «евровалюта», «евроконституция», «еврокомиссар» и прочие.

При этом Россия как бы уже привыкла к роли просителя: не забывайте, пожалуйста, что мы тоже в Европе, а ваш союз всего лишь западноевропейский. Есть и более сложные ситуации, когда, например, НАТО официально ставит своей целью поддержание европейской безопасности. Автоматически Россия, не ставящая такой цели отдельно от НАТО, психологически (вербально) оказывается в зависимом положении.

Страны бывшего соцлагеря активно требуют причисления себя к новым физико-политическим топонимам – Центрально-Восточная Европа и пр. Казахстан активно приватизирует топоним «евразийская держава»...

Представляется, что Россия должна выработать собственное имиджевое геополитическое позиционирование и добиваться его признания в мире. Поиски такого позиционирования должны вестись на не меньшем пространстве, чем Европа и Америка. Варианты: Евразия, Евровосток, Евро-Тихоокеанский регион (Европасифик), Евро-Сибирский (Евросибирь), Североевразийский, Балтийско-Тихоокеанский и тому подобное.

Менее масштабные проекты подобного рода предпринимаются Россией, однако имеют больше ориентацию на внутриполитический эффект. Например, это переход в одночасье после югоосетинского конфликта на «русифицированные» версии названий городов «Сухум» и «Цхинвал» вместо картвельских «Сухуми» и «Цхинвали». При этом, заметим, Батуми и Тбилиси не стали именовать Батумом и Тифлисом...

Главным инструментом и залогом успеха осуществления ценностно-идеологической экспансии должен стать единый государственный орган, разрабатывающий и осуществляющий политику России в области мировой информационной экспансии. Вполне логично при создании такого органа использовать опыт наиболее успешного аналога подобного рода, функционирующего в США.

**Практическая работа 15**

**Тема:** Традиции национальных культур народов России, и влияния на них идей "массовой

культуры".

Изм.

Лист

№ докум.

Подпись

Дата

Лист

Разраб.

Провер.

Новикова Е.В.

Реценз.

Н. контр.

Утв.

Традиции национальных культур народов России, и влияния на них идей «массовой культуры»

Лит.

Листов

УЖТ – филиал МИИТ

**Цель работы**: проанализировать развитие культуры в современной России: выявить проблемы экспансии в РФ западной системы ценностей.

**Ход работы**: внимательно изучить предложенный материал и выполнить задания.

Задание 1. Раскрыть понятия и определить их роль в жизни общества:

1.1 «культурная экспансия» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1.2 «массовая культура» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Задание 2. Охарактеризовать основные черты культурной экспансии Запада по отношению к России (привести примеры) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Задание 3. Творческое задание: оформить презентацию «Глобальная культурно – идеологическая экспансия», показать лидирующие позиции США в современном мире, господство в мировом ценностно – информационном пространстве.