

George Filimonov

**“SOFT POWER”
OF U.S. CULTURAL DIPLOMACY**

**Moscow
Peoples' Friendship University of Russia
2010**

Георгий Филимонов

**«МЯГКАЯ СИЛА»
КУЛЬТУРНОЙ ДИПЛОМАТИИ США**

**Москва
Российский университет дружбы народов
2010**

ББК 66.4
Ф 51

Филимонов Георгий

Ф 51 «Мягкая сила» культурной дипломатии США: Монография. – М.: РУДН, 2010. – 212 с.

В книге акцентируется внимание на культурологическом аспекте «мягкой силы» США, а именно – на одном из ее ключевых компонентов – на внешней культурной политике. Автор предлагает рассматривать реализацию внешней культурной политики США в двух направлениях – официальном и так называемом неофициальном.

Освещается история культурной политики США, проводится анализ основополагающих тенденций в изучении американской внешней культурной политики научным сообществом США и Европы, выявляются базовые принципы, направления и цели этой политики. В работе поднимается вопрос о степени влияния культурной дипломатии США на уровень и характер их контактов с другими странами и систему международных отношений в целом.

Исследуются методы, средства и институты реализации внешней культурной политики, основные векторы публичной и культурной дипломатии, рассматривается соотношение целей и интересов крупного бизнеса и государства в процессе распространения массовой культуры.

Автор поднимает проблему необходимости разработки стратегии национальной культурной безопасности России, предлагая свое видение её концептуальных основ, призванных обеспечить условия для формирования отечественных потенциалов «мягкой силы».

The book focuses on the cultural aspect of U.S. “soft power” and basically on one of its key components – foreign cultural policy. The study is based on two areas of research offered by the author: the official American foreign cultural policy implementation and the so-called unofficial.

The monograph outlines the history of U.S. domestic and foreign cultural policy, analyzes the fundamental trends in the study of American foreign cultural policy by American and European research communities, identifies the basic principles, directions and purposes of this policy.

The study raises the question of the United States’ cultural diplomacy influence degree on their interaction with other countries and international relations in general.

The book also covers methods, means and institutions of foreign cultural policy making, main public and cultural diplomacy vectors considering correlation of goals and interests of business community and government in the process of American mass culture dissemination.

The author raises the issue of the need to elaborate Russian national cultural security strategy, offering his vision of its conceptual framework in order to ensure conditions for domestic “soft power” formation and development.

ISBN 978-5-209-03493-3

ББК 66.4

© Филимонов Георгий, 2010

© Российский университет дружбы народов, Издательство, 2010

Автор выражает особую благодарность: своему отцу Юрию Ильичу Филимонову – за всецелую поддержку, вдохновение и научные консультации; проректору Российского университета дружбы народов доктору философских наук, профессору Н.С. Кирабаеву – за идею и содействие публикации монографии; заведующему кафедрой теории и истории международных отношений факультета гуманитарных и социальных наук РУДН В.Г. Джангирияну – за советы, терпение и внимательное научное руководство; ведущему научному сотруднику Института США и Канады РАН Л.Б. Берзину – за многолетнюю дружбу, сотрудничество, наставничество и радование за развитие исследований по теме книги.

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение	9
Глава 1. Терминологические установки	17
Глава 2. Исторический обзор формирования культурной политики Соединенных Штатов	35
Глава 3. Внешняя культурная политика США с 1945 г. до наших дней	58
Глава 4. Дискуссия о культурном империализме: 1960–1990 гг.	73
Глава 5. Основные институты, осуществляющие внешнюю культурную политику США	102
Бюро по делам образования и культуры Государственного департамента США	102
История Информационного агентства США (ЮСИА) как инструмента американской публичной дипломатии	107
Филантропические фонды и спонсорские организации	125
Глава 6. Неофициальная внешняя культурная политика Соединенных Штатов Америки	133
Голливудский кинематограф	135
Средства массовой информации	143
Музыка и шоу-бизнес	146
Молодежные субкультуры	149
Глава 7. Бизнес и государство в контексте внешнего культурного воздействия США	161
Глава 8. Стратегия национальной культурной безопасности и «мягкая сила» современной России	167
Заключение	187
Библиография	199
Summary	211

CONTENTS

Introduction	9
Chapter 1. Terminological basis	17
Chapter 2. Historical review of the cultural policy formation	35
Chapter 3. U.S. foreign cultural policy from 1945 to nowadays	58
Chapter 4. Discussion on cultural imperialism	73
Chapter 5. Principal institutions of U.S. foreign cultural policy making	102
Bureau of educational and cultural affairs	102
The history of USIA as a tool of American public diplomacy	107
Philanthropic and sponsoring foundations	125
Chapter 6. The unofficial foreign cultural policy of the United States	133
Hollywood	135
Mass media	143
Music and show business.....	146
Youth subcultures	149
Chapter 7. Business and state in the context of U.S. international cultural influence	161
Chapter 8. Russian national cultural security strategy and modern Russia`s “soft power”	167
Conclusion	187
Bibliography	199
Summary	211

ВВЕДЕНИЕ

Несмотря на видимую прагматику современной международной повестки дня, акцентированной, как и прежде, на использовании государствами военной силы в качестве объективно приоритетного средства обеспечения собственной национальной безопасности, в мировой политике заметно возрастает роль гибких факторов, усиливается влияние «мягких» инструментов воздействия на систему международных отношений.

Сформулированный американским политологом Джоозефом Наем¹ постулат о значимости и эффективности «мягкой мощи» во внешней политике государств становится все более актуальным, что в том числе доказывают последствия основанной на военной силе политики предыдущей американской администрации².

По словам Дж. Ная, ««мягкая сила» – это понуждение других хотеть результатов, которые вы хотели бы получить». Однако это «не то же самое, что воздействие или влияние, ... «мягкая сила» – больше, чем просто убеждение, уговаривание или способность подвигнуть сделать что-либо при помощи аргументов, хотя все это является важными элементами этой силы. «Мягкая сила» – это также способность привлекать, и привлечение часто ведет к взаимопониманию. Проще говоря, в поведенческих понятиях, «мягкая сила» – это привлекательная сила»³.

Най разделяет мощь государства на две крупных составляющих: «жесткую силу» («hard power») и «мягкую си-

¹ *Nye J.S. Bound to Lead: The Changing Nature of American Power. – New York, 1990.*

² *Nye J.S. Soft Power. The Means to Success in World Politics. – New York: Public Affairs, 2004.*

³ *Най Дж.С. Гибкая власть. Как добиться успеха в мировой политике. – Новосибирск–Москва, 2006. – С. 30–32.*

лу» («soft power»). Под «жесткой силой» подразумевается совокупная политическая, экономическая и финансовая мощь, а «мягкая сила» в основном характеризуется культурой, ценностями и политической идеологией.

Предлагаемая книга, в силу широты проблематики и ёмкости источниковой базы исследования темы «мягкой силы», ограничена культурологическими составляющими «мягкой силы» США. Внимание акцентируется на одном из её ключевых компонентов – внешней культурной политике.

Как в академических кругах, так и среди обывателей этому явлению даются различные оценочные характеристики и соответственно по-разному «окрашенные» определения. Зачастую культурное влияние США именуют внешней культурной экспансией, экспортом массовой культуры, культурным империализмом и т.д.

С целью комплексного анализа функционирования внешнеполитического механизма США в упомянутой сфере данная работа строится на двух направлениях исследования: рассмотрение официальной внешней культурной политики США и так называемой неофициальной.

Под официальной внешней культурной политикой подразумевается механизм, прежде всего, государственного регулирования культурной сферы внешней политики. Но вместе с тем здесь имеются в виду и негосударственные рычаги управления и финансирования культуры, так как в Соединенных Штатах сфера культуры по большей части поддерживается и управляется негосударственными инструментами в лице частных филантропических фондов и спонсорских организаций.

Что касается неофициальной внешней культурной политики, то этот термин означает многоуровневое распространение американской массовой культуры, давно ставшей достоянием отнюдь не только самих США; и прежде всего – Голливуд как основной инструмент современной американской культурной политики, главный производитель культур-

ной продукции, идеологическое оружие и одно из важнейших средств формирования имиджа этого государства на мировой арене. Сюда же относятся средства массовой информации, которые являются проводниками как официальной, так и неофициальной внешней политики в сфере культуры (американское телевидение, радио, Интернет, практически весь американский шоу-бизнес). Если говорить о влиянии неофициальной культурной политики, то серьезное воздействие осуществляется на уровне субкультур.

Вместе с тем необходимо абстрагироваться от позитивных и негативных оценок, касающихся реализации внешней культурной политики Соединенных Штатов и различных аспектов ее влияния. Задача заключается в том, чтобы на основе анализа существующих точек зрения сделать собственные выводы и в то же время постараться представить объективную картину. К слову заметим, что среди ученых как во всем мире, так и в научном сообществе США не существует единства мнений по рассматриваемой проблеме.

Наконец, целью является не культурологический и философский анализ (хотя, рассматривая подобную тему, без этого обойтись достаточно сложно), а исследование проблемы с точки зрения мировой политики и международных отношений.

Необходимо подчеркнуть, что в исследовании анализируются не все аспекты, связанные с официальным и неофициальным компонентами внешней культурной политики США. Так, чрезвычайно важной для понимания вопроса формирования американской идентичности, американской культуры и всего комплекса социально-политических отношений в США представляется тема роли церкви и религиозных течений, которые также эффективно используются в качестве внешнеполитического инструмента и средства защиты национальных интересов Соединенных Штатов. Однако упомянутая тема в силу своей специфики занимает особую нишу и является предметом отдельного углубленного

исследования. То же можно отнести и к вопросу о роли американского книгоиздания и прессы, поскольку США занимают лидирующее место в мире по объемам выпуска и продаж печатной продукции, а всемирно известные американские газеты эффективно формируют общественное мнение внутри страны и вне её, что закрепляет за Америкой роль лидера в сфере экспорта культурной продукции как инструмента внешней политики. Вместе с тем книжное дело и пресса не столь ярко отражают содержательное наполнение американской культурной дипломатии, нежели рассмотренные в работе аспекты.

«Четвертое измерение» американского внешнеполитического курса является связующим звеном многих аспектов внутренней и внешней политики США. В научном плане эта многогранная проблема находится на стыке практически всех исследуемых направлений внешней политики США. Однако анализ зарубежной и отечественной научной литературы свидетельствует о недостаточной изученности проблемы. Кроме того, представляется правомерным отметить принципиальное отсутствие публикаций по теме данной работы и тем более в рассматриваемых аспектах.

При написании работы использовались монографии, статьи, справочные материалы, разработанные американскими и европейскими научными центрами, такими как Центр изучения искусства и культуры (США), занимающийся исследованием вопросов культурной политики и дипломатии. Отдельную группу представляет периодическая печать, а также интернет-издания.

Работы отечественных и зарубежных ученых затрагивают вопросы информационной политики, идеологии и пропаганды США, их внутренней культурной политики, двусторонних культурных контактов США с другими странами. В то же время ощущается недостаток исследований, напрямую затрагивающих тему американской внешней культурной политики как неотъемлемого компонента арсенала «мягкой силы» США.

Среди отечественных исследований, посвященных как общим проблемам внешней политики США, так и изучению проблем, близких к теме этой книги, можно выделить работы О.А. Алякринского, Э.Я. Баталова, Л.Б. Берзина, Н.Н. Болховитинова, Л. Вострякова, Т.В. Греховой, Ю.П. Давыдова, А.Г. Дугина, Н.Г. Зяблюка, Э.А. Иваняна, В.А. Кременюка, А.Л. Мулярчика, Э.Л. Нитобурга, И.Н. Панарина, С.М. Рогова, В.Г. Сеидова, В.В. Согрина, М.В. Тлостановой, А.И. Уткина, П.А. Цыганкова, Т.А. Шаклеиной, Е.А. Шмагина.

Что касается зарубежной литературы, то первое серьезное осмысление вопросов внешней культурной политики США появилось в опубликованных в 1964 и 1965 гг. монографиях бывших помощников госсекретаря США по вопросам образования и культуры Ф. Кумбса⁴ и Ч. Френкеля⁵, в которых обосновывается необходимость установления и развития международных культурных контактов и осуществляется попытка определить роль и место культуры во внешней политике США.

Еще одной важной вехой в изучении культуры как инструмента внешнеполитического воздействия стали работы известного американского ученого Г. Шиллера, который в 1973 г. издал работу «Манипуляторы сознанием»⁶, а в 1976 г. опубликовал книгу «Массовые средства информации и культурное господство»⁷. Исследователь выдвинул понятие «американской империи», рассматривая печать, радио и телевидение в качестве орудия политической и военной экспансии США. Существует тесная связь между высшими деловыми кругами, военными и правительством, с одной стороны, и главами ведущих американских СМИ, с другой. Эта

⁴ *Coombs Ph.H.* The Fourth Dimension of Foreign Policy: Education and Cultural Affairs. – N.Y. and Evanston: Harper & Row, 1964.

⁵ *Frankel Ch.* The Neglected Aspect of Foreign Affairs: American Educational and Cultural Policy Abroad. – Wash.: Brookings Institution, 1965.

⁶ *Шиллер Г.* Манипуляторы сознанием. – М.: Мысль, 1980.

⁷ Там же.

взаимосвязь базируется на секретном сговоре, цель которого – контроль и манипуляция умами как внутри страны, так и за ее пределами.

Вместе с тем наиболее актуальны и интересны для исследования проблемы современные работы, вышедшие в свет в 1990-е гг. и особенно после 2000 г. Особо следует выделить упоминавшиеся труды профессора Гарвардского университета Дж. Ная «Призвание к лидерству: меняющаяся природа американской силы»⁸ и книгу, вышедшую в России под названием «Гибкая власть. Как добиться успеха в мировой политике»⁹.

Среди исследований других зарубежных ученых наиболее ценными в контексте рассматриваемой проблемы стали труды Д. Адамса и А. Голдбард, Р. Арона, Д. Белла, З. Бжезинского, П. Бьюкенена, Дж. Гиноу-Хехт, Чж. Гоцина, Ф. Джозефа, Дж. Драшлера, У. Дюбуа, А. Жанто, О. Жирара, А. Ирие, М. Каммингса, Х. Колэна, Р. Куисела, М.В. Льюсы, Ф. Нинковича, М. Нолэн, Д. Нэсбитта и П. Эбурдин, Р. Пэлса, Д. Роткопфа, Дж.А. Саблоски, Х. Файгенбаума, П. Холлэндера и др.

Из перечисленных имен целесообразно выделить наших современников. Это, прежде всего, упомянутые Дж. Гиноу-Хехт¹⁰ и Р. Пэлс¹¹, которые в работах освещают историю внешней культурной политики США, исследуют

⁸ *Nye J.S.* Bound to Lead: The Changing Nature of American Power. – New York, 1990.

⁹ *Най Дж.С.* Гибкая власть. Как добиться успеха в мировой политике. – С. 30–32.

¹⁰ *Gienow-Hecht Jessica C.E.* Shame on US? Academics, Cultural Transfer, and the Cold War – A Critical Review, *Diplomatic History*. – Vol. 24. – № 3 (Summer 2000); *Gienow-Hecht J.C.E.* A European considers the influence of American culture // www.usinfo.state.gov/journals/itgic/0206/ijge/gienowhecht.

¹¹ *Pells R.* Is American culture “American”? // www.usinfo.state.gov/journals/itgic/0206/ijge/pells; *Pells R.* Not Like Us: How Europeans Have Loved, Hated, and Transformed American Culture since World War II. – N.Y., L., 1997.

проблему американского «культурного империализма», его соотношения с глобализационными процессами, в том числе через призму экспорта массовой культуры США. Интересными также представляются исследования сотрудника Джорджтаунского университета (США) Дж.А. Саблоски¹², которая в докладе «Новейшие тенденции в работе госдепартамента» анализирует текущее состояние дел в сфере финансирования и государственного управления культурной дипломатией США. М. Каммингс¹³, детально исследуя причины, предпосылки, внутренние и внешние условия, механизмы реализации и результаты внешней культурной политики США во второй половине XX в. и на современном этапе, также приходит к небезынтересным заключениям. Ф. Нинкович в монографии «Информационная политика и культурная дипломатия США»¹⁴ прослеживает историю внешней культурной политики с начала XIX в. до наших дней. Как и упомянутые Дж. Гиноу-Хехт, Р. Пэлс, Дж.А. Саблоски, М. Каммингс и другие исследователи, подчеркивает, что в период «холодной войны» культурные программы стали эффективным инструментом противодействия советской пропаганде, и акцентирует внимание на том, что культурная дипломатия в настоящее время не менее важна для США, чем во время «холодной войны». Х. Файгенбаум¹⁵, доктор Университета Дж. Вашингтона, пишет о влиянии глобализации на внешнюю торговлю, культурную дипломатию и в целом внешнюю политику США. Современной «экономике знания» свойственно повышение значимости культурного фактора. Автор прихо-

¹² *Sablosky J.A.* Recent trends in Department of State support for cultural diplomacy: 1993–2002 // www.culturalpolicy.org.

¹³ *Milton C. Cummings Jr.* Cultural Diplomacy and the United States Government: A Survey (Washington DC: Center for Arts and Culture, 2003) // www.culturalpolicy.org.

¹⁴ *Ninkovich F.A., Hoepfli-Phalon U.S.* Information Policy and Cultural Diplomacy. – N.Y.: Foreign Policy Association, 1996.

¹⁵ *Feigenbaum H.B.* Globalization and Cultural Diplomacy, Washington DC: Center for Arts and Culture, 2001 // www.culturalpolicy.org.

дит к выводу, что доминирование в производстве культурных продуктов играет большую роль в конкурентоспособности американской экономики на мировом рынке.

Примечательно, что только после окончания Второй мировой войны культура начинает активно использоваться американским правительством в качестве инструмента дипломатии, что было, прежде всего, продиктовано внешними факторами – необходимостью ведения активной идеологической пропаганды в условиях «холодной войны». Именно во второй половине прошлого столетия экспорт культуры приобрел значение эффективного внешнеполитического инструмента. В этой связи хронологические рамки книги охватывают период с 30-х гг. XX в. (в 1938 г. был создан Отдел культурных связей в структуре Госдепартамента США) до 2000 г.

На суд читателя выносятся освещение истории внутренней культурной политики как основы механизма осуществления культурной дипломатии, проводится анализ основополагающих тенденций в изучении американской внешней культурной политики научным сообществом США и Европы, выявляются базовые принципы, направления и цели такой политики. Кроме того, важно выявить степень влияния культурной дипломатии США на их отношения с другими странами и систему международных отношений в целом. Для этого анализируются подходы руководства США к внешней культурной политике и использованию ее как инструмента «мягкой силы» в разные исторические периоды.

Для понимания места и роли «мягкой силы» во внешнеполитическом арсенале и глобальной стратегии США в начале XXI в. раскрываются официальные и неофициальные механизмы и институты реализации публичной дипломатии, внешней культурной политики, культурной дипломатии, рассматривается соотношение ролей, целей и интересов крупного бизнеса и государства в процессе распространения массовой культуры.

ГЛАВА 1

ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКИЕ УСТАНОВКИ

Одна из отличительных особенностей, характеризующих современную систему международных отношений, заложена не только и не столько «в том, чья армия сможет одержать победу, а в том, чей сюжет выиграет»¹⁶. В этой связи наряду с упомянутой классификацией внешнеполитических инструментов государства, выраженной в терминах «жесткой» и «мягкой» силы, в настоящее время с подачи Дж. Ная всё чаще используется термин «умная сила»¹⁷. «Smart power» – это эффективное сочетание «жесткой» и «мягкой» силы как наиболее применимый и адекватный с точки зрения современных условий международной повестки дня механизм обеспечения государством собственной национальной безопасности и реализации внешнеполитических задач.

«Умная сила» – величина непостоянная, набор инструментов которой варьируется в зависимости от исходных условий, целей и задач конкретных политических шагов. Именно об этом обновленном в теоретическом плане арсенале американской внешней политики говорила Х. Клинтон в американском сенате в ходе слушаний, посвященных ее утверждению в должности госсекретаря США. Тогда она изложила суть подходов американской дипломатии к использованию «умной силы» как приоритетного инструмента внешней политики США, заявив, что «дипломатия «умной

¹⁶ <http://www.culturaldiplomacy.org/academy/index.php?Videos-of-the-International-Symposium-on-Cultural-Diplomacy> (выступление Дж. Ная).

¹⁷ <http://www.culturaldiplomacy.org/academy/index.php?Videos-of-the-International-Symposium-on-Cultural-Diplomacy> (выступление Дж. Ная).

силы» станет авангардом внешней политики США» при администрации Б. Обамы¹⁸.

Вместе с тем и сам нынешний Президент США в своем выступлении в Каирском университете 4 июня 2009 г. в ходе своего ближневосточного турне отметил, что сила Соединенных Штатов является производной не только их военного могущества, но и американских ценностей¹⁹, обозначив, таким образом, очевидное изменение подходов политического истеблишмента США к использованию инструментов «мягкой силы» и возвращение к их позиционированию в качестве одного из приоритетов американской внешней политики.

Сегодня фактор культуры как составляющей «мягкой силы» в мировой политике приобретает новое звучание, серьезно возрастает его влияние на общемировые социально-экономические процессы и межгосударственные отношения.

В связи с этим государства начинают уделять все большее внимание своей культурной политике; становится все более актуальным и все чаще используется термин «внешняя культурная политика», поскольку экспорт, распространение и популяризация национальной культуры или, в обратном случае, отторжение внешней культурной экспансии стали весьма действенным инструментом внешней политики и эффективным средством борьбы за национальные интересы того или иного государства.

Внешняя культурная политика при ее успешной реализации может служить сильным вспомогательным идеологическим орудием, сопровождающим осуществление общей внешнеполитической стратегии государства, создавая прочный фундамент, позволяющий государству не только отстаивать и продвигать свои национальные интересы на мировой

¹⁸ <http://video.google.com/videoplay?docid=-4238036372829265114#docid=2627289531242507463>.

¹⁹ Обама в Каире призвал завершить период разногласий между Западом и исламским миром // http://www.newsru.ru/world/04jun2009/obama_3.html.

арене, но и оказывать непосредственное влияние на различные политические, экономические, социальные процессы в мире.

Трудно отрицать, что влияние американской культуры прослеживается на большей части планеты. Вполне естественно, что американская культура не воспринимается повсеместно и вызывает неприязнь и отторжение на культурно-цивилизационном уровне, порождая конфликты на этой основе. Однако это, в свою очередь, служит своеобразным доказательством активности ее общемировой экспансии.

Впрочем, стоит сделать оговорку, касающуюся самого понятия американской культуры. Этот термин далеко не однозначен и порождает разнообразные точки зрения по поводу правомерности использования понятия «американская культура» и признания факта существования таковой.

Такие исследователи вопросов культурной дипломатии США, как американский ученый Ричард Пэлс²⁰ и исследователь из ФРГ Джессика Гиноу-Хехт²¹, полагают, что неправомерно вообще говорить об американском «культурном империализме», предлагая различать понятия американской и глобальной культуры. Они утверждают, что США находились и продолжают находиться под влиянием общемировых культурных тенденций, глобальной культуры и лишь благодаря своей социокультурной специфике «переупаковывают» эти продукты и ретранслируют на весь мир.

Однако это отнюдь не бесспорное утверждение, но обоснованное и иллюстрирующее спектр мнений в среде исследователей внешней культурной политики Соединенных Штатов.

Со второй половины XX столетия американская культура как «неофициальный» идеологический инструмент

²⁰ *Pells R.* Is American culture “American”? // www.usinfo.state.gov/journals/itgic/0206/ijge/pells.

²¹ *Gienow-Hecht J.C.E.* A European considers the influence of American culture // www.usinfo.state.gov/journals/itgic/0206/ijge/gienowhecht.

внешней политики американского правительства по нарастающей продолжает свое распространение, проявляясь в различных аспектах на разных уровнях, и благодаря развитию науки, техники, высоких технологий к концу 90-х гг. достигает впечатляющих результатов.

Здесь уместно упомянуть о так называемом культурном аспекте глобализации, который зачастую отождествляют с американским культурным империализмом, вопрос о котором приобрел наибольшую актуальность к 90-м гг. XX в. Этот неоднозначный вопрос является предметом множества дискуссий и представляет собой тему отдельного исследования. В контексте настоящей работы целесообразно лишь подчеркнуть, что внешняя культурная политика США и распространение американской культуры, естественно, взаимосвязаны с процессом глобализации.

Внешняя культурная политика США и экспорт их культуры способствуют развитию процессов глобализации, отчасти являясь порождением этих же процессов, и глобализация, в свою очередь, содействует реализации внешней культурной политики Соединенных Штатов и распространению американской культуры. Таким образом, эти явления находятся в состоянии взаимопроникновения и взаимовлияния, являются одной из основных и неотъемлемых составляющих многоуровневой глобализации.

Именно поэтому и не без основания в мире существуют опасения по поводу того, что культурный аспект глобализации заключается в попытке навязывания США всей планете единого культурно-ценностного стереотипа, формировании универсального стандарта культуры по образу и подобию США, уничтожающего историко-культурное разнообразие мира.

На сегодняшний день официальная и неофициальная внешняя культурная политика США и связанный с ней экспорт американской культуры, по мнению ряда авторов, представляют собой вызов культурной идентичности других го-

сударств, их историко- и этно-культурному своеобразию и уникальности и, что особенно важно, политической и экономической независимости. Для иллюстрации этого достаточно вспомнить концепции информационных войн и постулаты теоретиков атлантизма, в том числе об аэрократии, эфирократии и медиакратии²².

Влияние американской культуры в целом ощущают на себе представители практически всех ныне здравствующих поколений. Её воздействие зачастую более явно и ощутимо на бытовом уровне, нежели влияние иных факторов политического, экономического, военного плана, т.е. «жесткой силы». При умелом сочетании указанные инструменты взаимосвязаны и преследуют единую конечную цель – защиту национальных интересов США и сохранение их мирового лидерства.

Широко известны различные образовательные и культурные программы, которые разрабатывает Государственный департамент США через свое Бюро по делам образования и культуры. Программы Госдепартамента, осуществляемые совместно с разнообразными частными благотворительными фондами и иными организациями подобного рода, направлены на формирование позитивного облика США за рубежом, на распространение в других странах как можно большей позитивной информации об этом обществе, на формирование фундамента взаимопонимания между разными странами и культурами. Помимо этого одной из основных целей этих программ является предоставление молодым ученым и специалистам грантов на обучение в ведущих американских вузах.

Образовательные программы способствуют утечке умов в США, что в принципе соответствует их кадровой политике, национальным интересам и демонстрирует эффективность воздействия «мягкой силы». Более того, посредством различных образовательных и культурных программ, а также фондов и иных инструментов США нередко получали

²² Дугин А.Г. Основы геополитики. – М., 1999.

возможность влиять на внутривнутриполитическую ситуацию в государствах.

«Идеалы и ценности, которые Америка «экспортирует» в умы более полумиллиона иностранных студентов, которые каждый год обучаются в американских университетах, а затем возвращаются в свои родные страны, или в сознание азиатских предпринимателей, которые возвращаются домой после стажировки или работы в Силиконовой долине, направлены на то, чтобы «добраться» до властных элит. Например, у большинства китайских лидеров сыновья или дочери получили образование в Соединенных Штатах...»²³.

Если рассматривать процесс распространения американского культурного влияния и развития внешней культурной экспансии США в XX в. вплоть до наших дней через призму глобализации, то вторая половина XX – начало XXI столетия ознаменовались американским культурным влиянием в общемировом масштабе.

Важной чертой «культурной» глобализации является непрерывный процесс унификации культурных предпочтений человечества. Начиная с итальянского Ренессанса, этот процесс прошел через стадии французского, английского и американского культурного влияния, географический ареал которого каждый раз расширялся. Так, позиции итальянского Возрождения ограничивались Западной Европой, а остальной мир жил собственной культурной жизнью. Французская культурная экспансия XVIII – начала XIX в. распространилась на всю Европу, а английское влияние XIX в. стало глобальным по охвату. Американскую культурную традицию можно без преувеличения назвать планетарной – к концу XX в. практически нет такого уголка земли, где население не знало бы таких понятий, как джаз, рок, рэп, пепси, Голливуд и т.д.

²³ *Най Дж.С.* Гибкая власть. Как добиться успеха в мировой политике. – С. 40.

Подводя итог вышеизложенному, подчеркнем, что актуальность темы обусловлена повышением значимости «мягких» инструментов силы и влияния в мировой политике и связанным с этим возрастанием роли культурного фактора во внешней политике государств и усилением его воздействия на мировые социально-политические и экономические процессы, на международные отношения в целом.

Но главное, вторая половина XX – начало XXI в. охарактеризовалась мощной внешней культурной экспансией Соединенных Штатов, которая оказалась эффективным инструментом внешней политики американского правительства, даже если речь идет о негосударственных механизмах реализации внешней культурной политики (более того, именно на уровне этих негосударственных механизмов осуществляется и осуществляется наиболее сильное влияние).

Представляется необходимым остановиться на работах, в которых в той или иной степени освещен понятийный аппарат исследуемой проблемы, в частности даются определения культуры и ключевых понятий, производных от термина «культура» и напрямую с ним связанных, на которых строится настоящая работа. С точки зрения исследуемой проблематики, интерес представляет не этнологическая или антропологическая концепция культуры, а социальный, даже социально-политический аспект, хотя, несомненно, четко разграничить разные стороны этого явления без указания взаимосвязи между ними практически невозможно.

Близким контексту исследования представляется определение понятия «культура», которое дает Д. Белл: «Для общества, группы или индивида культура представляет собой непрерывный процесс укрепления своей идентичности посредством согласованности, достигнутой через последовательную приверженность эстетике, моральное осмысление собственного естества и образ жизни, который отражает эти представления в предметах, украшающих жилище человека или самого человека, и во вкусе, выражающем, в свою оче-

редь, эти взгляды. Таким образом, культура является областью проявления чувствительности, эмоций и морального состояния, а также разума, который стремится к упорядочению этих чувств»²⁴. Акира Ирие лаконично, но вместе с тем содержательно и в соответствии с изучаемой темой определяет культуру как «разделяемую членами общества систему верований, материальных ценностей, идеологии, обычаев и образа жизни»²⁵.

При использовании термина «американская культура» необходимо обратить внимание на то, что в отношении культуры США, как и практически любого другого государства, уместно разделять понятие культуры на так называемую высокую и массовую культуру.

Что касается высокой культуры, то она, как и вся культура современного американского общества, формировалась с начала XX в. под непосредственным влиянием эмигрантской среды, в том числе и бывших наших соотечественников, вклад которых в формирование высокой культуры США более чем ощутим. Речь идет о талантливых музыкантах, композиторах, дирижерах, певцах, поэтах, писателях, художниках, театральных режиссерах, хореографах, танцорах и т.д. – выходцах из СССР и других преимущественно европейских стран, которые сыграли и по сей день играют очень важную роль в культурной жизни Америки.

Неслучайно Д. Нэбитт и П. Эбурдин в книге «Что нас ждет в 90-е гг. Мегатенденции: Год 2000»²⁶ пишут о том, что на начало 90-х гг. прошлого столетия в США наблюдался необычайный рост популярности и спрос на высокую культуру и искусство. Здесь они имеют в виду серьезный рост

²⁴ *Bell D.* The Cultural Contradictions of Capitalism. – New York, 1976. – P. 36.

²⁵ *Gienow-Hecht J.* Shame on US? Academics, Cultural Transfer, and the Cold War – A Critical Review // *Diplomatic History*. – Vol. 24. – № 3 (Summer 2000).

²⁶ *Нэбитт Д., Эбурдин П.* Что нас ждет в 90-е годы. Мегатенденции: Год 2000. – М.: Республика, 1992. – С. 70–105.

посещаемости концертов симфонических оркестров, оперы, балета, драматических театров, а также о буме в изобразительных искусствах, возросшей посещаемости музеев и т.д.

Таким образом, высокая культура Нового Света, как и американское общество и культура в целом, является мозаичной, т.е. культурой, синтезированной путем ассимиляции, адаптации и синтеза части историко-культурных традиций и иных явлений культурного порядка различных стран и регионов мира. В результате появляется новый тип культуры, который, ассимилируя вышеперечисленные явления, «переваривает» их под воздействием различных факторов, прежде всего национального менталитета, добавляет свое видение, свои тенденции и транслирует на весь мир уже непосредственно свое восприятие этих явлений.

В культурном плане США представляют собой во многом уникальное явление, универсальную модель межкультурного общения, а точнее межкультурного синтеза и взаимовлияния культур. Согласно одной из основных концепций формирования американской национальной идентичности, США являются «гигантским национальным плавильным котлом», что четко отражает мультикультурную специфику американского общества. Известно, что любой гражданин США вне зависимости от национальной принадлежности идентифицирует себя как американец, подчеркивая свою принадлежность к государству и обществу, носящим наднациональный характер, к единой американской нации. На это воздействуют различные факторы исторического, культурного, политического, социального и иного плана. Но в то же время представители каждого этноса вносят в «общий котел» американской культуры часть своей национальной культуры, и, таким образом, множество разных мировых культур синтезируется, находясь в постоянном взаимовлиянии и взаимопроникновении, в чем состоит основа межкультурного диалога на американской почве.

В силу своего этнокультурного разнообразия американское общество напоминает концентрированную модель мира. Наиболее очевиден пример крупных мегаполисов и, прежде всего Нью-Йорка, который в этническом плане действительно создает впечатление планеты в миниатюре. Поскольку эмигранты разных периодов и вновь прибывающие в Северную Америку на постоянное место жительства представители других стран, как правило, расселялись и продолжают расселяться по этническому признаку, в США существует огромное количество национальных общин.

Наряду с крупными общинами, объединяющими выходцев из разных стран Европы, Латинской Америки или Азиатско-Тихоокеанского региона, существует множество этнических сообществ меньших размеров. Этнические сообщества играют роль своеобразных очагов национальной культуры, где культура, привнесенная с исторической родины, сохраняет свою самобытность благодаря стремлению диаспоры оградить её от ассимиляции с доминирующей культурой. Но в то же время на территории США различные культуры не существуют и не могут существовать закрыто, изолированно друг от друга, постоянно идет процесс межкультурного взаимодействия²⁷. Однако это взаимодействие находится под непосредственным влиянием доминирующей культуры.

Вместе с тем в Соединенных Штатах четко проявляется тенденция к «консервации», самоизоляции и замыканию внутри этнических сообществ, чему во многом способствовали события 11 сентября 2001 г. В этой связи нельзя не упомянуть интересное и актуальное исследование современных проблем формирования и осознания американским

²⁷ *Филимонов Г.Ю.* Адаптация различных боевых искусств планеты в США как форма межкультурного диалога // *Взаимодействие мировых цивилизаций: история и современность: Материалы конференции аспирантов кафедры всеобщей истории РУДН.* – М., 2001. – С. 151.

обществом национальной идентичности, проведенное С. Хантингтоном и изложенное в книге «Кто мы?»²⁸.

Кроме того, на сегодняшний день внутри американского общества существуют серьезные проблемы, проявляются тревожные тенденции, вызывающие активный социальный резонанс. Эти проблемы связаны именно с мультикультурализмом США, их миграционной политикой и соответственно с вопросами расово-этнических и межконфессиональных отношений. Некоторые представители американской научной и политической элиты, выражающие мнение большей части американского общества, называют происходящие в Америке социокультурные изменения и связанные с этим процессы «культурной войной»²⁹. Вместе с тем на официальном уровне нет внятной реакции на происходящее, по-

²⁸ Хантингтон С. Кто мы? – М.: АСТ, 2004. – 635 с.

²⁹ Как правило, так называют противодействие сил, придерживающихся противоположных взглядов, в сфере политики, религии, этики, экономики, массовой культуры и образования. Словосочетание «культурные войны» стало популярным в 1980-е гг. В 1990-е оно начало звучать из уст политиков, причем зачастую в качестве ключевого слова политической программы. Так, в 1992 г. один из кандидатов в президенты от республиканской партии П. Бьюкенен на Конвенции республиканской партии призвал однопартийцев к «войне за душу нации». По его мнению, консерваторы должны начать культурную революцию с целью защиты традиционных ценностей. Культурные войны в этом контексте определялись как политические и моральные дискуссии между лагерями светских либералов и религиозных консерваторов. Социолог Джеймс Дэвисон Хантер более широко определял культурные войны в американском обществе, называя их конфликтом между ортодоксальным лагерем консерваторов (традиционалистов) и прогрессивным лагерем либералов (модернистов). Наиболее известный на сегодняшний день исследователь этого вопроса – Моррис Фиорина, старший научный сотрудник исследовательского центра Hoover Institution, профессор Стэнфордского университета, соавтор исследования «Культурная война: Миф о расколотой Америке» (*Morris P. Fiorina, Samuel J. Abrams, Jeremy C. Pope. Culture War? The Myth of a Polarized America (Great Questions in Politics Series)*). – Longman, 2004); <http://www.washprofile.org/ru/node/5516>; http://www.kontinent.org/article_rus_45429d7e5d985.html.

литический истеблишмент бездействует, применяя отработанный идеолого-пропагандистский инструментарий как внутри Штатов, так и за их пределами, пытаясь скрыть наличие проблемы и «заглушить» назревшую необходимость ее решения при помощи официальной политкорректной идеологии. Весьма интересное исследование на эту тему провел Патрик Дж. Бьюкенен в работе «Смерть Запада»³⁰.

Краткая характеристика этнокультурных особенностей американского общества, его мультикультурной специфики помогает лучше понять суть исследуемого вопроса. Но рассмотрение проблем мультикультурализма в США представляет собой очень интересную и обширную тему отдельного исследования, что выходит за рамки изучаемого вопроса.

Второй важнейший и наиболее значимый компонент понятия «американская культура» – массовая культура. Часто в словарях массовую культуру определяют как понятие, характеризующее особенности производства культурных ценностей в современном обществе, а также как разновидность культуры, которая ориентирует распространяемые ею (обычно при помощи СМИ) духовные и материальные ценности на «усредненный» уровень развития массовых потребителей.

Осмысление проблемы массовой культуры, как известно, было начато книгами О. Шпенглера «Закат Европы», А. Швейцера «Культура и этика», Х. Ортеги-и-Гассета «Восстание масс», Э. Фромма «Иметь или быть», в которых массовая культура осмысливается как предельное выражение духовной несвободы.

Само выражение появилось в США не позднее 1939 г., а в качестве термина впервые было применено М. Хоркхаймером в труде 1941 г. «Искусство и массовая культура». В качестве синонимов этого понятия используются также термины «популярная культура» или «поп-культура», «инду-

³⁰ Бьюкенен Патрик Дж. Смерть Запада. – М.: АСТ, 2004.

стрия развлечений», «коммерческая культура» и др. Массовая культура является флагманом американской культуры, своеобразной «визитной карточкой» Соединенных Штатов и одним из столпов современной североамериканской, а в общем плане – западной цивилизации.

Если высокая культура США все-таки является больше продолжением европейской культурной традиции, то современная американская поп-культура представляется истинно американским продуктом. Именно коммерческим продуктом, так как популярная культура являет собой индустрию, а ее потребители – рынок сбыта. Причем масштабы этого рынка простираются практически на весь мир. Кроме того, между понятиями «американская культура» и «массовая культура» в ряде случаев можно поставить знак равенства, так как очень часто они взаимозаменяются и используются как тождественные. Говорить о массовой культуре крупных европейских государств (Великобритания, Франция, Германия) вряд ли целесообразно так как в своей основе они являются производными от современной американской популярной культуры и находятся под ее влиянием.

Наконец, когда заходит речь об экспорте американской культуры, культурном империализме и других явлениях подобного рода, прежде всего имеется в виду, естественно, не высокая культура США, а их массовая культура, которая благодаря развитию высоких технологий транслируется на весь мир, воспринимается на большей его части и которая стала достоянием современной цивилизации, превратившись в наднациональное, глобальное явление. Планетарные завоевания американской культуры обязаны именно поп-культуре. Так, на конференции по культурной дипломатии, организованной в Белом доме 28 ноября 2000 г., тогдашний Президент США Б. Клинтон заявил, что ««холодную войну» выиграл Элвис Пресли»³¹, и обратился к законодателям с призы-

³¹ Шмагин Е.А. Культура и дипломатия // Международная жизнь. – 2002. – № 3.

вом отпускать на нужды культуры еще большие ассигнования, а к Госдепартаменту – эффективнее ими распоряжаться. Массовая культура является эффективным политическим и идеологическим инструментом, находясь на службе у различных медиамагнатов, транснациональных корпораций, представителей политических кланов, финансово-промышленных и иных деловых кругов, которые владеют средствами массовой информации (основными распространителями современной американской культуры) и осуществляют объемные капиталовложения в эту сферу, представляющую собой прибыльный бизнес.

В контексте исследования внешней культурной политики США термин «американская культура» употребляется в его комплексном понимании, т.е. имеется в виду и высокая, и массовая культура Нового Света. Но в то же время, ведя речь об экспорте американской культуры, культурном империализме, американизации и иных феноменах этого ряда, под указанным термином мы понимаем в большей степени поп-культуру Америки. К тому же именно эта составляющая данного понятия представляется интересной и актуальной проблемой для исследования.

Что касается термина «культурная политика», то он подразумевает наличие тех ценностей и принципов, которыми руководствуется любой социальный организм в вопросах культуры. Культурная политика реализуется как государством в лице органов законодательной и исполнительной власти, так и различными институтами в частном секторе – от корпораций до общественных организаций. Можно сказать, что культурная политика является некой системой координат для тех, кто принимает решения или совершает действия, так или иначе оказывающие влияние на культурную жизнь общества и государства.

Одно из первых определений понятия «культурная политика» было введено в оборот на круглом столе ЮНЕСКО в Монако в 1967 г. В докладе «Политика в сфере

культуры – предварительные соображения» под политикой в сфере культуры понимался «комплекс принципов, административных и финансовых видов деятельности и процедур, которые обеспечивают основу действий государства в области культуры». В этом контексте реализация политики в сфере культуры представляет собой «всю сумму сознательных и обдуманых действий (или отсутствие действий) в обществе, направленных на достижение определенных культурных целей, посредством оптимального использования всех физических и духовных ресурсов, которыми располагает общество в данное время»³².

Обобщая принятые подходы к определению культурной политики у зарубежных философов и культурологов, российский исследователь Л. Востряков предлагает выделять целевой, институциональный и ресурсный подходы к определению категорий культурной политики. Подходы совмещаются, когда используется комплексный управленческий подход к определению культурной политики.

Наиболее близким к целевому подходу при определении культурной политики является определение сербской исследовательницы, профессора Белградского университета Милены Драгичевич-Шешич: «Термин «политика» обозначает сознательную деятельность, направленную на достижение востребованных обществом целей. Каждая сторона общественной жизни имеет свою цель, поэтому мы говорим о целях в области экономики, здравоохранения, образования. Когда речь идет об осуществлении востребованных обществом целей в области культуры, появляется понятие культурной политики. Зная, что нет человеческого общества без культуры, можно было бы прийти к выводу, что нет и общества без культурной политики. Этот вывод, однако, не соответствует действительности, так как само по себе существование культуры не означает, что направление ее развития оп-

³² Востряков Л. Культурная политика: основные концепции и модели // <http://www.dvinaland.ru/culture/Publications/EoC/EoC2004-1/07.pdf>.

ределено рядом целей и задач, которые необходимо осуществить с помощью соответствующих мер, механизмов и действий, а именно в этом и заключается понятие «культурная политика». (...) Итак, культурная политика является сознательным регулированием в области культуры при принятии необходимых решений по всем вопросам, относящимся к культурному развитию общества в целом»³³.

Сотрудник Департамента науки и исследований Министерства культуры Франции О. Жирар в книге «Культурное развитие: опыт и политика» дает следующее определение культурной политики: «Культурная политика – это система максимальных и практических целей, преследуемых социальной группой, и средств, ею применяемых, которая используется властью. Культурная политика может осуществляться профсоюзами, партиями, образовательными учреждениями, институтами, предприятиями, городами и правительствами. Но независимо от института, ее проводящего, культурная политика подразумевает наличие долгосрочных, среднесрочных и краткосрочных целей, а также средств (людей, денег и законодательства), объединенных в тесно связанную систему»³⁴.

Когда правительства в развитых странах определяют культурную политику, то они в основном ограничиваются наиболее узкими и стандартными категориями, такими как средства массовой информации и массовые коммуникации, искусство, образование, и в некоторых странах – спорт. Однако средства реализации культурной политики достаточно разнообразны. Это могут быть и гранты, что наиболее распространено, и программы общественного трудоустройства службы занятости населения, а также создание и поддержание благоприятных условий для деятельности культурной сферы, охрана исторических памятников и т.д.

³³ Драгичевич-Шешич М., Стойкович Б. Культура: Менеджмент, анимация, маркетинг. – Новосибирск, 2000. – С. 26.

³⁴ www.wxcd.org.

Трудность использования термина «культурная политика» заключается в том, что его значение непостоянное. Культурная политика все время воспроизводит проблему собственных терминов³⁵.

Внешняя культурная политика может осуществляться теми же институтами, но ориентирована вовне. Основные цели внешней культурной политики государства заключаются в формировании позитивного облика страны за рубежом посредством ознакомления других народов с его культурными ценностями, а также в содействии осуществлению процесса кросскультурного взаимодействия и взаимопонимания между народами (через организацию культурных обменов, проведение экспозиций и т.д.). Кроме того, одной из отличительных особенностей внешней культурной политики является трансляция национальной культуры и ее популяризация. Но главное – внешняя культурная политика может быть действенным инструментом на службе у государства в качестве проводника национальных интересов и средства их реализации.

Согласно разработанному в российском внешнеполитическом ведомстве концептуальному документу «Основные направления работы МИД России по развитию культурных связей с зарубежными странами», внешняя культурная политика определяется как специфический инструмент достижения внешнеполитических целей государства посредством развития международного культурного сотрудничества³⁶. Разработка и реализация внешней культурной политики осуществляется на основе правовых норм, идеологических установок и практических мероприятий.

Вместе с тем в западной терминологии понятие «внешняя культурная политика» часто заменяется выраже-

³⁵ *Востряков Л.* Культурная политика: основные концепции и модели // <http://www.dvinaland.ru/culture/Publications/EoC/EoC2004-1/07.pdf>.

³⁶ Основные направления работы МИД России по развитию культурных связей с зарубежными странами: приказ МИД России от 23 февраля 2001 г. // www.mid.ru.

нием «культурная дипломатия», однако было бы неправомерным утверждать, что они полностью синонимичны.

Один из американских исследователей этого феномена Милтон Каммингс мл. характеризует культурную дипломатию как «обмен идеями, информацией, произведениями искусства и другими компонентами культуры между государствами и населяющими их народами с целью укрепления взаимопонимания»³⁷, т.е. это комплекс практических действий в сфере межгосударственного культурного взаимодействия. Культурная дипломатия рассматривается как основная составляющая понятия «публичная дипломатия», которое означает информирование международной общественности, поддержание и развитие контактов с другими народами в сфере образования и культуры, нацеленное на создание привлекательного образа страны за рубежом.

³⁷ *Cummings Milton C.Jr.* Cultural Diplomacy and the United States Government : A Survey. – Washington DC: Center for Arts and Culture, 2003. – С. 1 // www.culturalpolicy.org.

ГЛАВА 2

ИСТОРИЧЕСКИЙ ОБЗОР ФОРМИРОВАНИЯ КУЛЬТУРНОЙ ПОЛИТИКИ СОЕДИНЕННЫХ ШТАТОВ

Осмысление роли культурных факторов в жизни общества имело важное значение на протяжении всей американской истории начиная со времен ранних европейских поселений. Для первых поселенцев в Северной Америке было свойственно полное надежд, весьма утопичное видение Нового Света, свободного от предрассудков, чопорности и «скованности», характерных в то время, по их мнению, для традиционного европейского общества. Этот наследственный синтез идеализма и надежды до сих пор во многом определяет сознание американцев. Но с самого начала на этот утопизм и идеализм была брошена тень благодаря политике, проводимой в отношении автохтонных культур североамериканского континента.

Культурная политика американского правительства на ранних этапах была достаточно сложной и разноплановой, но, к сожалению, в одном она была практически всегда одинаково последовательной – в подавлении культурного разнообразия. Как ни парадоксально это звучит, но известное своей мультикультурной спецификой современное американское общество прошло на пути своего исторического формирования ряд неоднозначных этапов, первым из которых стало уничтожение коренного населения и создание для его проживания специальных резерваций.

Однако хотелось бы заметить, что перед нами стоит задача не выступать в качестве обличителя, а представить объективную историческую картину, о чем часто говорят и пишут сами американские историки. Тем более эти факты

оказали определенное влияние на формирование американской культуры, ценностей и культурной политики США.

Конечно, между местными племенами индейцев и поселенцами из Старого Света встречались частные случаи дружественных контактов, но это было далеко не определяющей тенденцией в их взаимоотношениях. В американской истории достаточно печальных свидетельств репрессивных акций по отношению к коренному населению, которые еще больше провоцировались вспышками эпидемий неизвестных европейцам заболеваний, порождаемых контактами с индейским населением. Было осуществлено немало попыток насаждения автохтонному населению европейской культурно-цивилизационной модели, либо под угрозой смерти, либо, уже позже, путем организации специальных государственных школ.

Как пишет С. Хантингтон, «в первые десятилетия вслед за основанием поселений в Плимуте и Массачусетс-Бэй (1620 и 1630 гг. соответственно) отношения колонистов с индейцами были в основном дружескими. В середине семнадцатого столетия начался даже «золотой век взаимного процветания» для индейских племен и английских колонистов. Крепла торговля, частым явлением становились смешанные браки. Однако уже в 1660-х годах торговля заметно сократилась, а притязания колонистов на индейские земли вылились в войну короля Филиппа (1675–1676). Это была едва ли не кровопролитнейшая из войн в американской истории: уровень потерь среди колонистов почти вдвое превысил потери в Гражданской войне и в семь раз – потери во Второй мировой»³⁸.

«В 1830-х годах президент Эндрю Джексон убедил конгресс принять закон об устранении индейцев; по этому закону важнейшие племена шести южных штатов были принудительно выселены к западу от Миссисипи, что привело ко

³⁸ Хантингтон С. Кто мы? – С. 95.

Второй войне семинолов (1835–1843). Сегодня этот закон называли бы «этнической чисткой»³⁹.

Политика американского правительства того времени в этом направлении практически привела к уничтожению и консервации культур коренных народов Северной Америки, что нашло отражение в проблематичном статусе индейского населения в современных США. Это также является одним из болезненных вопросов американской истории и современности.

В этом контексте целесообразно также обратиться к оригинальным, актуальным и крайне интересным историческим исследованиям В.Р. Мединского, отраженным в цикле его трудов «Мифы о России», где автор пишет, что «на территории будущих США 1700 г. жило до полутора миллионов индейцев. К 1900 году их осталось порядка 100 тыс. человек, но с самых плодородных и богатых земель их вытеснили. В США в XIX в. «открыли» еще один «естественный» способ «освобождения» земли от дикарей: индейцы не имели иммунитета против многих европейских болезней»⁴⁰. В результате индейцев специально заражали, эпидемии уносили тысячи жизней, а их земли доставались европейским поселенцам.

На данном историческом фоне вопрос об ответственности общества за урон, нанесенный коренным американским культурам, воспринимался с большой неприязнью. Со стороны общественности было приложено слишком мало усилий для поддержки, сохранения и восстановления культурных традиций коренного населения. Основной инициативой правительства в этом направлении стало создание специальных резерваций, а главной альтернативной тенденцией правительства – стремление насильственно ассимилировать индейцев с доминирующей культурой.

³⁹ Хантингтон С. Кто мы? – С. 96.

⁴⁰ Мединский В.Р. О русском рабстве, грязи и «тюрьме народов». – 2-е изд. – М.: ОЛМА Медиа Групп, 2008. – С. 103.

Так или иначе, американские индейцы на протяжении долгого исторического периода продолжали и продолжают борьбу за сохранение своей уникальной культуры. Во второй половине XX в. наметились ощутимые сдвиги в государственной политике по отношению к коренному индейскому населению и, в частности, к его культуре. Сами активисты из числа потомков коренного населения внесли большой вклад в дело восстановления своих культурных традиций. На сегодняшний день во многом благодаря патриотической идеологии государства, деятельности профильных общественных организаций, а также в большой степени литературе и кинематографу индейцы, как это ни парадоксально, стали одним из американских символов и неотъемлемой частью культуры США.

Чтобы лучше представить социальную основу формирования американской культуры и государства, представляется целесообразным дать краткую характеристику составу американского общества времен ранних поселений.

Так, например, В.В. Согрин пишет: «Освоение Нового Света являлось делом частных лиц и групп, получивших соответствующие разрешения от монарха Англии. Различия в социальном облике этих групп и лиц предопределили различие тенденций колонизации. Грубо говоря, изначально среди тех, кто осваивал Америку, выделились три главные группы: акционерные компании буржуазного типа, устремлявшиеся за океан в поисках рынков, прибылей, источников сырья; протестанты, надеявшиеся воплотить на новой родине свои религиозные и этические принципы; аристократы, помышлявшие об обширных феодальных владениях»⁴¹. Кроме того, на освоение новых земель в поисках лучшей жизни отправлялись крестьяне (преимущественно английские, ирландские и шотландские), потерявшие землю в результате «огораживания», ремесленники, лишившиеся работы вследствие раз-

⁴¹ Согрин В.В. Политическая история США XVI–XX вв. – М.: Весь мир, 2001. – С. 8.

вития мануфактурного производства, преступники, вышедшие из мест лишения свободы, различные деклассированные элементы, которых ссылали туда, а также просто искатели приключений, богатства и свободы (т.е. свободы действий и мысли).

До первых больших волн иммиграции XIX в. основное белое население молодой американской нации составляли в основном английские протестанты. Их взгляды были пропитаны идеями эпохи Просвещения, что нашло отражение в американском «Билле о правах», т.е. первых десяти поправках к Конституции США, хотя применялись эти принципы очень избирательно, по большей степени в пользу владельцев крупной земельной собственности. Ценности Просвещения в интерпретации первых американских политических философов делали основной акцент на защите личных свобод и сохранении независимости от потенциальной тирании со стороны государственной власти. Несмотря на то что такие культурные аспекты американской общественно-политической жизни, как образование, избирательное право и рабство, были предметами горячих общественных дискуссий, правительство заняло позицию невмешательства, которая автоматически благоприятствовала наиболее могущественным.

Противовесом такой американской культурной ценности, как личная свобода, на протяжении всей истории США являлась противоположная традиция – общинные ценности. Возведение жилищ, взаимопомощь во время урожая или перед лицом наводнений и иных стихийных бедствий, недоверие далеким от народа политическим лидерам – все это стало частью культурного наследия, которое также имеется в виду при употреблении термина «американская культура».

Власть в США принадлежала белым, но на формирование американской культуры серьезное влияние оказало чернокожее население, которое тогда составляли рабы, завезенные из Африки. Этот сегмент американских социокуль-

турных реалий будет рассмотрен отдельно в контексте анализа массовой культуры США и её экспорта как инструмента «мягкой силы».

В 1619 г. в Вильямсбург (штат Вирджиния) из Африки прибыл первый корабль с рабами (за год до того, как к берегам восточного побережья США в Плимут Рок подошел корабль «Мэйфлауэр», на борту которого находились пуритане-пилигримы, почитаемые сегодня в Америке в качестве основателей американской демократии и национального суверенитета).

Основные исторические причины ввоза европейскими колонизаторами рабов из Африки на территорию Америки (Северной, Центральной, Южной) заключались в малой пригодности автохтонного индейского населения этих континентов для «“практических” нужд белых колонизаторов»⁴². Захват индейцев в рабство был делом опасным, а экономический эффект от их работы на плантациях, где они тысячами умирали, был крайне невысок. В результате «эксплуатировать их практичные европейцы посчитали невыгодным»⁴³ и начали ввозить чернокожих рабов из Африки, которые были выносливы и трудолюбивы. За XVII–XVIII вв. из Африки вывезли примерно 15 миллионов рабов, 10 миллионов из них – мужчины (готовые работники). При этом, по данным ученых, на упомянутые 15 миллионов приходится не менее 5 миллионов умерших в пути⁴⁴.

«В Африке шла полномасштабная охота на рабов. Европейцы подкупали вождей, чтобы они продавали своих подданных, или устраивали войны, захватывая подданных своих соседей»⁴⁵. Не секрет, что этот «бизнес» приносил серьезную прибыль вовлеченным в него «предпринимателям» и имел колоссальный капиталоборот.

⁴² *Мединский В.П.* О русском рабстве, грязи и «тюрьме народов». – С. 96.

⁴³ Там же.

⁴⁴ Там же. – С. 97.

⁴⁵ Там же. – С. 98.

Только в XIX в. стал активно обсуждаться вопрос о запрете работорговли, инициатором которого выступила Россия на Венском конгрессе 1815 г. (Декларация о запрете торговли рабами приложена к Генеральному акту Венского конгресса), о чем совершенно справедливо нам напоминает В.Р. Мединский⁴⁶. При этом стоит отметить, что русские едва ли имели хорошее представление об этом явлении, формировавшееся в основном по впечатлениям путешественников и уж тем более вряд ли предполагающее возможность аналогии с крепостным правом, как по форме, так и по содержанию. Окончательная отмена этого ремесла была оформлена только в 1890 г., когда Брюссельский противоневольничий акт подписали более 20 стран в Европе, Азии и Африке.

Однако вернемся к Соединенным Штатам. Расистские настроения в США заметно усилились в XVIII в., когда вся экономика и социальная структура Юга оказалась в зависимости от использования рабского труда и работорговли.

Первый статут о натурализации от 1790 г. открывал доступ к американскому гражданству лишь «свободным белым людям». В ту пору чернокожие, преимущественно рабы, составляли около 20% населения США. Отношение к ним американского общества в тот период хорошо демонстрирует высказывание первого генерального прокурора США Э. Рэндольфа о том, что рабы не являются «надлежащими членами (американского) общества»⁴⁷.

Томас Джефферсон, как и другие отцы-основатели – Джеймс Мэдисон, Генри Клэй, Джон Рэндольф, поддерживал усилия Американского общества колонистов по организации возвращения свободных чернокожих в Африку (эти усилия привели к созданию в 1821 г. государства Либереи, куда постепенно переправили от 11 до 15 тысяч чернокожих)⁴⁸.

⁴⁶ Мединский В.Р. О русском рабстве, грязи и «тюрьме народов». – С. 99–100.

⁴⁷ Хантингтон С. Кто мы? – С. 97.

⁴⁸ Там же.

Вопрос о рабстве стал предметом горячих дебатов на каждой ступени истории североамериканского государства в течение достаточно длительного исторического периода. В начале XIX в. идея расовой принадлежности занимала центральное место в научном, интеллектуальном и народном мышлении как в Европе, так и в Америке. К середине этого столетия «неотъемлемое неравенство рас признавалось в Америке за научно доказанный факт»⁴⁹. Американцы также выработали убеждение, что неравенство рас заложено в человеческой природе, а не определяется условиями жизни.

Как известно, обсуждение вопроса о рабстве в американском обществе вылилось в конфликт Севера и Юга, приобретший характер антагонизма двух разнородных общественно-политических систем, который завершился Гражданской войной (1861–1865 гг.). Рабовладельцам срочно понадобилось создать религиозные, моральные, научные и политические оправдания рабства. Эта расистская философия выжила после Гражданской войны и еще долго процветала, дожив на официальном уровне до XX в., и частично сохранилась по сей день на неофициальном уровне.

Согласие белого большинства по этому вопросу сохранялось еще определенный период после войны Севера и Юга. Когда более крупные и разношерстные группы иммигрантов начали прибывать на территорию Соединенных Штатов, те, кто считали себя «истинными американцами», серьезно встревожились. Страх перед зарубежными веяниями и незнакомыми культурными традициями привел к введению жестких ограничений на иммиграцию в страну, квотированию и созданию запретительных барьеров для въезда представителей так называемых нежелательных этнических групп. Расистские настроения, направленные ранее в сторону афро-американцев и коренных индейцев, распространились теперь и на новые для США этнические группы выходцев из стран Европы, Азии и Латинской Америки.

⁴⁹ Хантингтон С. Кто мы? – С. 98.

Вопрос об иммиграции на территорию США приобрел остроту далеко не только в расово-этническом плане. Так, с середины 1840-х гг. началось обострение проблемы белой иммиграции: в течение 10 лет в страну прибыли 3 миллиона переселенцев из Европы, что составляло 15% от всего американского населения. Новые иммигранты (в основном представители бедных слоев населения Ирландии и Германии) резко обострили конкуренцию на рынке труда. Кроме того, в отличие от прежней миграции (преимущественно протестантской и англосакской) новая волна была католической, в связи с чем возникал новый конфликт, в том числе религиозно-этнического характера: с 1852 г. набравшее силу антикатолическое и антииммигрантское движение создало имевшую миллионный электорат Американскую партию, которую в 1854–1856 гг. вытеснила Республиканская партия⁵⁰.

Официальная политика дискриминации этнических меньшинств стимулировалась и усиливалась постоянными акциями, направленными на защиту прав так называемых настоящих американцев. Появление известного «Ку-клукс-клана» было спровоцировано стремлением белых южан сохранить расовый порядок, существовавший до Гражданской войны, который был временно нарушен послевоенной политикой реконструкции. Позже клан начал направлять свои действия против еврейских иммигрантов и католиков.

Начало форсированного строительства железных дорог после Гражданской войны привело к возрастанию иммиграции из Китая, и поскольку вслед за китайскими рабочими на территорию Штатов устремились и китайские проститутки, в 1875 г. был принят первый закон об ограничении иммиграции, запретивший впускать в страну преступников и проституток. В 1882 г. народные волнения в Калифорнии и других штатах привели к принятию Акта о выселении китайцев, временно приостановившего китайскую иммиграцию. На ру-

⁵⁰ Согрин В.В. Политическая история США XVII–XX вв. – С. 138.

беже XIX–XX в. возникла проблема и с японской иммиграцией: в 1908 г. президент Теодор Рузвельт заключил с Японией «джентельменское соглашение», по которому Япония обязывалась остановить миграцию своих граждан в США⁵¹.

Вопрос этнической принадлежности стал краеугольным камнем построения социальных отношений и формирования американской культурной идентичности с началом массовой иммиграции из стран Южной и Восточной Европы в 1880-х гг., в 1900-х гг. эта волна захлестнула Америку, достигнув пика в 1914 г. В 1921 г. Конгресс установил «потолок» в 150 000 иммигрантов ежегодно.

История США конца XIX столетия стала свидетельницей безумных действий самосуда и насилия над представителями расово-этнических меньшинств. В качестве примера достаточно привести упомянутые насильственные акции, направленные против китайской диаспоры в Калифорнии, не говоря уже о печально известных судах Линча. Это бросало вызов мифу о нации, где все созданы равными.

Критический период американской истории рубежа XIX–XX в., отмеченный расовыми и антииммигрантскими актами насилия, привел к возникновению идеи, которая с тех пор стала стержнем культурной политики США. (Хотя, разумеется, все происходило не так быстро, и, как известно, свои полноценные плоды эта политика начала приносить лишь в последней четверти XX в.)

Речь идет о так называемой концепции мультикультурализма или, как ее еще именуют, плавильного котла (или плавильного тигля), которая обязана своим названием пьесе «Плавильный котел» («The melting pot») 1908 г., написанной британским евреем Израелем Зангвилем. В этом произведении автор раскрывает свое видение формирующейся американской культуры. Хотя концепция плавильного тигля была выдвинута еще ранее – в 1780-х гг. Эктором Сент-Джоном де

⁵¹ Хантингтон С. Кто мы? – С. 100.

Кревекером, который утверждал, что «представители всех народов словно сплавляются в новую расу»⁵².

Плавильный котел явился наиболее неоднозначным символом американского общества из всех, которые когда-либо существовали. С одной стороны, он указывает на основную особенность современной американской культуры: на ее внутреннее разнообразие и многоликость, что можно сказать и об американском обществе в целом. Но в то же время этот термин воплощает в себе направляющее течение в истории формирования мультикультурного социума США: отрыв от этнических корней и погружение в огромный унифицирующий мультинациональный плавильный котел.

Существует и другая концепция американской идентичности – концепция томатного супа, фокусирующаяся на культурной ассимиляции и «основанная на допущении, что иммигранты и их потомки адекватно адаптируются к англосаксонским культурным паттернам»⁵³. Более точная, нежели остальные модели, концепция прекрасно работала с волнами иммиграции до 1960-х гг.

Стоит заметить, что эти концепции, как и многие другие, стали порождением своего времени и были призваны обслужить определенную политическую доктрину, после чего спрос на них снижался. К тому же, как было отмечено, внутри этнических сообществ историко-культурные традиции сохраняются довольно тщательно и, несмотря на адаптацию и ассимиляцию с доминирующей культурой, пришлые культуры до конца не растворяются, являясь своеобразными очагами культурного наследия народов.

В 1915 г. Х. Коллэн разработал концепцию салата, которую назвал теорией «культурного плюрализма»⁵⁴. Согласно теории, общественные группы объединяются происхождением, а не культурой. В настоящее время среди ученых все больше распространяется мнение, согласно которому совре-

⁵² Хантингтон С. Кто мы? – С. 204–205.

⁵³ Там же. – С. 206.

⁵⁴ Там же.

менное американское общество и, соответственно, его культура представляет собой скорее салат, нежели плавильный котел. Это иллюстрация того, что в сегодняшней Америке различные культуры не плавятся, превращаясь в единую унифицированную гомогенную культуру, а, вступая в кросс-культурный диалог, сохраняют свои историко-культурные особенности, не синтезируясь друг с другом.

Таким образом, среди множества других менее знаковых теорий выделяются два основных подхода к формированию американской национальной идентичности: концепция плавильного котла и концепция салата.

Развитие американской культуры в XX столетии часто обсуждалось в свете анализа таких понятий, как «американский характер», «американский дух», «американская мечта» и т.д. Многие институты, прямо или косвенно занимавшиеся реализацией культурной политики в США, стремились осуществить на практике и популяризировать, в ту пору среди иммигрантов, идею об американском образе жизни. Например, по их мнению, строящиеся многоэтажные жилые дома способствовали «американизации» иммигрантов. В сельской местности проводилась работа по культурному просвещению на американский манер деревенских жителей. Акцент делался на подготовке иммигрантов к успешной ассимиляции. Меценаты оказывали помощь в открытии музеев, библиотек, создании оркестров и других учреждений в сфере культуры, которые могли бы задать «правильный» вектор процессу «погружения» в доминирующую культуру, что являлось в то время (в конце XIX – начале XX в.) основополагающей тенденцией.

В результате противоречие, возникшее между тенденцией к ассимиляции и тенденцией к сохранению культурного разнообразия, привело к возникновению термина «культурная демократия».

Дж. Дракслер стал одним из пионеров в изучении этой проблемы. В монографии 1920 г. «Демократия и ассимиляция: смешение иммигрантского наследия в Америке» он вы-

ступает за то, что этнические сообщества и отдельные его члены сами в праве решать, в какой степени должно сохраняться их культурное наследие⁵⁵. Дракслер призывает к культурной демократии, считая ее неотъемлемым дополнением ценностей политической и экономической демократии.

Двадцать лет спустя другой американский ученый У. Дюбуа в своих трудах рассматривал культурную демократию как своего рода обязанность общества, которая необходима для ликвидации расизма в США⁵⁶.

Упомянутый ранее Х. Колэн, профессор Новой школы социальных исследований (Нью-Йорк), встревоженный увеличением расистских организаций в 1910-х гг. писал: «Культурное развитие основывается на культурном плюрализме. Культурный плюрализм возможен только в демократическом обществе, чьи институты поощряют индивидуализм в социальных группах, личностях, характерах, чьи установки освобождают личностей и посвящают в братство свободы и сотрудничества. Америка стоит перед альтернативой: «Культур Клуks Клан» или культурный плюрализм»⁵⁷.

Такие взгляды на американскую культуру в процессе ее формирования составили противовес позиции реакционно-расистских кругов в США.

Представители промышленно-деловых кругов, такие как Э. Карнеги и Л. Стэнфорд, осуществляли благотворительную деятельность, финансируя создание и развитие новых культурных учреждений и программ, которые могли бы достойно способствовать ознакомлению иммигрантов с доминирующей культурой и осуществлению их ассимиляции с ней.

В начале XX столетия непосредственное влияние общества на культурную жизнь, ее организацию, поддержание и регулирование было достаточно ограниченным. В основном все сводилось к участию общественного сектора в про-

⁵⁵ Adams D., Goldbard A. Cultural Policy in U.S. History // www.wgcd.org.

⁵⁶ Там же.

⁵⁷ Там же.

цессе всеобщего образования и организации и управлению рядом публичных библиотек. Все остальные инициативы в сфере культуры были предоставлены частным лицам, имевшим здесь свои интересы.

Преобладание частного сектора в сфере культуры в США, которое сохранилось и по сей день, было юридически закреплено в начале XX в. законом 1917 г., согласно которому лица, осуществлявшие благотворительность, освобождались от уплаты части налогов (на сумму пожертвований). Эта инициатива со стороны американских политиков была направлена на сохранение и стимулирование активности частных предпринимателей в области культуры, а также на то, чтобы исключить возможность диктата со стороны государства в сфере культурной политики.

Большинство благотворительных взносов, естественно, осуществлялось и осуществляется людьми с высоким уровнем доходов, так как в связи с положениями налогового законодательства лица со средними и малыми доходами практически не извлекают никакой пользы из своих пожертвований.

Несмотря на то что сегодня частный сектор остается центральным звеном в осуществлении культурной политики США, американской истории известен период, когда государство играло ключевую роль в реализации этого направления – эпоха федеральных культурных программ «нового курса» президента Франклина Делано Рузвельта.

Кажется вполне естественным, что первая серьезная попытка сформировать и осуществить комплексную культурную политику в Америке на государственном уровне произошла во время Великой депрессии, когда в обществе возникло опасение полного краха частного сектора в экономике. Программы 1930-х гг. явились едва ли ни единственным в американской истории ярким мероприятием государства в области культурной политики. Шаги правительства в

этом направлении после Второй мировой войны разительно отличались от инициатив Рузвельта.

Что касается внешнего аспекта, то активизация действий правительства США по наращиванию усилий в сфере культурной дипломатии в 30-х гг. прошлого века была обусловлена необходимостью противодействия культурному влиянию фашистской Германии в Латинской Америке.

В 1936 г. в Буэнос Айресе на Панамериканской конференции в поддержку мира по инициативе делегации Соединенных Штатов была принята Конвенция по развитию межамериканских культурных связей, подтвердившая намерение правительства США поддерживать и стимулировать программы по обмену для студентов и деятелей искусства. Конвенция стала прототипом и образцом для многочисленных культурно-образовательных программ периода «холодной войны».

В 1938 г. в структуре Государственного департамента США был создан Отдел культурных связей. Работавший в отделе Нельсон Рокфеллер в 1939 г. разработал комплексную программу по развитию культурных связей с латиноамериканскими государствами.

Со вступлением Соединенных Штатов во Вторую мировую войну еще более усиливается культурное направление американской дипломатии, наряду с действовавшим Отделом по координации межамериканских отношений создается Отдел военной информации. Этот отдел стал острием американской культурной дипломатии в военный период и занимался не организацией двусторонних культурно-образовательных обменов, а информированием мировой общественности о целях и задачах американской политики.

Кроме того, значительные усилия американской культурной дипломатии в военный период были сосредоточены на вопросе о возврате культурных ценностей, вывезенных немцами с оккупированных территорий. С этой целью в 1943 г. Госдепартамент объявил о создании специальной Ко-

миссии по спасению и защите художественно-исторических памятников в зонах военных действий.

В американской историографии деятельность этой комиссии оценивается как один из наиболее успешных проектов по спасению культурного наследия и возвращению вывезенных культурных ценностей. Так, в 1945–1946 гг. большая часть утраченных коллекций была возвращена музеям европейских стран, а некоторые из вывезенных шедевров выставлялись в США, что значительно оживило интерес к искусству в американском обществе⁵⁸.

Федеральные культурные программы «нового курса» внутри США предоставляли интересные модели децентрализованного развития сферы культуры, проектировавшиеся, чтобы отвечать американской мультикультурной среде. Они были направлены на охват как можно большей части населения и затрагивали наиболее актуальные в то время противоречивые и болезненные вопросы.

Несмотря на активное участие государства в реализации внутренней и внешней культурной политики в рассматриваемый период, продолжалось усиление взаимодействия правительства с частным сектором, на долю которого уже тогда приходилась организация многих культурно-образовательных программ и обменов.

Однако впоследствии произошло усиление цензуры, что проявилось в том числе в создании Комитета по антиамериканской деятельности в Конгрессе США, которому еще предстояло сыграть важную роль в грядущей эпохе.

Вторая мировая война явила собой разделительную черту между культурной деятельностью 1930-х и послевоенным временем. Только один элемент культурной политики, обсуждавшийся в 1930-х, переключался в новую эпоху. Этим элементом стала так называемая охота на ведьм. Корни антикоммунистической лихорадки 1950-х гг., которую в амери-

⁵⁸ *Cummings M.C.Jr.* Cultural Diplomacy and the United States Government : A Survey. – С. 4 // www.culturalpolicy.org.

канской историографии именуют «эрой Маккарти», отчасти кроются в 30-х гг.

Великая депрессия способствовала появлению и распространению самых разных политических, экономических и культурных идей радикального толка, многие из которых отразились в культурных программах этого периода, что, в свою очередь, спровоцировало усиление реакции в США.

Война, кроме того, стала переломным моментом для культурной жизни в Соединенных Штатах. В период противостояния с Советским Союзом Америка начала активно внедрять в массы представление об «американском образе жизни», «американской мечте», что было частью идеологической пропаганды. Одной из целей стало стремление адаптировать понятие американской мечты к новым социально-политическим реалиям.

Урбанизация в США набирала все большие обороты, развитие пригородов становилось более интенсивным и понималось на новый уровень, вместе с чем формировалась вся совокупность новых культурных условий среды обитания.

Большой импульс после войны получило развитие американского телевидения и средств массовой информации. Американцы смотрели с надеждой в будущее послевоенного мира, который должен был быть спроектирован согласно их идеологии, по американскому образцу. В этом контексте все наработки в области культурной политики 1930-х гг. были быстро забыты. Америка начинала распространение коммерческой культуры в мировом масштабе.

В 1950-х гг. в США практически не было конкретных дискуссий по вопросам культурной политики. Основные идеи в этой сфере фокусировались на создании «национальных культурных центров» наподобие современного Центра Дж. Кеннеди. Хотя в то же время движение за гражданские права начинало делать успехи в борьбе с расизмом. Это было одним из немногих движений, планомерно продолжавших отстаивать свои позиции в Америке 60-х и 70-х гг. XX столетия.

В период внутривнутриполитической реакции, цензуры, идеологической войны, когда было опасно исповедовать любые политические взгляды, кроме правых, деятели искусства продолжали предпринимать радикальные шаги, отказываясь от традиционных форм, все больше уходя в абстракцию. Эта пропасть между искусством и повседневной жизнью оказала существенное влияние на формирование концептуального базиса современной культурной политики внутри США.

50-е гг. прошлого века ознаменовали возникновение нового подхода к культурной политике, охарактеризованного двумя основными чертами: узкая заинтересованность в профессиональных учреждениях и акцент на частных лицах в определении направлений и приоритетов.

Смещение акцентов в пользу профессиональных организаций ознаменовало собой разрыв с основными принципами культурной политики 1930-х гг. Тогда многие из причастных к реализации культурной политики считали, что демократическое правительство должно преследовать цели, отличные от целей частных предприятий, чтобы оправдать государственные субсидии, направляемые на финансирование этой сферы. Они полагали, что в тех случаях, когда существующие частные учреждения оказывались неспособными служить демократическим культурным ценностям, правительство могло сыграть ключевую роль, стимулируя развитие творческого процесса.

В то же время с середины 50-х гг. XX в. начала четко прослеживаться тенденция взаимосвязи государственных и частных учреждений культуры, происходит все более заметное вмешательство государства в регуляцию культурной жизни. Особенно заметным этот процесс стал в период правления президента Дж. Кеннеди, когда была расширена система органов, осуществляющих культурную политику под контролем как федерального правительства, так и Конгресса. Принятие американским государством ранее не свойственных ему функций встретило серьезное сопротивление, но по-

сле длительных дебатов в Конгрессе и широкой дискуссии в стране в 1965 г. был все же учрежден Национальный фонд искусств и гуманитарных наук как основной правительственный орган, распределяющий государственные субсидии, вырабатывающий рекомендательные программы в области культуры и участвующий в проведении культурной политики.

Эту тенденцию, ярко проявившуюся в 1960-е гг., можно проследить на примере доклада директора Фонда XX века Огэста Хекшера президенту Кеннеди, сделанного в мае 1963 г. Хекшер был назначен специальным советником по вопросам искусства в марте 1962 г. ввиду необходимости скорейшего появления подобной программы.

В документе содержались ответы на вопросы о путях плодотворной реализации взаимодействия правительства с частными учреждениями в сфере искусства и культуры, а также об участии государства в культурной жизни страны.

Здесь открываются некоторые новые факторы, повлиявшие на характер культурной политики 1960-х гг. О. Хекшер, в частности, отмечает быстрый рост интереса к искусству, проявляющийся в возросшей посещаемости выставок, книжных ярмарок и наличии такого количества культурных учреждений, которое было бы немыслимо еще поколение назад. Кроме того, в докладе озвучены такие моменты, как необходимость осмысления на новом уровне соотношения времени, которое тратят жители США на работу и на отдых. Дело в том, что у граждан стало появляться больше свободного времени, следовательно, приходилось задумываться о развитии сферы культурного досуга и индустрии развлечений в целом.

Другой знаковый момент в документе заключается в констатации того, что важную роль в формировании облика США играет не только их экономическое и политическое могущество, но и «качество» американской цивилизации, уровень развития ее культурной составляющей. Хекшер указывает, что «весь мир смотрит на США» как на сверхдержаву, в

чем, разумеется, чувствуется исторический контекст глобального политико-идеологического и экономического противостояния двух систем. Доклад Хекшера был одним из многих документов подобного характера, подготовленных в начале 1960-х гг., которые были посвящены внутренней культурной политике США.

Частные филантропические фонды и спонсорские организации, тем не менее, играли ведущую роль в подготовке аргументов для государственной поддержки тех или иных сфер искусства и культуры.

Так, одно из наиболее значимых исследований было осуществлено специальной группой, сформированной Фондом братьев Рокфеллеров. Оно касалось перспектив профессионального исполнительского искусства в США.

В заявлении этой группы, в состав которой входили многие видные деятели культуры и искусства в Америке, в том числе вышеупомянутый О. Хекшер, прямо указывается на фактор, определивший еще на достаточно долгий период основные черты государственной культурной политики. Речь идет о фокусировании внимания на качестве культурных ценностей, так или иначе фигурирующих в процессе реализации культурной политики, о недопустимости замены или имитации истинных произведений искусства посредственной продукцией, о невозможности снижения стандартов.

В течение 1970-х гг. культурная политика продолжала осуществляться по большей части в указанном направлении. Расовая проблема в Америке 1970-х гг. продолжала оставаться одним из наиболее болезненных моментов и оказывала влияние на реализацию не только культурной политики, но и всей внутренней политики в целом.

В 1980-е гг. при администрации Р. Рейгана приоритетной моделью государственной политики США стал «новый федерализм», означающий тенденцию к децентрализации управления различными сферами деятельности, в том числе и культуры, сужение масштабов вмешательства госу-

дарства в духовную сферу, перекладывание задач на различные деловые и общественные институты.

Децентрализация управления культурной политикой проявилась в предоставлении более широких полномочий в этой сфере местным органам власти. «Новый федерализм» в культурной политике привел к значительному усилению и без того крепких позиций частных благотворительных фондов, спонсорских организаций и иных негосударственных институтов.

В 1990-е гг. благотворительные организации продолжали играть ведущую роль в процессе реализации культурной политики и оказывать влияние на ее содержание.

Как известно, в США не существует отдельного ведомства, целиком специализирующегося на вопросах культуры и культурной политики. Широкий круг вопросов, связанных с функционированием культурной сферы, относится к компетенции общественных, частных организаций и филантропических фондов.

Что касается роли государства в осуществлении культурной политики в 1990-х, то одним из примечательных событий в этом плане является организация (по инициативе бывшего госсекретаря М. Олбрайт) Конференции по культурной дипломатии, состоявшейся 28 ноября 2000 г. и ставшей одним из последних мероприятий Б. Клинтона на посту Президента США.

* * *

История формирования культурной политики внутри страны позволяет проследить предпосылки и основу развития отдельных направлений современной внешней культурной стратегии государства. Более того, внешнеполитическая стратегия США и их национальные интересы вырастают из национальной идентичности, а формирование международ-

ной политики во многом зависит от хода внутренних дебатов об идентичности.

Как позитивные, так и во многом негативные моменты истории государства оказывают серьезное воздействие на формирование национального самосознания и психологии и затем становятся неотъемлемой частью менталитета, влияя на формирование внутренней, а впоследствии и внешней политики страны, в особенности в сфере культуры.

Внутренние культурные предпосылки определяют содержание ценностей, транслируемых вовне, что наиболее явно проявляется в контексте диалога цивилизаций.

Краткий анализ теоретических аспектов внутренней культурной политики государства дает возможность рассмотреть методы и средства ее реализации, основные инструменты, используемые государством и иными институтами для осуществления культурной политики. Понимание взаимосвязи внутренней и внешней политики позволяет сделать вывод о том, что инструменты, применяемые государством в культурной политике внутри страны, могут быть им использованы в процессе осуществления культурной политики в ее внешнем проявлении. К тому же сфера культуры настолько специфична, что определенные внутривнутриполитические шаги в ее направлении могут иметь прямое воздействие и отклик вовне, даже далеко за пределами государства, что, прежде всего, характерно для США.

Вместе с тем, проводя краткий исторический обзор условий формирования американской культуры (в том числе политической), культурной идентичности жителей США, всего комплекса социокультурных особенностей современной Америки, нельзя не отметить крайне важный политический (в том числе этнополитический), социокультурный, экономический атрибут истории и современности Соединенных Штатов, а именно – роль масонства и тайных обществ в оформлении американской государственности, политической элиты США и соответственно конфигурации их современной

Глава 2. Исторический обзор формирования культурной политики...

политико-экономической системы. Отмечая этот без преувеличения стержневой элемент в истории США, целесообразно тем не менее сделать акцент на фундаментальности этой темы и вынести ее за рамки проблематики, исследуемой в данной книге, так как это вопрос отдельного научного изыскания, недостатка в котором, впрочем, сегодня не ощущается.

ГЛАВА 3

ВНЕШНЯЯ КУЛЬТУРНАЯ ПОЛИТИКА США С 1945 г. ДО НАШИХ ДНЕЙ

Дискуссия по проблеме американского культурного экспорта в научном сообществе США, начавшаяся после завершения Второй мировой войны, прошла в своем развитии три последовательных фазы, как утверждает исследователь из ФРГ Дж. Гиноу-Хехт⁵⁹.

Суть первой фазы заключалась в выражении недовольства теоретиками начального периода «холодной войны» по поводу отсутствия у американских властей интереса к проведению активной внешней культурной политики. Затем проявилась тенденция, согласно которой критики культурного империализма определяли экспорт американской культуры в качестве плохо завуалированного инструмента глобальной экономической экспансии и эксплуатации. Наконец, ученые, придерживавшиеся противоположной точки зрения, совсем отвергли концепцию культурного империализма, и на сегодняшний день часть исследователей полагают, что сопротивление внешнему культурному воздействию в других странах сокращает или окончательно сводит на нет импорт культурной продукции как части глобального процесса.

Эти три тенденции, по сути, отражают содержание дискуссии по этой проблеме в американском научном сообществе, выходящей далеко за рамки вопросов, касающихся лишь истории международных отношений. Спор, начинавшийся в сугубо политическом ракурсе, со временем превра-

⁵⁹ *Gienow-Hecht J. Shame on US? Academics, Cultural Transfer, and the Cold War – A Critical Review, Diplomatic History. – P. 465.*

тился в научную дискуссию по вопросу культуры как инструмента силы и влияния.

Так сложилось, что изначально американцы своей особенностью и отличительной чертой считали не поэтов, писателей, художников и других деятелей искусства и культуры, а свою политическую систему – предмет их особой гордости. В Соединенных Штатах популярная культура рассматривалась в качестве средства развлечения, нежели инструмента внешней политики. Американские политические деятели никогда серьезно не задумывались о создании культурного ведомства в федеральном правительстве. Парадокс заключается в том, что в стране, культурный экспорт которой приобрел позже столь огромный масштаб и вызвал массу противоречий во всем мире, изначально практически не проявлялся интерес к организованной внешней культурной политике и экспорту культуры, с ней связанному.

Хотя уже в начале XX столетия культурные явления США, как и их успехи в научно-технической сфере, становились широкоизвестными. После Первой мировой войны программы обмена и распространение американских товаров народного потребления, кинокартин, литературы привели к формированию «международного американского культурного климата», как полагают упоминавшиеся А. Иррие, Дж. Гиноу-Хехт⁶⁰, а также Мэри Нолэн, которая, в частности, указывает на то, что в то время «настоящее Америки сильнейшим образом повлияло на видение Веймарской Германией собственного промышленного, социального и культурного развития в будущем»⁶¹. Кинематография и радио связали Европу и Америку немыслимым ранее способом.

Таким образом, согласно американской и европейской историографии, экспорт и влияние культуры Соединенных

⁶⁰ *Gienow-Hecht J.C.E.* Shame on US? Academics, Cultural Transfer, and the Cold War – A Critical Review, *Diplomatic History*. – P. 466.

⁶¹ *Nolan M.* Visions of Modernity: American Business and the Modernization of Germany. – New York, 1994. – P. 3–6, 30–57.

Штатов на европейские государства ясно прослеживались уже в начале XX в. Но в то время как с конца XIX в. страны Европы, и прежде всего Франция, начали подходить к экспорту своей культуры как к инструменту дипломатии, правительство США не торопилось разрабатывать сколько-нибудь последовательную внешнюю культурную политику.

Даже когда в 1938 г. в Государственном департаменте был организован упомянутый Отдел культурных связей, многие из американских политиков продолжали критически относиться к использованию культурного фактора в качестве инструмента дипломатии. С их точки зрения культура являлась сферой творчества и делом вкусов общества. Как, задавались они вопросом, можно выиграть в дипломатической игре, используя картины, спектакли и мюзиклы? Кроме того, культурные программы были весьма дорогостоящими, а иностранцы не могут проголосовать за того или иного кандидата на выборах в американские органы власти, таким образом оправдав расходы. Но история все расставила на свои места, доказав политическую близорукость, явленную такими подходами американских политиков.

Ситуация коренным образом пересматривается после окончания Второй мировой войны. Дипломаты в Соединенных Штатах начинают осознавать необходимость для страны экспорта американского образа жизни как части идеологической пропаганды. Общественные деятели наряду с политиками стали призывать власти к более масштабному распространению американской культуры за рубежом с целью приобретения Америкой все большего влияния в мире. Консультант государственного департамента Артур Макмэхон в 1945 г. заявил: «Мы были бы декадентами, если бы не хотели, чтобы другие знали, что такое американские стандарты, американская техника..., которые очевидным образом поспособствовали тому, чтобы люди были счастливы»⁶².

⁶² *Gienow-Hecht J.* Shame on US? Academics, Cultural Transfer, and the Cold War – A Critical Review, *Diplomatic History*. – P. 467.

В послевоенной Германии на подконтрольной США территории американское правительство принялось за реализацию культурных и образовательных программ с целью приобщения граждан этой страны к демократическим ценностям. С 1945 по 1954 г. более 12 000 немцев и 2000 американцев приняли участие в двусторонних образовательных программах по обмену⁶³. Подобная программа осуществлялась и в Японии.

В 1945 г. Президент США Г. Трумэн передал Госдепартаменту информационные функции двух вышеупомянутых ведомств военного времени – Отдела по координации межамериканских отношений и Отдела военной информации. Сферу компетенции этих органов объединили с функциями Отдела культурных связей. В результате возник Отдел международной информации и культурных связей, переименованный через год в Отдел международной информации и образовательных обменов. Этот орган подчинялся помощнику госсекретаря по вопросам публичной дипломатии. В последующие годы это подведомство претерпевало немало организационных изменений.

В 1946 г. сенатор от Арканзаса У. Фулбрайт помог обеспечить принятие закона 79-584, известного как акт Фулбрайта, по которому Госдепартамент был уполномочен заключать договоры с правительствами других стран, не требующими утверждения сената, а также использовать иностранную валюту – выручку от продажи военного оборудования – с целью финансирования научных и культурных обменов. Затем правительство приняло решение о выделении ежегодных ассигнований на указанные нужды. Так появилась знаменитая программа Фулбрайта.

В том же году Госдепартаментом при непосредственном участии помощника госсекретаря У. Бентона была предпринята попытка популяризации американских достижений в

⁶³ *Cummings M.C.Jr.* Cultural Diplomacy and the United States Government: A Survey. – P. 4 // www.culturalpolicy.org.

области искусства и культуры путем организации двух выставок произведений художников из США, собранных из частных и корпоративных коллекций. Первая носила название «Американская промышленность поддерживает искусство», вторая – «Продвижение американского искусства». Первая экспозиция вывозилась в Египет и Европу. Вторая вызвала немало противоречивых оценок даже во властных кругах США, поскольку ее основой стали «экспериментальные» произведения современного искусства.

В связи с изменившимися внешнеполитическими условиями и началом эры биполярной конфронтации Конгрессом США учреждались новые международные культурные и образовательные программы. Были приняты закон Смита-Мандта и в 1948 г. закон об информационном и культурном обмене. Согласно букве последнего, правительство США должно было «вести деятельность по международным информационным, образовательным и культурным обменам в мировом масштабе»⁶⁴. Более того, в соответствии с документом целью программ являлось информирование мировой общественности о США, обеспечение лучшего понимания страны за рубежом, а также укрепление взаимопонимания между народом США и гражданами других государств.

Эти формулировки обуславливались обеспокоенностью США относительно целей и задач внешней политики СССР и стремлением в этой связи к укреплению национальной безопасности. Кроме того, эти законодательные инициативы стали реакцией США на советскую антиамериканскую пропаганду. Таким образом, стержнем культурной дипломатии американского правительства в эпоху «холодной войны» становится идеологическая пропаганда. Кроме того, в целях контрпропаганды в условиях идеологического противостояния с Советским Союзом в 1950 г. учреждается программа «Кампания за правду».

⁶⁴ *Cummings M.C.Jr. Cultural Diplomacy and the United States Government: A Survey.* – P. 7 // www.culturalpolicy.org.

Отдел Государственного департамента по культурным связям был вновь реорганизован. На его месте появляются две структуры – Отдел образовательных обменов, ответственный за международные обмены, поддержку зарубежных библиотек и институтов, а также Отдел международной информации, в компетенцию которого входила работа с пишущей прессой, телевидение и распространение художественных фильмов. Суть реорганизации заключалась в разделении проектов, преследующих долгосрочные цели (обеспечение культурно-идеологического влияния, создание привлекательного имиджа США за рубежом), и программ краткосрочной перспективы – контрпропаганда через СМИ в условиях идеологической конфронтации с СССР.

С обострением «холодной войны» США уделяют особое внимание необходимости информирования мира о целях, содержании и приоритетах своей внутренней и внешней политики. В этой связи в 1953 г. создается Информационное агентство США (ЮСИА) как независимое от Госдепартамента учреждение. Новое агентство объединило в себе программы, ранее входившие в компетенцию Государственного департамента, включая «Голос Америки». Исключение составили государственные образовательные программы по обмену, оставшиеся в зоне ответственности внешнеполитического ведомства, хотя через два года часть их была передана в ведение ЮСИА.

В то же время немалые усилия в направлении распространения американской идеологии и влияния предпринимались по линии ЦРУ, которое осуществляло ряд культурно-образовательных программ за рубежом. В целях укрепления и развития контактов между американскими и иностранными деятелями искусства и культуры ЦРУ участвовало в создании Конгресса за свободу культуры и тайном финансировании экспозиций из США за рубежом, заграничных турне американских театральных коллективов, а также публикаций в других странах журналов об американской культуре.

С новой силой акцент на реализации образовательных и культурных обменов был сделан при администрации Д. Эйзенхауэра (1953–1961 гг.). В 1954 и 1956 гг. в США были приняты законы о международных культурных обменах, после чего 111 различных творческих коллективов были отправлены на гастроли в 89 стран мира. В 1954 г. Отдел зданий (имущества) за рубежом Госдепартамента запустил программу стоимостью 200 миллионов долларов США по строительству за рубежом в 10-летней перспективе новых зданий для американских консульств и посольств на четырех континентах.

На базе Гавайского университета при поддержке государственных фондов был создан Центр «Восток–Запад» с целью развития добрососедских отношений между Соединенными Штатами и государствами Азиатско-Тихоокеанского региона посредством организации совместных исследований и семинаров.

В 1958 г. с принятием закона «О международных культурных обменах» и закона «О добросовестной торговле» продолжается рост числа программ Госдепартамента, нацеленных на расширение американского культурного присутствия. Стоит отметить, что содержание таких программ и шаги американского правительства в направлении развития культурной дипломатии как инструмента внешней политики соответствовали личным убеждениям президента Эйзенхауэра. Еще будучи ректором Университета Колумбии, он активно поддержал создание программы Американской асамблеи по вопросам публичной дипломатии.

После вступления в должность Президента США в январе 1961 г. Дж. Кеннеди назначил на нововведенный пост помощника госсекретаря по вопросам образования и культуры Филиппа Кумбса – бывшего директора образовательных программ Фонда Форда. В 1962 г. на должность специального советника президента по вопросам искусства назначен О. Хекшер.

Вообще для администраций Кеннеди и позже Джонсона была характерна убежденность в необходимости развития внутренних культурных программ, поощрявших творчество американских деятелей искусства, что имело целью изменить представление о США за рубежом как о стране стяжателей и материалистов⁶⁵.

Необходимо отметить, что 60–70-е гг. прошлого века знаменовались важными в истории внешней культурной политики США событиями. В 1961 г. был принят закон «О взаимных образовательных и культурных обменах» и закон Фулбрайта–Хэйса. Эти законодательные инициативы, по мнению американских историков, вернули международным культурно-образовательным и обменным программам американского правительства признание в качестве самостоятельного официального направления внешней политики США. В 1965 г. Л. Джонсон подписал закон о создании Национального фонда искусств и гуманитарных наук.

В 1978 г. при Дж. Картере произошла очередная институциональная реорганизация в ведомствах, осуществляющих внешнюю культурную политику и пропаганду, в результате чего возникло новое самостоятельное учреждение – Агентство по международным связям США, которое объединило в себе функции ЮСИА и Бюро по делам образования и культуры Госдепартамента США.

В письме Конгрессу президент Картер обратил особое внимание на двойное назначение нового ведомства – сообщать миру об обществе США и их политике, особенно приверженности американцев культурному разнообразию и личной свободе, а также информировать самих американцев об окружающем мире в целях обогащения их культуры и расширения представления о путях эффективного решения межгосударственных противоречий.

⁶⁵ *Cummings M.Jr.* Cultural Diplomacy and the United States Government: A Survey. – P. 9 // www.culturalpolicy.org.

Реорганизация 1978 г. положила конец двойному управлению программами по обмену, так как ранее администрированием этих проектов в Вашингтоне занималось Бюро по делам образования и культуры Госдепартамента, а их зарубежной реализацией – ЮСИА.

В 1980 г. к власти в США приходит Р. Рейган, который в следующем году назначает своего близкого друга Ч. Уика директором Агентства по международным связям США. В 1982 г. агентству вернули прежнее название ЮСИА. Ч. Уик дольше всех в истории учреждения руководил ЮСИА – с 1981 по 1989 г. В его управлении организацией отразилась как жесткая, так и мягкая линия американской внешней культурной политики.

Ч. Уик разделял мнение Рейгана о Советском Союзе как об «империи зла» и использовал необходимость наращивания контрпропаганды как основание для заявок на выделение ЮСИА дополнительных финансовых средств из федерального бюджета. Политика руководства агентства в этот период была больше акцентирована на пропаганде и работе со СМИ в этом ключе. В 1981 г. Уик предложил вдвое сократить количество программ по обмену в надежде на освоение высвобожденных средств и финансирование готовившихся им медиапроектов. Но эта попытка не удалась. Конгресс принял решение оставить реализацию культурно-образовательных программ по обмену в прежнем объеме (во многом благодаря успешно проведенной участниками фулбрайтовских программ кампании в культурном сообществе США).

Вместе с тем позже, после подписания в 1985 г. с СССР Соглашения о культурных обменах, и в связи с решительным настроем президента Рейгана на развитие диалога с М.С. Горбачевым директор ЮСИА также смещает акценты. В последние годы нахождения Ч. Уика у руля ЮСИА программы по обмену получили толчок к большему развитию и распространению.

При администрации Дж. Буша (1989–1993 гг.) в контексте глобальных изменений на политической карте мира и формирующейся новой архитектуры международных отношений США делают попытку придать ЮСИА и другим инструментам культурной дипломатии новое звучание, отличное от их содержательного наполнения в период «холодной войны». Однако при Буше старшем экономика США оказалась в кризисном состоянии и избирательная кампания 1992 г. была в основном сосредоточена на вопросах преодоления экономического спада и внутривнутриполитической проблематике. Внешнеполитические аспекты отошли тогда на второй план.

С победой на выборах в 1993 г. кандидата от демократической партии Б. Клинтона американская администрация осуществила ряд значимых шагов в сфере внешней культурной политики. Как с иронией отмечают американские историки, одним из наиболее заметных поступков правительства США в тот период стала очередная попытка сокращения бюджета ЮСИА.

В 1999 г. функции ЮСИА (за исключением Бюро международного вещания) были переданы Госдепартаменту. Бюро международного вещания стало формально независимым агентством, но вместе с тем подконтрольным госсекретарю. Очередная реорганизация привела к возвращению культурных обменных программ в ведение Госдепартамента, где они возникли изначально. В целях координации вопросов внешней культурной политики в структуре Госдепартамента США была создана новая должность – заместитель госсекретаря по вопросам публичной дипломатии.

В то же время президент Клинтон и его супруга объявили о создании при Белом доме Совета тысячелетия. Совет был создан с целью организации символических мероприятий, отображающих культурный багаж, с которым американский народ вступает в новое тысячелетие. Из более 80 организованных советом мероприятий существенная часть являлась проектами внешнекультурной направленности.

В частности, прошли девять «Вечеров тысячелетия в Белом доме», устроенных президентской четой. На эти мероприятия приглашались представители научных кругов, деятели искусства и культуры, которые вели дискуссии по широкому кругу вопросов. При этом была организована прямая теле- и интернет-трансляция из Восточной комнаты Белого дома. Программы Совета тысячелетия положили начало порядка 30 проектам, в том числе с участием Государственного департамента.

По инициативе Билла и Хиллари Клинтон 28 ноября 2000 г. в Белом доме состоялась первая Конференция по культуре и дипломатии, на которой председательствовала в ту пору госсекретарь США М. Олбрайт.

Дж. Буш мл., вступивший в должность Президента США 11 января 2001 г., в первый год своего правления сконцентрировался прежде всего на внутренних вопросах. Затем последовали трагические события 11 сентября 2001 г. и реакция американского правительства – война в Афганистане, затем в Ираке. Теперь попытки в направлении культурной дипломатии акцентировались в большей степени на выстраивании взаимоотношений с исламским миром.

Вообще политика администрации Дж. Буша мл. охарактеризовалась сокращением финансирования и сворачиванием многочисленных культурно-образовательных программ, существовавших ранее. По оценкам исследователей, смещение акцентов в пользу военной силы в ущерб инструментарию внешней культурной политики явно обозначилось с 2003 г. Дж. Най живописно иллюстрирует смену подходов американской власти к вопросу об использовании культуры как инструмента силы и влияния и игнорирование тогдашним хозяином Белого дома значимости и эффективности «мягкой силы» во внешней политике государства⁶⁶.

⁶⁶ *Nye J.S. Soft Power. The Means to Success in World Politics. – New York: Public Affairs, 2004. (Най Дж. Гибкая власть. Как добиться успеха в мировой политике. – Новосибирск–Москва, 2006.)*

Вместе с тем понимание политическим истеблишментом Соединенных Штатов сложившейся ситуации и необходимости преодоления возникших перекосов привело к учреждению Конгрессом в марте 2004 г. Консультативного комитета по культурной дипломатии. В функции комитета входит разработка предложений для госсекретаря США по развитию механизма использования культурной дипломатии как эффективного инструмента внешней политики Соединенных Штатов. Это учреждение призвано уделять приоритетное внимание расширению присутствия за рубежом лучших образцов американского искусства, развитию сотрудничества между государством, обществом и бизнесом с целью поддержки культурных обменов и иных культурных программ, позволяющих продвигать национальные интересы США в мире⁶⁷.

* * *

Исторический экскурс по внешней культурной политике США XX – начала XXI в. дает возможность найти ответ на резонный вопрос: почему, изначально проигнорировав столь важный аспект внешнеполитического влияния, как культурная дипломатия, со временем американские политики проявили такую заинтересованность в трансляции своих культурных ценностей за рубеж?

Во-первых, в американских политических кругах возникло понимание возможности эффективного использования фактора культуры в качестве действенного орудия на идеологическом уровне. Долгое время – вплоть до горбачевской перестройки – Советский Союз фактически повсеместно лидировал в идеологическом информационно-пропагандистском обеспечении своей внешней политики, опережая США по производству продуктов «мягкой силы», ведя активную соответствующую работу в странах социалистического лагеря.

⁶⁷ Cultural Diplomacy. The Linchpin of Public Diplomacy, Report of Advisory Committee on Cultural Diplomacy, U.S. Department of State, September 2005. – P. 6 // www.culturalpolicy.org.

США, соответственно, осуществляли антикоммунистическую контрпропаганду, стремясь к вовлечению в орбиту своего влияния все большего числа государств.

Помимо этой рациональной основы американские ученые, а также политические и общественные деятели свято верили в образцовость их политической системы, демократических идеалов и ценностей, а также в то, что распространение и популяризация за рубежом их «свободной» культуры обеспечит продвижение демократических принципов в разных государствах планеты и уничтожит фашизм, коммунизм и прочие радикальные идеологии. Хотя необходимо признать, что было бы сложно оспорить утверждение о том, что в вышеуказанной позиции США со времени «холодной войны» не произошло каких-то радикальных изменений.

Из излагаемого становится очевидно, что идеологический аспект был и остается одной из неотъемлемых составляющих внешней культурной политики США, так как именно США «влили» идеологический компонент в комплексное понимание внешней культурной политики. Но с другой стороны, потребность Америки в арсенале для ведения серьезной идеологической атаки (или контратаки) во времена «великого противостояния» дала мощный начальный импульс развитию и укреплению внешнего культурного фактора, если иметь в виду сугубо государственный подход к реализации внешней культурной политики.

Возвращаясь к предмету исследования, необходимо добавить следующее: в 1950-х гг., несмотря на то что во многих (если не в большинстве) странах мира американские товары и сами Соединенные Штаты ассоциировались со свободой и демократией, в научных кругах Америки возникла серьезная обеспокоенность в связи с ростом негативного отношения к США за их границами.

В 1959 г. Ф. Джозеф, являвшийся председателем Американского Европейского фонда, и Р. Арон издали сборник эссе под названием «Как нас видят другие», в котором

20 представителей разных стран излагают отношение к США, сложившееся в их государствах.

Известный французский мыслитель Р. Арон пишет о своем неприятии индустрии массовой культуры, снижения уровня стандартов в сфере культуры в угоду массам, а также говорит о расовых проблемах в американском обществе и об «интеллектуальном корме, предлагаемом американским потребителям скандальными журналами и книжными дайджестами». Обобщая все высказывания, основную их мысль можно выразить в следующей фразе: «американцы достигли замечательных результатов в деле производства материальных благ, и у них есть свои ноу-хау, но Америка, по сути, выглядит гигантом с головой неотесанной деревенщины»⁶⁸.

Как полагают американские исследователи, анализ культурного экспорта США в конце 1950–1960-х гг. подтверждает мнение, согласно которому пропагандистские шаги правительства Соединенных Штатов на информационном фронте и программы культурных обменов представляли собой робкую реакцию на советскую идеологическую атаку.

В 1958 г. журналист Питер Грот писал: «Америка является страной с наиболее развитой индустрией рекламы, но когда дело касается наиважнейшей рекламной кампании – рекламы самих себя и демократического образа жизни, мы заметно отстаем от коммунистов». П. Грот обвинял американских политиков за то, что после завершения Второй мировой войны с их стороны не было предпринято каких-либо заметных шагов в сторону учреждения программ по культурным контактам с другими государствами. Причиной тому, считал журналист, было невежество президента, Конгресса и американского общества в целом.

Как и П. Грот, многие другие журналисты и ученые призывали правительство Соединенных Штатов использовать литературу, кинопродукцию, информационные программы как средство ознакомления людей во всем мире с

⁶⁸ *Gienow-Hecht J. Shame on US? Academics, Cultural Transfer, and the Cold War – A Critical Review, Diplomatic History. – P. 468.*

американской историей, политикой и индустрией развлечений. Мир, по их мнению, нуждался в американской культуре, а правительство должно было обеспечить это.

На академическом симпозиуме 1962 г. в Принстонском университете состоялась дискуссия по вопросу о внешней информационной политике США в состоянии «холодной войны», где затрагивались такие проблемы, как степень ответственности американской информационной индустрии и как эта индустрия может служить делу мира и безопасности.

Стоит добавить, что участники дебатов по вопросу о трансляции и распространении американских культурных ценностей за рубежом по-разному трактовали термин «американская культура». В качестве примера можно упомянуть, что ЮСИА фокусировалось на пропаганде ценностей, которые, как там считалось, являлись типичными для американской культуры, включая высокий уровень жизни и преимущества рыночной экономики. Однако на протяжении 1950-х гг. в агентстве и вокруг него существовали противоречия, связанные с содержанием его программ. Эти противоречия во многом связаны с идеологическими различиями в подходе к определению американской культуры, американских культурных ценностей и их экспорта.

До начала 1960-х гг. центральным элементом дискуссии по вопросу о распространении американской культуры за пределами США оставались преимущественно политические мотивы, в основе которых лежал подход к внешней культурной политике как к оружию, способному уничтожить тоталитаризм. Политические деятели, занимавшиеся осуществлением этого направления во внешней политике, впрочем, как и многие журналисты, ученые и общественные деятели, не задавались вопросом о том, будет ли это принято за рубежом. Лишь в конце 1950-х – начале 1960-х гг. возникла озабоченность, связанная с процессом восприятия американской культуры, прежде всего, в Европе. Эта озабоченность стимулировала дискуссию, которая продолжается в академических кругах США до сих пор.

ГЛАВА 4

ДИСКУССИЯ О КУЛЬТУРНОМ ИМПЕРИАЛИЗМЕ: 1960–1990 гг.

В 60-х гг. прошлого века в научной среде США произошло кардинальное изменение в оценке американской внешней культурной политики и ее результатов. Как замечает П. Холлэндер, это десятилетие было отмечено сильным ростом антиамериканских настроений в самих Соединенных Штатах, одной из причин которых было «отвращение к американской культуре и, в особенности, к факту ее распространения и влияния за рубежом»⁶⁹.

Для американского общества 1960-х, пишет Холлэндер, было свойственно неприятие внешней политики США и твердая уверенность в пагубности их стремления к присутствию и влиянию в любой точке мира. Это во многом было связано с американской агрессией во Вьетнаме и со стремлением Соединенных Штатов в пылу противостояния с СССР как можно больше расширить ареал своего влияния, пополняя лагерь союзников. Итак, в данном историческом контексте в среде американских ученых появляется и начинает активно обсуждаться термин американский «культурный империализм» и связанные с ним проблемы.

Но эта тема не была новой. Консервативные европейцы на протяжении долгого времени испытывали серьезные опасения и страхи в связи с угрозой со стороны американской массовой культуры, во многих странах это не прошло, а в некоторых в последнее время усилилось. «В 1920-х гг. британский писатель Д. Лоуренс обличал американский мате-

⁶⁹ *Hollander P. Anti-Americanism: Critiques at Home and Abroad, 1965–1990. – New York, 1992. – P. 54–57, 337, 339.*

риализм, ложный морализм и отсутствие исторически сложившегося самосознания. Немец Адольф Халфельд, со своей стороны, также отрицал американскую цивилизацию за ее бездуховную культуру»⁷⁰. В 1940–1950-х гг. европейцы, придерживавшиеся левых взглядов, начали волноваться по поводу проникновения американского влияния как в сфере политики, так и в искусстве и культуре.

Франкфуртская школа⁷¹, к примеру, рассматривала США как массовое общество массового потребления с массовой культурой и нивелированными понятиями свободы, демократии и индивидуализма. Вообще, Франкфуртская школа глубоко повлияла на американских мыслителей. Потеря иллюзий в результате войны во Вьетнаме, внутренние волнения и беспорядки оказали серьезное воздействие на взгляды представителей того сегмента американского общества, который был восприимчив к влиянию на культурном уровне и который, в итоге, стал презирать рыночную экономику в целом и политику правительства США в частности. Заявления о демократии выглядели пустыми и лицемерными, в то время когда шли напалмовые бомбардировки Вьетнама. Так или иначе, Франкфуртская школа сыграла важную роль, обеспечив «новых левых» в США, находившихся в оппозиции официальной политической линии, теоретическим фундаментом.

⁷⁰ *Gienow-Hecht J. Shame on US? Academics, Cultural Transfer, and the Cold War – A Critical Review, Diplomatic History.* – P. 470.

⁷¹ Школа в немецкой философии и социологии. Возникла в начале 30-х гг. XX в. В философско-социологической «критической теории общества» почерпнутый у К. Маркса критический подход к буржуазной культуре сочетается с идеями гегелевской диалектики и психоанализа Фрейда. Оказала значительное влияние на развитие социально-философской мысли в США и Германии. В начале 1970-х прекратила свое существование. Основные представители: Т. Адорно, Г. Маркузе, Э. Фромм, М. Хоркхаймер. (*Хоруженко К.М. Культурология: Энциклопедический словарь.* – Ростов-на-Дону: Феникс, 1997. – С. 519).

Однако если в качестве небольшого лирического отступления иллюстрировать отношение к Франкфуртской школе внутри американского академического сообщества, да и в политическом истеблишменте, придется неизбежно вернуться к ранее упомянутым «культурным войнам» между консерваторами-традиционалистами и либералами. Так, уже упоминавшийся П.Дж. Бьюкенен⁷² в самой, пожалуй, известной книге «Смерть Запада» обрушивается на «новых левых» всей мощью своей критики, основанной как на объективных научных оценках духовно-нравственных, социально-политических, этно-конфессиональных аспектов жизни современного американского общества, так и на производных отсюда субъективных выводах. Бьюкенен, в частности, пишет: «Новые марксисты рассчитывали добиться своего, не прибегая к насилию, через десятилетия кропотливого труда. Победа станет возможной, лишь когда в душе западного человека не останется и малой толики христианства. А это произойдет, лишь когда новый марксизм завладеет всеми средствами массовой информации и общественными институтами... При содействии Колумбийского университета беглецы (Т. Адорно, Э. Фромм, В. Райх, Г. Маркузе, бежавшие из Европы с приходом к власти в Германии Гитлера – прим. авт.) обосновались в Нью-Йорке и стали прилагать свои таланты и силы к подрыву культуры страны, которая дала им приют»⁷³. Автор также подвергает «обструкции» критическую теорию франкфуртцев, критиковавшую все без исключения элементы западной культуры, породившую, на его взгляд, «культурный пессимизм», безнадежность и отчаяние по отношению к собственной стране. Кроме того, Бьюкенен

⁷² В 1974 г. – советник президента Дж. Форда. В 1985–1987 гг. – руководитель Отдела по связям с общественностью в администрации президента Р. Рейгана. Теле- и радиоведущий, журналист, писатель. С 1983 г. является президентом фонда «Американское дело». Баллотировался в кандидаты в президенты США в 1992 и 1996 гг. от Республиканской партии и в президенты в 2000 г. от Реформистской партии.

⁷³ Бьюкенен П.Дж. Смерть Запада. – М.: АСТ, 2004. – С. 115–116.

подчеркивает искусственную «криминализацию» среднего класса, а также института семьи и других традиционных ценностей: «обнаружив зародыш фашизма в патриархальной семье, Адорно отыскал и место обитания этого зародыша – традиционную культуру». «Еще одним достижением Хоркхаймера и Адорно, – пишет Бьюкенен, – был тезис о том, что дорога к культурной гегемонии лежит через психологическую обработку, а не через философский диспут. Американских детей следует приучать в школе к мысли, что их родители – расисты, шовинисты и гомофобы и что им необходима новая мораль. Сама Франкфуртская школа остается почти неизвестной большинству американцев, однако ее идеи широко распространялись по педагогическим колледжам в 1940-х и 1950-х годах»⁷⁴. Один из основных постулатов школы заключается, по информации П.Дж. Бьюкенена, в важности того, не какими знаниями дети овладеют, а того, усвоят ли они «правильное» отношение к жизни.

Цитируя У. Линда – директора Центра культурного консерватизма при фонде «Свободный конгресс» – в контексте влияния массовой культуры и СМИ как инструмента культурно-информационной политики и «мягкой силы» на молодое поколение американцев, автор также пишет: «...индустрия развлечений полностью поглотила идеологию марксистской культуры и проповедует ее не только напрямую, но и иносказаниями: сильные женщины побеждают слабых мужчин, дети оказываются мудрее родителей, честные прихожане разоблачают вороватых священников, черные аристократы справляются с насилием в районах белой бедноты, гомосексуалистов принимают в лучших домах... Это все сказки, извращения реальности, однако масс-медиа делают из сказок быль, превращают их в реальность более явную, нежели мир за окном»⁷⁵.

⁷⁴ Бьюкенен П.Дж. Смерть Запада. – М.: АСТ, 2004. – С. 120.

⁷⁵ Там же. – С. 122.

Эти мысли Бьюкенена и других американских консерваторов, похожие скорее на крик души отчаявшегося человека или воина, стоящего посреди поля брани в стане, значительно уступающему по численности и вооружению войску противника, представляют особую ценность и интерес в контексте рассмотрения американской поп-культуры как действенного инструмента «мягкой силы» внутри и вовне государства, а также при анализе СМИ как средств управления массовым сознанием.

На этот счет, развивая критику Франкфуртской школы, Бьюкенен отмечает: «Масс-медиа Америки превратились в осадные орудия в войне культур и в самое надежное средство оболванивания молодых... В прошлом общественные устои подрывались словами и книгами, но Маркузе был уверен, что секс и наркотики – оружие куда более действенное. В книге «Эрос и цивилизация» он выдвинул знаменитый принцип удовольствия... Занимайся любовью, а не войной – этот лозунг выдвинул именно Маркузе... Для новых марксистов не было цели важнее, чем уничтожение института семьи, которую они рассматривали как типичный пример диктатуры и как инкубатор шовинизма и социальной несправедливости»⁷⁶. В результате, по информации Бьюкенена, в современных США традиционные семьи составляют не более четверти от общего числа проживающих вместе людей.

В этом контексте воспользуюсь правом автора, чтобы не отказать себе в удовольствии обратить внимание читателя на колоссальную схожесть упомянутых постулатов с так называемой доктриной Алена Даллеса⁷⁷ в отношении России

⁷⁶ Бьюкенен П. Дж. Смерть Запада. – М.: АСТ, 2004. – С. 123.

⁷⁷ Аллен Уэлш Даллес – директор ЦРУ (1953–1961). Так называемый план (или доктрина) Даллеса – текст на русском языке, излагающий общие принципы подчинения СССР через идеологическое разращение населения, весьма откровенный по формулировкам. По одной версии, этот доклад был произнесён им в Конгрессе США в 1945 г., по другой – это отрывок из его книги, опубликованной то ли в 1945, то ли в 1953 г. Оригинальный текст доклада никогда не был опубликован.

(хотя достоверность существования такового не доказана), а также привести в пример фактологические и весьма достоверные выкладки Д. Эстулина в его вновь доработанной книге «Секреты Бильдербергского клуба»⁷⁸.

Продолжая линию критического анализа роли «новых левых» в формировании современной американской культуры, важнейшей задачей которых являлся «захват» этой самой культуры (согласно А. Грамши)⁷⁹, П.Дж. Бьюкенен также живописует интереснейшими фактами и статистическими данными, отражающими его взгляд на источники возникновения и укрепления социокультурной картины сегодняшней Америки, как, например, роль сексуальной революции, изобретения и стремительного роста использования средств контрацепции с середины 1960-х гг., деградация морали отношений между полами, разрешение и стремительный рост числа аборт, культивация феминизма и политкорректности, возведенной в ипостась неприкосновенной ценности и т.д.

Однако вернемся от критики Франкфуртской школы и «новых левых» к научной дискуссии, развернувшейся в американском и европейском научном сообществах по поводу концепции американского культурного империализма. Критика вмешательства США в дела других государств и открытой интервенции в странах третьего мира, особенно во Вьетнаме, автоматически трансформировалась в критику капитализма как такового. Стоит заметить, что восприятие американского капитализма в мире оказало серьезное воздействие на изучение международной политики США.

Несогласные с убеждениями теоретиков политического реализма вроде Г. Моргентау, представители нового поколения «ревизионистов» перенесли изучение системы международных отношений в плоскость исследования того,

⁷⁸ Эстулин Д. Секреты Бильдербергского клуба. – Минск: Попурри, 2009. – 328 с.

⁷⁹ Бьюкенен П.Дж. Смерть Запада. – М.: АСТ, 2004. – С. 136.

какой эффект оказывают убеждения и взгляды внутри страны (наряду с экономическими и социальными факторами) на функционирование американской дипломатии. Вскоре критики капитализма направили свой взор на расовые проблемы в США и на «страны третьего мира, где американские капиталисты в поисках новых рынков, сырья и дешевой рабочей силы выступали как... эксплуататоры»⁸⁰.

«Новые левые» относились к дипломатии Соединенных Штатов как к составной части американской политической экономии, так как «благополучие экономики напрямую зависело от непрерывно расширяющихся рынков» – считали «новые левые» историки⁸¹. Теоретики упомянутого культурно-политического движения леворадикальной ориентации, акцентируясь на экономических мотивациях американской дипломатии, представляли глобальное противостояние Востока и Запада как битву социализма с капитализмом, битву, которую, по их мнению, развязали американские политики, движимые поиском новых рынков, которые Советскому Союзу были даже не нужны, как пишет Дж. Гиноу-Хехт⁸².

Данные исследования экономического и политического империализма США составили основу для изучения американского культурного империализма. Несмотря на то что термин «культурный империализм» упоминался и раньше, именно в 1960-х гг. эта критическая концепция оформилась в полноценный и связный аргумент. Очень часто в разных источниках термин «культурный империализм» определяется как «использование политической и экономической силы в

⁸⁰ *Paul Hollander. Anti-Americanism: Critiques at Home and Abroad, 1965–1990.* – P. 54–56.

⁸¹ *Gienow-Hecht J. Shame on US? Academics, Cultural Transfer, and the Cold War – A Critical Review, Diplomatic History.* – P. 472.

⁸² Там же.

целях распространения и популяризации ценностей и обычаев инородной культуры в ущерб коренной культуре»⁸³.

Обычно критики культурного империализма едины во мнении, что западная культура представляет собой агрессивную, хищническую силу, исходя из положения, согласно которому США, как крупнейшая капиталистическая держава, могут существовать только при условии их неперемного экономического, географического, идеологического и культурного превосходства. Прямо противоположно дискуссии о культурном экспорте 1950-х в 1960-х гг. критики культурного империализма настоятельно предостерегали правительство и деловые круги от «экспортирования» американской культуры.

Необходимо отметить, что концепция культурного империализма не включает в себя какой-либо определенный комплекс критериев, по которому ее можно идентифицировать. Однако в академической дискуссии о культурном империализме можно выделить четыре основных направления: дискуссия о медиа-империализме, о мировой гегемонии одного государства, о глобальном доминировании капитализма и о современности.

Медиа-империализм являет собой наиболее старый и широко дебатруемый аспект, потому как чаще всего обсуждение этого явления связано с текущими политическими тенденциями.

В конце 1960-х – начале 1970-х гг. ЮНЕСКО инициировала горячие дебаты по вопросу о глобальном развитии средств массовой коммуникации, цитаделью которых являлся промышленно развитый Запад. В различных государствах, в том числе развивающихся, возникло опасение того, что через новую в то время спутниковую систему ИНТЕЛСАТ пойдет мощная культурная экспансия, проводимая американским телевидением. По завершении дебатов в 1976 г. бы-

⁸³ *Bullock A., Stallybrass O. The Harper Dictionary of Modern Thought. – New York, 1977. – P. 303.*

ло провозглашено право на коммуникацию, в результате чего США покинули ЮНЕСКО (хотя это была не единственная причина для их выхода из организации).

Критики полагают, что СМИ являются сутью американской культуры и одним из основных инструментов ее распространения, с одной стороны, а с другой – злом для современной культуры США, так как, по их мнению, они создают тупик, своего рода огромную камеру без окон и дверей. Американская культура оказывается в плену у самой себя вследствие распространяемых СМИ культурных и иных тенденций, американская культура вынуждена играть по заранее установленным правилам, именуемым конъюнктурой рынка. Здесь в очередной раз прослеживается тесная взаимосвязь современной массовой культуры США с большим бизнесом.

Так или иначе, можно согласиться с апологетами критики культурного империализма, что тот сегмент культурной политики, который реализуется средствами массовой информации, полностью отвечает интересам контролирующих то или иное СМИ представителей деловых кругов (медиамагнатов) и, что интересно, государства, так как интересы бизнес-элиты в этом отношении часто тождественны интересам и целям государства. Именно посредством СМИ осуществляется разработанная, спланированная манипуляция общественным сознанием и мнением как внутри страны, так и за рубежом. Добавим, что этот процесс может быть и стихийным, но, тем не менее, реализовываться по «накатанной», идеологически оформленной траектории, так как вне зависимости от того, государственная или негосударственная внешняя культурная политика, официальная или неофициальная, идеологический отпечаток виден буквально на всех аспектах культурной политики США, впрочем, как и американской политики в целом.

Среди ученых США концепция медиа-империализма была довольно быстро воспринята и нашла соответствующее отражение. Уотергейтский скандал, связанный с предвыбор-

ной кампанией Р. Никсона, спровоцировал подозрение в существовании тайной связи, и даже сговора, между правительством и СМИ, а также в злоупотреблении исполнительной власти своими служебными полномочиями. В ряде трудов исследователь СМИ и связанных с ними актуальных проблем Г. Шиллер определил наличие тесной связи между высшими деловыми кругами, военными и правительством, с одной стороны, и так называемыми манипуляторами умов («mind managers»), т.е. главами ведущих американских СМИ, с другой. Таким образом, между этими двумя силами, согласно Шиллеру, есть тайная взаимосвязь, базирующаяся на секретном сговоре, целью которого является контроль и манипуляция умами как внутри страны, так и за ее пределами⁸⁴.

Помимо этого, при упоминании о медиаимпериализме вспоминаются атлантистские геополитические концепции аэрократии (господства в воздухе) и эфирократии (господства в эфире). Забегая вперед, скажем, что внешняя культурная политика США как нельзя более кстати отвечала их геополитическим интересам, изложенным в работах атлантистов и неоатлантистов⁸⁵.

Другая группа критиков интерпретировала культурный империализм как **глобальное доминирование одного государства**. Их спор был спровоцирован растущей озабоченностью ЮНЕСКО сохранением национальных культур. Такие американские специалисты, как Ф. Нинкович⁸⁶, замечают в своих исследованиях, что, распространяя и навязывая свои культурные ценности в других странах, Соединенные Штаты в лице своего правительства осуществляют попытку «национализировать» мировую политическую систему в своем стремлении к глобальному лидерству. Американская

⁸⁴ Шиллер Г. Манипуляторы сознанием. – М.: Мысль, 1980.

⁸⁵ Дугин А. Основы геополитики. – М., 1999.

⁸⁶ Ninkovich F.A., Hoepfli-Phalon. U.S. Information Policy and Cultural Diplomacy. – N.Y.: Foreign Policy Association, 1996.

культура в таком случае выступала как универсальный язык, понятный практически каждому.

Далее среди представителей этой группы критиков возник вопрос: почему же американские политики так мало уважали другие культуры? Известный американский политолог С. Хантингтон⁸⁷ упрекал США за одностороннее навязывание своих культурных стандартов и ценностей другим странам. Полная убежденность в том, что американские демократические принципы абсолютно применимы в любое время и в любом месте отражала безразличие правящих кругов США к культурным особенностям разных народов, а также подчеркивала их геополитические устремления.

Для представителей третьей группы ученых культурный империализм стал синонимом **экспансии** и, в отдельных случаях, **глобального господства американского капитализма**. Сторонники этой точки зрения заявляли, что в XX в. американские политики начали сознательно распространять американскую культуру, информацию и концепцию свободной и открытой экономики с целью расширения рынка сбыта американских товаров. Культура в таком случае становится инструментом, способствующим интеграции разных стран в единую международную экономическую систему, что одновременно приводит к культурной унификации и стандартизации. Этот аспект сегодня особенно часто упоминается в связи с обсуждением процесса глобализации и критикой его культурной составляющей. Критики культурного империализма сходятся во мнении, что американские товары не только преобладали на зарубежных рынках, но и владели умами граждан других стран.

После Второй мировой войны массовая культура США буквально захлестнула Западную Европу, вызвав там серьезные опасения, связанные с угрозой суверенитету и традициям. После того как в Европе эта проблема стала ме-

⁸⁷ *Gienow-Hecht J. Shame on US? Academics, Cultural Transfer, and the Cold War – A Critical Review, Diplomatic History. – P. 472.*

нее актуальна и западноевропейские страны «переболели» Америкой, все больше стали возвращаться к корням, к защите и сохранению своих этнокультурных особенностей, своей национальной идентичности, на огромных евразийских просторах ситуация разворачивалась с точностью до наоборот.

Как ни печально это констатировать, советская система во многом была разрушена изнутри при помощи инструментов американской «мягкой силы», что проявилось и в создании притягательного образа американской культуры в глазах граждан Советского Союза.

Американцы, в частности Д. Най и С. Бжезинский, называют одной из главных причин победы США в «холодной войне» доминирование и привлекательность Америки на уровне поп-культуры. Анализируя книгу Дж. Ная⁸⁸, В.И. Супрун пишет: «Если по линии классического искусства проигрыша со стороны СССР не наблюдалось, то в сфере поп-культуры потери были колоссальны! Успех Запада объяснялся несколькими факторами: отставанием СССР в области повседневной потребительской культуры; стародавним «комплексом неполноценности» и подражательства; естественным стремлением к разнообразию, а не единообразию; апеллированием к так называемому земному, а не идеологическому; апелляцией к индивидуалистскому, личностному, а не к коллективному, общинному»⁸⁹.

С точки зрения упомянутых американских политологов, привлечение через поп-культуру помогло США достичь важнейших внешнеполитических целей. Для примера будет достаточно назвать два момента: «демократическую реконструкцию Европы» после Второй мировой войны и победу в «холодной войне». Так, Дж. Най излагает свои мысли на этот счет: «Советский Союз располагал значительным военным потенциалом, что позволяло угрожать Западной Европе, но в

⁸⁸ *Най Дж.* Гибкая власть. Как добиться успеха в мировой политике. – Новосибирск–Москва, 2006.

⁸⁹ Там же. – С. 13 (предисловие В.И. Супруна к русскому изданию).

ранний поствоенный период он обладал также важными ресурсами «мягкой силы», которые проистекали из привлекательности коммунистической идеологии и из того, что Советский Союз смог противостоять нацистской Германии. Однако он потерял большую часть своей гибкой силы из-за репрессий у себя дома и в Восточной Европе, а также из-за глупой экономической деятельности в последующие годы (хотя при этом его военная мощь возрастала). Управляемые советским государством пропаганда и культурные программы не смогли соперничать с влиянием американской коммерческой поп-культуры в своей гибкости и привлекательности. Задолго до падения Берлинской стены в 1989 г. «отверстия» в ней были уже проделаны западным телевидением и западными кинофильмами. Молоты и бульдозеры не сработали бы без трансляций в течение долгих лет имиджей поп-культуры Запада, подточивших стену раньше, чем она рухнула»⁹⁰.

После распада СССР в 1991 г. на территорию всего постсоветского пространства, и прежде всего России, устремился мощный поток американской культуры, который, распространяясь на разных уровнях, благодатно приживался на новой почве в период начального безоглядного «упоения» нашей страной свободой и демократией, что привело ко многим необратимым последствиям. По прошествии этой эйфории на сегодняшний день ситуация меняется, но, к сожалению, крайне медленно.

Наиболее последовательными критиками культурного империализма стали те исследователи, кто перенес эту дискуссию в сферу **критики современности**. Представителями этой группы исследователей были наиболее типичные последователи Франкфуртской школы, такие как Ю. Хабермас,

⁹⁰ *Най Дж.* Гибкая власть. Как добиться успеха в мировой политике. – С. 83.

М. Берман⁹¹ и др. Они рассматривали культурный империализм как процесс навязывания всего современного, т.е. своего рода многоаспектной модернизации.

Для этих ученых «современность» («modernity») означала основное культурное направление глобального развития. В этом понимании термин «культура» включает в себя такие составляющие, как капитализм, масскультура, урбанизм, «научно-технически и рационально ориентированная идеология», национальные государства. Преобладание данных факторов характеризует, в глазах этих мыслителей, западный империализм.

Критики современности первые направили свои аргументы не против какого-то комплекса факторов или инструментов культурного империализма, а против сути самого процесса, процесса навязывания новшеств, модернизации. Они вывели понятие культурного империализма за рамки чисто американского явления, представив его как достояние Запада, и стали говорить уже о западном культурном империализме как целостном явлении.

Культурный империализм был и остается популярной и достаточно стойкой концепцией, которая представила культуру в качестве переменной величины при изучении международных отношений. Однако рассматриваемая концепция никогда не являлась бесспорной. Но лишь в конце 1980-х гг. она начала подвергаться более или менее серьезной критике в научных кругах США и Европы. Оппоненты концепции в качестве доводов приводили несколько основных аргументов.

Приводились, в частности, точки зрения в пользу того, что апологеты концепции культурного империализма позабыли об историческом факте существования империй до возникновения Соединенных Штатов. Говорилось о том, что Британская корона в Индии и на Ближнем Востоке, Германия

⁹¹ *Gienow-Hecht J. Shame on US? Academics, Cultural Transfer, and the Cold War – A Critical Review, Diplomatic History. – P. 477.*

в Африке и Франция в Индокитае навязывали свою культуру как действенное средство, помогающее усилить торговые связи и, соответственно, экономическое и политическое влияние в нужных регионах, а также как инструмент для «вербовки» местной интеллектуальной элиты, которая представляла бы интересы метрополии. К тому же, по мнению этих ученых, представители Франции и Великобритании в послевоенной Германии, разделенной на зоны влияния, прилагали не меньшие усилия, чем их американские коллеги к распространению своих культурных ценностей.

Исследование, проведенное ЮНЕСКО в 1959 г., свидетельствует критики концепции культурного империализма, показало, что более половины из всех государств-членов, имели официальные программы по осуществлению культурных контактов. На сегодняшний день некоторые аспекты деятельности Евросоюза базируются на принципах коллективной культурной дипломатии, что проявляется, например, в создании организаций, ставящих своей целью осуществление языковых культурных программ, информационного обмена в области культуры, популяризацию изучения иностранных языков и т.д.

Критики концепции культурного империализма говорят к тому же о том, что такие крупные региональные государства, как Аргентина, Бразилия, Мексика, Египет и т.д., традиционно посредством СМИ экспортируют в соседние страны свою культурную продукцию, распространяя свое влияние. Они также утверждают, что американское правительство очень часто было готово принести в жертву свои экономические и идеологические цели и задачи ради продвижения геополитических интересов. Но это не совсем правомерное утверждение. Дело в том, что фактор культуры во внешней политике США очень часто являлся едва ли не наиболее действенным инструментом для достижения Соединенными Штатами своих экономических, политических и геополитических целей. Для этого, естественно, использова-

лась во многом грамотно спланированная внешняя культурная экспансия, составной частью которой был идеологический компонент, что в комплексе отвечало понятию «культурный империализм».

По мнению одного из оппонентов концепции культурного империализма Дж. Томлинсона⁹², культурный империализм являет собой всего-навсего процесс распространения всего нового, современного (что в определенной мере приводит к нанесению урона культуре, ее традиционным ценностям), а не культурную экспансию. «Глобальный технологический и экономический прогресс уменьшают значение традиционных культур и поэтому слово «империализм» должно быть опущено, а вместо этого необходимо использовать термин “глобальное изменение культуры”», – пишет Дж. Томлинсон⁹³.

Развивая тему, уместно сказать о том, что многие ученые как в Новом, так и в Старом Свете сходятся во мнении касательно неоднозначности восприятия всего американского в разных уголках планеты. В частности, говорится о том, что в Европе в свое время молодежь, принимая такие атрибуты американизации, как кока-кола, рок-н-ролл, джинсы и т.д., трансформировала их в нечто, что отвечало ее насущным потребностям, а именно – свободы в различном ее понимании. В восприятии американских культурных ценностей, в данном случае на европейском континенте, значительную роль сыграл фактор социального протеста молодежи, ее противопоставления себя существующим социальным нормам, правилам, порядкам, а также политическим режимам, что в социологии и культурологии именуется девиантностью поведения. Неслучайно одним из основных проявле-

⁹² *Gienow-Hecht J.* Shame on US? Academics, Cultural Transfer, and the Cold War – A Critical Review, *Diplomatic History*. – P. 481.

⁹³ *Tomlinson J.* Cultural Imperialism: A Critical Introduction. – Baltimore, MD: John Hopkins University Press, 1991.

ний массовой культуры с момента ее зарождения является контркультура.

Вместе с тем, вспоминая тезисы Дж. Ная о «мягкой силе» как о переменной величине, нельзя не заметить, что в действительности «мягкая сила» не является постоянной и варьируется в зависимости от места и времени, имея разный потенциал и «запас прочности», скажем, в мусульманских странах арабского востока и в государствах Европы. Кроме того, инструменты «мягкой силы» официально отделены от государственной политики и идеологии (пожалуй, только лишь официально) и даже нередко оказывали противоположное воздействие, как в случае с войной во Вьетнаме, когда молодежная поп-культура впервые ярко выступила рупором критики американского правительства и преследовала цели, противоположные устремлениям государства. Но в то же время, возвращаясь к восприятию американских культурных ценностей в молодежной среде, добавим, что несомненной привлекательностью, в том числе для молодежи, обладала та свобода, с которой в американском обществе критиковали политику собственного государства. Это существенно увеличивало потенциал культурной привлекательности (т.е. «мягкой силы») в глазах мировой общественности.

Следует заметить, что, упоминая о восприятии (либо отторжении) американской культуры в мире, мы неизбежно сталкиваемся с тем, что называется потребительской культурой, имея в виду термины «*consumerism*» или «*prosumerism*» («*production+consumerism*»)⁹⁴, изобретенные американскими социологами, в том числе и для обозначения современного американского общества массового производства/потребления.

Под потребительской культурной экспансией понимаются те товары и явления, которые в процессе глобализа-

⁹⁴ Алякринский О.А. Американская мечта в российском массовом сознании, США-ЭПИ. – 1996. – № 4. – С. 112.

ции и благодаря американскому бизнесу, а теперь уже в большей степени ТНК, корни которых находятся в США, наводнили мир и которые, так или иначе, повсеместно воспринимаются как часть американской культуры, американских ценностей, американского образа жизни и как очевидное проявление американской культурной экспансии. Как раз на этих «элементах американизации» вымещает свое зло радикальное крыло движения антиглобалистов. Прежде всего, это такие всемирно известные брэнды, как «Кока-кола», «Пепси», «Макдоналдс» и т.д.

Стоит отдать должное (и здесь нельзя не согласиться с этим фактом, о чем, кстати, говорят и противники концепции культурного империализма) тому, что Америка для жителей многих стран мира превратилась в некий объект «вожделения», своеобразный мираж, мечту, для кого-то даже притягательную экзотику. Мир (по крайней мере, его большая часть) стал грезить понятиями американского образа жизни, американской мечты, американских стандартов, американской моды, американских манер поведения и т.д. Это произошло благодаря эффективной официальной, а главное неофициальной, внешней культурной политике Соединенных Штатов посредством прежде всего голливудского кинематографа, а также всей индустрии массовой культуры, чему в книге еще будет уделено внимание.

Как было отмечено, многие адепты концепции культурного империализма говорят о манипуляции умами и мировым общественным мнением, осуществляемой «по заказу» американских политиков и представителей бизнес-элиты средствами массовой информации и иными путями, что в принципе нельзя отрицать. Критики концепции культурного империализма опровергают это тем, что по всему миру, включая страны третьего мира, осуществляется незаконное тиражирование и распространение американской теле-, видео-, аудио- и прочей продукции без какого-либо соблюдения авторских прав. А все это происходило и происходит по-

тому, аргументируют они, что вышеуказанная продукция пользуется огромным спросом в мире в виду, соответственно, ее «американской» притягательности.

Таким образом, данные аргументы свидетельствуют о том, что практически во всем мире американские культурные ценности воспринимаются добровольно, по желанию, а не под каким-либо давлением со стороны политиков или бизнесменов, поскольку в этих культурных продуктах ощущается реальная потребность (хотя зачастую качество экспортируемой продукции подобного рода оставляет желать лучшего, если вообще считать его приемлемым).

Отрицать вышеуказанные факты не имеет смысла. Но в данном случае, как представляется, важным является другое. Вопрос: в каком объеме осуществляется восприятие транслируемых культурных ценностей?

Действительно, на продукцию американской теле-, видео- и киноиндустрии, как и на иные продукты массовой культуры США в мире существует достаточно большой и устойчивый спрос. Но если взглянуть на эту ситуацию более пристально, то становится видно, что этот спрос по ряду причин является навязанным, вполне формируемым и регулируемым, тем более, если вспомнить уже упоминавшееся понятие рыночной конъюнктуры, а также финансовые возможности и технические средства, имеющиеся у крупных компаний в сфере вещания и шоу-бизнеса. Спрос на американскую культурную продукцию сам по себе является результатом американской культурной экспансии как проявления их многоаспектной внешней культурной политики. Таким образом, и это утверждение противников концепции культурного империализма представляется весьма спорным.

Вернемся к рассматриваемой дискуссии. Ряд исследований по вопросу о влиянии культурного империализма, проведенных учеными-критиками данной концепции, указал на разницу восприятия американских культурных явлений между гражданами зарубежных государств и их правитель-

ствами. Согласно результату этих исследований, огромный процент населения в разных странах позитивно воспринимают те же американские кинофильмы и охотно потребляют эту продукцию, тогда как правительства этих государств, наоборот, не принимают ее, представляя это в качестве одного из инструментов политики культурного империализма, которого обыватели не опасаются. Согласиться с подобным заявлением можно с некоторыми оговорками.

Подобная картина была более всего свойственна для восточноевропейских стран соцлагеря времен «холодной войны», особенно на ее завершающем этапе. Вместе с тем на сегодняшний день данная ситуация свойственна для немалого количества государств как на европейском, так и на других континентах. Другое дело, что мотивации политиков сегодня частично трансформировались в сторону борьбы с «побочными эффектами» глобализации, в том числе в ее культурном аспекте. В качестве примера сразу же вспоминаются Канада, с ее попытками в направлении культурного протекционизма, и Франция, традиционно находящаяся в оппозиции американской политике по ряду ключевых вопросов, в том числе в сфере культуры.

Возвращаясь к тому, что описываемая ситуация была очень характерна для стран социалистической системы, в особенности в конце эпохи «холодной войны», стоит согласиться с такими исследователями, как Дж. Эттема, Ч. Уитни, Дж. Лалл⁹⁵ и др., которые в ходе изучения этого вопроса выяснили, что как в Китае, так и в странах Восточной Европы в 1989 г. западные телевизионные и радиопрограммы стимулировали народные антиправительственные выступления. Этот пример доказывает приведенное выше утверждение о моменте социального протеста, являвшегося одной из мотиваций принятия молодежью Европы и Азии американской

⁹⁵ *Gienow-Hecht J. Shame on US? Academics, Cultural Transfer, and the Cold War – A Critical Review, Diplomatic History. – P. 484.*

культуры, в частности и западной в целом, которая им представлялась тогда как «глоток свободы и демократии».

Кроме того, американские исследователи признают, что общественность разных стран никогда безропотно не воспринимала плоды западного культурного империализма и в отдельных случаях демонстрировала серьезное активное (или пассивное) сопротивление американской культуре. Данный факт касается отнюдь не только традиционных исламских обществ. Отдельные исследования в области театрального искусства, кинематографии, литературы и культуры в целом, проведенные среди разных социальных групп в странах Азии, Африки и Латинской Америки, выявили, что несмотря на экспорт западных товаров и связанное с ним влияние за последние 20 лет в этих регионах вполне четко проявилась тенденция к сопротивлению зачастую неконтролируемым потокам западной, и прежде всего американской, культурной экспансии. Многие ученые сходятся во мнении, что в других странах США вызывают противоречивое чувство смеси любви и ненависти, что не раз отчетливо проявилось в истории, например, когда в 1960-х гг. в Европе студенты, подвергавшие жесткой критике действия Соединенных Штатов во Вьетнаме, преклонялись перед американской рок-музыкой. И здесь напрашивается интересный вывод: свобода и независимость, ассоциировавшаяся с рок-музыкой и джинсами, заключалась не только в индивидуальной свободе как таковой, но и в свободе и праве критиковать внешнюю политику США.

Более детальный анализ мотиваций локального неприятия и отторжения американских культурных ценностей показывает, что частные случаи их восприятия и условия, сопровождающие эту перцепцию, предоставляют гораздо больший материал для изучения сопротивления культурной экспансии, чем просто голословная критика американской культуры.

В этой связи критики очень часто рассматривают пример Франции, указывая, что в этом государстве традиционная дискуссия по проблеме американизации французской культуры ведется, прежде всего, в интересах определенных узких социальных групп, преследующих в этом свои специфические интересы (например, бизнесменов, владельцев ресторанов, не желающих изменения вкусов своих потенциальных клиентов и связанных с этим убытков и т.д.), но не в интересах широких общественных слоев. Кроме того, исследователи, разделяющие эту точку зрения, говорят о том, что, дескать, во Франции отдельные политические лидеры искусственно нагнетают проблему американского культурного империализма с целью отвлечения внимания общественности от серьезных трудностей внутри страны.

В работе уже упоминалось о том, что «недолюбливание» французами американской культуры имеет относительно долгую историю – по большому счету со времен окончания Второй мировой войны. В связи с этим исследователь Р. Куисель пишет о том, что французы, хотя и находили некоторые американские продукты довольно привлекательными, продолжали лелеять и идеализировать свою национальную идентичность и высокую французскую культуру⁹⁶. (Автоматически напрашивается вполне резонный вопрос: а разве это неправильно, разве в этом есть нечто предвзятое и противоестественное?)

Такие исследователи, как К. Росс и Э. Балибар, на которых также ссылается Дж. Гиноу-Хехт⁹⁷, в свою очередь, высказывают мысль о том, что корни французского противостояния американской культурной колонизации кроются в некоем сочетании их представления о себе как о народе с ис-

⁹⁶ *Kuisel R. Seducing the French: The Dilemma of Americanization. – Berkeley, 1993, xi, xii.*

⁹⁷ *Gienow-Hecht J. Shame on US? Academics, Cultural Transfer, and the Cold War – A Critical Review, Diplomatic History. – P. 486.*

ключительной культурой с их собственным колониальным опытом, в том числе и в области культуры.

Как бы там ни было, Франция наиболее четко из всех европейских государств позиционирует себя в качестве рьяного борца за сохранение своей историко-культурной уникальности, национальной идентичности, противостоя культурной экспансии Соединенных Штатов. Эта страна на государственном уровне принимает меры по ограничению экспорта и, соответственно, влияния американской массовой культуры, осуществляя, таким образом, политику культурного протекционизма.

Как пишет Марио Варгас Льюса в статье «Культура свободы», «наиболее показателен пример Франции, где мы видим частые правительственные кампании в защиту французской «культурной идентичности», которой, якобы, угрожает глобализация. Огромное множество интеллектуалов и политиков встревожены вероятностью того, что землю, родившую Монтеня, Декарта, Расина и Бодлера, страну, долгое время являвшуюся высшим авторитетом в области мод, кулинарии, искусства, мышления и всех сфер духовной деятельности человека, могут захватить закусовые «МакДоналдс», «Пицца Хат», «Жареные Цыплята Кентукки», рок, рэп, голливудские фильмы, сникерсы, блю-джинсы и футболки. Следствием этого страха стали, например, крупные субсидии, предоставляемые французским правительством национальной киноиндустрии, и требования введения квот, которые бы заставили кинотеатры демонстрировать определенное количество национальных фильмов и ограничивать импорт кинокартин из Соединенных Штатов. Этот же страх является причиной, по которой муниципалитеты приняли жесткие постановления о наложении крупных штрафов за использование в уличной рекламе англицизмов, засоряющих язык Мольера (хотя судя по тому, что можно видеть на улицах Парижа, эти постановления не очень-то действуют). Этим же страхом объясняется и то, почему Жозе Бове – фер-

мер, объявивший крестовый поход против «*la malbouffe*» («мерзкая пища»), стал во Франции чуть ли не народным героем»⁹⁸.

Вообще любые политические разногласия и противоборства касательно двухсторонних взаимоотношений Франции и США нередко выливаются во взаимные атаки именно на культурные атрибуты и символы каждой из сторон.

Например, когда США готовили военную операцию против Ирака, в чем их позиция расходилась со многими государствами – членами мирового сообщества и прежде всего с Францией, которая заняла непримиримую позицию по иракскому вопросу, в американском обществе (хотя это не носило массовый характер) прокатилась волна возмущений против Франции и «всего, что имеет французское происхождение». Это проявилось прежде всего в том, что в Америке владельцы ресторанов, солидарные с действиями своего правительства, в эмоциональном порыве демонстративно выливали на тротуар французское вино, в ресторанах быстрого обслуживания наблюдались случаи бойкотирования блюда картофель фри по-французски, так называемый френч фри («*french fries*») и другие демонстративные курьезные поступки.

Продолжая освещать дискуссию о культурном империализме, преимущественно с точки зрения представителей западных научных кругов, необходимо отметить, что многие из них предлагали заменить понятие «культурный империализм», как они считали, вследствие его несостоятельности более адекватными и гибкими терминами, среди которых можно выделить «транскультурацию» («*transculturation*»), «культурное влияние», «культурную трансляцию» («*cultural transmission*») и др.

В конце 1980-х гг. дискуссия о культурном империализме приобрела новые очертания в связи с появлением и развитием теории глобализации. Исследователи пришли к

⁹⁸ Foreign Policy. – January/February 2001 // www.russ.ru.

заклучению, что общества и культуры не могут более рассматриваться сугубо в рамках национальных государств, поскольку, во-первых, любое общество находится в непрерывном процессе взаимообмена с другими, во-вторых, многие страны мультикультурны, а в-третьих, этнокультурные ареалы не всегда совпадают с границами государств.

Развивая эту линию, многие из аргументов в пользу концепции культурного империализма трансформировались из односторонней критики американской культурной экспансии в более глобальный подход, заключающийся в рассмотрении западного культурного влияния в целом. Но критики данной концепции категорически отказывались рассматривать процесс глобализации как инструмент для распространения американского, и шире, западного влияния.

Итак, подведем краткий итог небольшому исследованию полемики по проблеме культурного империализма в ее исторической ретроспективе. Дебаты по этой проблеме претерпели существенные изменения на протяжении своего существования во второй половине XX столетия. Начавшись в большей степени как общественная дискуссия, спровоцированная политиками, журналистами и учеными, она в итоге сфокусировалась на политическом аспекте, на использовании фактора культуры как действенного внешнеполитического инструмента, призывая политиков уделять большее внимание информированию мировой общественности о Соединенных Штатах Америки, в том числе об их культуре, что вылилось в активную идеологическую политику и пропаганду времен «холодной войны».

В 1960–1970-х гг. эта тема постепенно трансформировалась в зарождающуюся дискуссию о культурном империализме, акцентируясь на экономических и психологических аспектах культуры. Многие исследователи приходили к выводу, что за рубежом стало слишком много американского, прослеживалось очень сильное влияние американской культуры, что вылилось в вышеописанные академические дебаты

вокруг проблемы культурного империализма. Но под влиянием сопротивления, которое встретила культурная экспансия США со стороны общественности разных стран, и под воздействием идей постструктурализма конца 1980-х большая часть ведущих специалистов в данном вопросе изменили свой подход к проблеме.

На сегодняшний день многие представители американской (и вообще западной) научной мысли больше не рассматривают распространение американской культуры как «империализм». Теперь они склонны называть это явление непрерывным процессом взаимодействия на культурном уровне этносов и наций, что, в общем-то, и именуется культурным проявлением глобализации.

Исследующие эту проблему ученые сегодня также акцентируют свое внимание на том, что американское общество в очередной раз начало волноваться об имидже своей культуры за рубежом и о качестве нынешнего культурного экспорта США. Помимо этого часто высказывается мысль о том, что в последнее время сместился акцент с критики культурной экспансии отдельного государства-нации на влияние на этот процесс крупного бизнеса.

Вместе с тем в научных кругах Америки также культивируется мысль об отсутствии на сегодняшний день как таковой истинно американской культуры, культурных ценностей, так как в связи с развитием высоких технологий, СМИ, революцией в киберпространстве (что есть проявление глобализации) американская культура стала общемировой, универсальной культурой. Придерживающиеся этого мнения исследователи полагают, что нельзя говорить о каком-либо культурном империализме или экспансии со стороны США, поскольку в условиях глобализующегося мира возникает новая наднациональная универсальная культура, очевидно основанная на американской масскультуре.

В этой связи также уместно привести точку зрения Р. Пэлса, который, как и Р. Куисель, указывает на то, что

Америка, особенно в период своего становления, сама в огромной мере находилась под влиянием культур различных стран и регионов, импортируя эти культурные ценности, на чем, собственно говоря, и был построен американский мультикультурный социум. Развивая тему, Р. Пэлс пишет, что «Америка не изобретала системы общепитов быстрого обслуживания (fast food), торговых центров или кинофильмов... и т.д. (что пришло по большей части из Старого Света), но США перенесли все это в ставшую доминирующей в XX веке форму глобальной индустрии развлечений»⁹⁹.

Краткий анализ дискуссии о культурном империализме позволяет сделать следующие выводы.

Понятие «культурный империализм» появилось в XIX в. благодаря колониальной политике Британской империи. Однако в тот момент термин носил положительный оттенок. После Первой мировой войны и растущей критики империализма, в том числе В. Лениным и В. Вильсоном, «культурный империализм» приобрел отрицательное значение. Сегодня классическая трактовка понятия звучит как «использование политической и экономической мощи для распространения культурных ценностей одного государства в другом»¹⁰⁰.

Кроме того, мы приходим к выводу, что концепция культурного империализма трактовалась в разные периоды по-разному: экспансия США для реализации своих экономических и политических интересов, как метод социального контроля над зарубежным обществом, как полная или частичная американизация, как объективный процесс глобализации и как фактор, вызывающий неприятие насаждаемой культуры у коренного населения. Все эти трактовки изменялись во многом благодаря структурным сдвигам в системе

⁹⁹ Pells R. Who's afraid of Steven Spielberg? *Diplomatic History*. – Vol. 24. – № 3 (Summer 2000). – P. 496.

¹⁰⁰ Bullock A., Stallybrass O. *The Harper Dictionary of Modern Thought*. – New York, 1977. – P. 200.

международных отношений. Всплеск критики внешней политики США в период Вьетнамской войны способствовал распространению идеи об агрессивной культурной экспансии США; окончание противостояния между США и СССР обусловило появление тезиса об американизации мирового пространства; интеграционные процессы в мире послужили толчком для развития концепции о взаимном проникновении культур. Таким образом, научная полемика обуславливалась контекстом развития международных отношений.

Можно соглашаться с термином «культурный империализм», можно с ним спорить или отрицать его вообще, но тем не менее факт остается фактом – внешняя культурная экспансия США, являющаяся частью их официальной и неофициальной внешней культурной политики, никуда не ушла и не ослабла и сегодня является действенным инструментом распространения общемирового американского влияния, что реализуется посредством СМИ в интересах как крупного бизнеса, так и государственной внешнеполитической стратегии, в связи с чем по традиции носит немалый идеологический «заряд».

Другой вопрос в том, что для характеристики этого процесса могут использоваться другие, в той или иной степени более мягкие и носящие несколько иную смысловую нагрузку термины, большинство из которых уже приводилось. Например, по мнению, Р. Куиселя¹⁰¹, термин «американизация», употребление которого, кстати, избегает Дж. Гиноу-Хехт, является более адекватным контексту, отражая степень планетарного влияния Америки. «Американизация вызвала огромные социальные, экономические и культурные изменения, сделав Европу более похожей на Америку. Если то, как европейцы питаются, развлекаются, одеваются, работают, живут, и даже, разговаривают стало больше похоже на

¹⁰¹ *Kuisel R. Americanization for Historians, Diplomatic History. – Vol. 24. – № 3 (Summer 2000). – P. 510.*

Глава 4. Дискуссия о культурном империализме: 1960–1990 гг.

то, как это делают американцы, значит произошла обширная американизация», – пишет Р. Куисель.

В итоге можно привести большое количество терминологических нюансировок, которые имеют отличающуюся друг от друга семантическую нагрузку и под разными углами освещают отношение к этому явлению, но, к сожалению, это выходит за тематические рамки данной работы.

ГЛАВА 5

ОСНОВНЫЕ ИНСТИТУТЫ, ОСУЩЕСТВЛЯЮЩИЕ ВНЕШНЮЮ КУЛЬТУРНУЮ ПОЛИТИКУ США

В данном разделе рассматриваются основные инструменты реализации официальной внешней культурной политики США, что поможет лучшим образом представить механизм государственного управления внешнеполитическими делами в области культуры. Вместе с тем под термином «официальная культурная политика» подразумевается не только государственный уровень осуществления внешней культурной политики, но и такие негосударственные институты ее реализации, как частные филантропические фонды, спонсорские организации, а также различные общественные организации, словом, все то, что нельзя отнести к сфере отчасти неконтролируемой и стихийной экспансии американской массовой культуры.

Бюро по делам образования и культуры Государственного департамента США

Как упоминалось, одним из основных учреждений американского правительства, ответственных за реализацию внешней культурной политики, является Бюро по делам образования и культуры в структуре Госдепартамента США. Бюро¹⁰² призвано способствовать развитию взаимопонимания между США и другими государствами посредством разработки и осуществления международных образовательных программ и семинаров.

¹⁰² www.state.gov.

Учреждение обеспечивает развитие связей на личном, профессиональном и институциональном уровнях между частными лицами и организациями в США и за рубежом, а также информирует мировую общественность об американской истории, современном обществе США, американском искусстве и культуре. Бюро по делам образования и культуры, в частности, выступает с инициативой и способствует осуществлению следующих программ:

- Фулбрайтская программа, предоставляющая гранты аспирантам, исследователям, преподавателям и руководителям;

- программы по изучению английского языка, создаваемые отделом программ по английскому языку, целью которых является содействие взаимопониманию между Соединенными Штатами и другими странами. Зарубежные представительства отдела программ по английскому языку осуществляют поддержку и руководство языковыми программами, иницируемыми посольствами и консульствами США по всему миру;

- программы для России, стран СНГ, восточноевропейских и балканских государств, которые предусматривают предоставление стипендий, а также способствуют развитию связей на институциональном уровне;

- через соответствующую службу Бюро по делам образования и культуры предоставляет также информацию о новых грантах и культурно-образовательных программах по обмену как для частных лиц, так и для научных и некоммерческих организаций;

- подразделение по информации и ресурсам в сфере образования развивает популярность и повышает престиж американского высшего образования за рубежом, сотрудничает с образовательными организациями Америки с целью интенсификации международных обменов;

– программы по изучению США призваны улучшить знания о Соединенных Штатах зарубежных студентов посредством организации летних семинаров, форумов и т.д.;

– образовательные партнерские программы нацелены на поддержание контактов между американскими и зарубежными учреждениями в сфере среднего и высшего образования;

– отдел гражданских обменов участвует в развитии культурных и молодежных программ в сотрудничестве с некоммерческими организациями США;

– программа по защите международного культурного достояния основана с целью демонстрации ответственности США за сохранение культурных памятников в других странах;

– посольский фонд сохранения культурного наследия, основанный Конгрессом в 2001 г., нацелен на оказание помощи развивающимся странам в сохранении их культурного наследия и демонстрацию уважения, которое выказывает США по отношению к другим культурам.

Это далеко не полный перечень программ и инициатив, реализуемых Бюро по делам образования и культуры при помощи и совместно с разными общественными и частными организациями и фондами. Госдепартамент также активно развивает программы по укреплению культурных контактов с зарубежными партнерами и популяризации американской культуры и искусства через проекты:

– инициатива в сфере исполнительского искусства – проект, направленный на обеспечение финансирования бюджетов американских посольств с целью организации гастролей мастеров исполнительского искусства из США в странах пребывания американских дипмиссий;

– «Ритм дороги – американская музыка за рубежом» – программа по организации гастролей американских музыкальных коллективов за рубежом, как правило, джазовых и хип-хоп-исполнителей;

– Госдепартамент также обеспечивает официальное представительство американского современного изобразительного и других видов искусства на крупных международных выставках, участвует в организации выездных экспозиций американских художников;

– по линии Госдепартамента проводится отдельная кинематографическая программа в сотрудничестве с Кинематографической ассоциацией США и другими организациями при поддержке коммерческих структур. Проект направлен на организацию и проведение за рубежом под патронажем американских посольств кинофестивалей, направленных на демонстрацию не только голливудских блок-бастеров, но и голливудской классики, а также независимого кино.

Стоит заметить, что программы Бюро по делам образования и культуры Госдепартамента США в настоящее время выходят из довольно продолжительного состояния депрессии в ходе предшествующего периода правления республиканской администрации Дж. Буша мл. (финансирование проектов Бюро сократилось более чем на 30%, а количество их участников с 1995 по 2001 г. сократилось с 45 до 29 тысяч человек)¹⁰³.

Финансирование программ Бюро по делам образования и культуры осуществляется за счет средств как федерального бюджета, так и частного капитала. С точки зрения неправительственной поддержки наиболее заметными и известными программами Бюро являются упоминавшаяся Фулбрайтская программа, а также программа для иностранных гостей. Интересно, что финансирование культурных программ за рубежом иногда проходит через бюджеты территориальных бюро Госдепартамента. Кроме того, на реализацию проектов по двусторонним культурным обменам немалые ассигнования выделяются со стороны государств – участников проектов. Например, в 2001 г. иностранные правительст-

¹⁰³ *Sablosky J.A.* Recent trends in Department of State support for cultural diplomacy: 1993–2002. – P. 7 // www.culturalpolicy.org.

ва выделили 27,9 миллиона долларов США на поддержку научных обменов по линии двусторонних комиссий Фулбрайта¹⁰⁴.

Реализация культурно-образовательных обменов за рубежом ложится на так называемых офицеров заграничной службы, а также на рекрутируемых на местах национальных сотрудников заграничной службы. За 90-е гг. прошлого века кадровый состав этих сотрудников также сократился более чем на 30%. С 1993 по 1999 г. численность офицеров в структуре ЮСИА сократилась с 867 до 652 человек.

Апогей деградации культурной дипломатии и публичной дипломатии США был достигнут с приходом к власти США в 2001 г. республиканской администрации, опирающейся преимущественно на силовой фактор в реализации своей международной политики. Два президентских срока Дж. Буша мл. ознаменовались значительным уменьшением дотаций на развитие культурных программ за рубежом и сокращением кадрового резерва, в том числе должностей сотрудников, ответственных за вопросы культурной дипломатии в зарубежных представительствах США. Да и сегодня во многих американских посольствах сотрудники занимаются вопросами организации культурных обменов по совместительству с другими направлениями своей работы ввиду отсутствия должности офицера по делам культуры. Это, отмечают аналитики, привело к оттоку опытных специалистов и значительному снижению эффективности американской публичной и культурной дипломатии при утрате многих ранее завоеванных позиций.

¹⁰⁴ Sablosky J.A. Recent trends in Department of State support for cultural diplomacy: 1993–2002. – P. 7 // www.culturalpolicy.org.

История Информационного агентства США (ЮСИА)¹⁰⁵ как инструмента американской публичной дипломатии

В главе о механизме реализации внешней культурной политики США во второй половине XX в. были рассмотрены основные вехи в истории существования ЮСИА. Однако значимость этого инструмента американской публичной дипломатии для международной политики США, особенно в период «холодной войны», трудно переоценить. Поэтому, несмотря на фактическую ликвидацию ведомства в 1999 г., представляется целесообразным более подробно остановиться на анализе его работы как одного из наиболее эффективных каналов осуществления внешней культурной политики американского правительства, обеспечивавшего ее пропагандистско-идеологическое наполнение, что, как было показано, представляет собой неотъемлемую составляющую этой политики. Согласно распространенному мнению, именно благодаря эффективной деятельности ЮСИА СССР потерпел поражение в «холодной войне», прежде всего на идеологическом уровне, в сфере пропаганды и публичной дипломатии.

Публичной дипломатией называется сфера государственной политики, направленная на информирование международной общественности и поддержание контактов с другими народами в сфере образования и культуры, нацеленное на создание привлекательного образа своей страны. Культурная дипломатия, таким образом, мыслится как составляющая публичной дипломатии.

Еще в 1963 г. Э. Мюрроу, американский радиокomentатор, назначенный директором ЮСИА, определил публичную дипломатию как деятельность, нацеленную не только на иностранные правительства, но и, прежде всего, на отдельных людей и организации, которая часто преподносится

¹⁰⁵ В работе использованы аналитические материалы, подготовленные в.н.с. ИСКРАН и ИАМП МИД РФ Л.Б. Берзиным.

как комплекс частных взглядов в дополнение к позиции правительства.

В 80-е гг. прошлого века директор американского Агентства по контролю над вооружениями и разоружению К. Эдельман говорил: «Публичная дипломатия – это та часть международной жизни, у которой есть все, чтобы стать основной вехой во внешней политике администрации Рейгана. Прошло время американской стыдливости во внешней политике. Сейчас новое время, настала пора восхвалять Америку. Публичная дипломатия – это распространение американских идей по всему миру, она стала самой быстрорастущей индустрией Вашингтона». К. Эдельман также отмечал, что традиционная дипломатия ведется скрыто и спокойно, тогда как «публичная дипломатия является открытой и может быть шумно-крикливой. Традиционная дипломатия стремится избегать споров, чтобы смягчить расхождения, а публичная дипломатия стремится выявить и стимулировать споры»¹⁰⁶.

В целом полагаю, что вполне правомерно трактовать понятие публичной дипломатии как систему взглядов стратегического характера, направленную на формирование позитивного имиджа страны за рубежом, посредством информационно-пропагандистской политики, внешней культурной политики и культурной дипломатии (*не следует путать эти понятия*). При этом в отличие от традиционной дипломатии публичная дипломатия адресована непосредственно населению, обращаясь к людям «через головы» правительств¹⁰⁷. В этом ее сила и эффективность, особенно в нашу информационную эру.

Например, Дж. Най выделяет три основных параметра публичной дипломатии: так называемый повседневный параметр (предполагает готовность к кризисным ситуациям и проведению оперативных информационных контактов); так называемая стратегическая коммуникация (включает разра-

¹⁰⁶ <http://www.polpred.com/free/smi/11.html>.

¹⁰⁷ *Ширяев Б.А.* Дипломатия США. – СПб., 2007. – С. 246.

ботку простых тем, как в политической или рекламной кампании, и их внедрение в массовое сознание в течение года, формируя образ и тенденцию отношения общества к ней); разработка долгосрочных взаимоотношений с ключевыми индивидами в течение многих лет через систему различных стипендий, обменов, подготовки, семинаров, доступа к СМИ и т.д.¹⁰⁸

Публичной дипломатией американцы занимаются с конца 1940-х гг., но любое изменение расстановки сил на международной арене в последние десятилетия после войны требовало от Белого дома корректировки ее задач.

Итак, в пик «холодной войны» – в 1953 г. декретом президента Эйзенхауэра учреждается правительственное Информационное агентство США (ЮСИА), пропаганда за рубежом возводится в ранг государственной политики.

Информационное агентство являлось федеральным внешнеполитическим информационно-пропагандистским ведомством, на которое возлагалась прямая и непосредственная задача по деятельности в сфере идеологии и пропаганды, по координации усилий в этих областях всех американских правительственных учреждений. В задачи агентства входило также распространение за рубежом информации о США и информирование правительства страны о восприятии имиджа Соединенных Штатов.

Создание единого руководящего ведомства в системе внешнеполитического механизма США явилось своеобразным венцом упорных усилий американских правящих кругов после Второй мировой войны для отработки и налаживания внешнеполитической пропаганды. До этого создавалось множество разнообразных комитетов и комиссий, анализировавших положение в сферах политического, социального и психологического воздействия на другие государства и народы. Многократно предлагались планы совершенствования

¹⁰⁸ *Най Дж.* Гибкая власть. Как добиться успеха в мировой политике. – С. 151–154.

форм и методов оказания внешнего информационного воздействия. То есть речь шла о выработке такой стратегии и тактике в послевоенный период, которая обеспечивала бы максимальную поддержку политическому курсу США на мировой арене. Вопрос о создании ЮСИА был поставлен в 1953 г. Консультативной комиссией по информации при Правительстве Соединенных Штатов, по рекомендации которой президент Д. Эйзенхауэр направил в Конгресс США «План реорганизации № 8», который получил силу закона 1 августа 1953 г.

В соответствии с законом в распоряжение нового органа была передана радиостанция «Голос Америки», зарубежные библиотеки Государственного департамента, а также подразделения, ведающие прессой и производством и распространением кинопродукции. На ЮСИА была возложена обязанность претворения в жизнь так называемых объединенных информационных программ, ранее готовившихся Администрацией международной информации и другими ведомствами правительственного механизма. Однако программы в области внешней пропаганды Министерства обороны и ЦРУ под контроль ЮСИА поставлены не были.

В соответствии с дополнительной директивой президента от 22 октября 1953 г. относительно ЮСИА говорилось, что первоочередной задачей этого органа должно быть «предоставление народам других государств с помощью технических средств связи доказательств того, что цели и политика США находятся в гармоничной связи». Иными словами, была сформулирована задача, в соответствии с которой пропаганда в зарубежных странах должна всегда идти в ногу с внешнеполитическим курсом и быть его прочной опорой. Примечательно, что в то время в президентской директиве не фигурировали такие понятия, как «пропаганда» или «психологическая война». Американские правящие круги сочли более предпочтительным ввести в обиход более завуалированную терминологию, как, например, «международная инфор-

мация», «международное общение», «политические коммуникации» и т.д.

Однако эта терминология просуществовала недолго, и конец ей положили сами руководители ЮСИА. Так, упомянутый Э. Мюрроу – глава ЮСИА при президенте Дж. Кеннеди – неоднократно называл ЮСИА прежде всего «пропагандистским органом», а его преемник К. Роуэн определил роль этого звена внешнеполитического механизма следующим образом: «Мы являемся четвертым измерением (четвертой властью) во внешней политике, что означает добавление к дипломатическим, военным и экономическим инструментам информационного, психологического или пропагандистского оружия».

Поиски новых форм и методов для осуществления американского внешнеполитического курса сопровождались энергичными усилиями по активизации деятельности ЮСИА при решении тех или иных внешнеполитических задач США. В свое время ему была вменена обязанность предоставления «консультаций президенту, его представителям за рубежом, а также другим учреждениям и ведомствам относительно использования общественного мнения за рубежом при разработке настоящей и будущей политики, программ и официальных заявлений со стороны Соединенных Штатов».

Привлечение ЮСИА к непосредственному участию в процессе формирования внешнеполитического курса привело к координации пропагандистской деятельности с внешнеполитическими акциями, а также к разработке более гибких средств и методов информационного и психологического воздействия на другие страны.

Необходимо отметить одну характерную особенность деятельности Информационного агентства США. ЮСИА всегда было объектом пристального внимания со стороны республиканской партии. Еще до своего прихода к власти в 1968 г. руководство партии имело довольно четкую позицию по вопросу о роли информации во внешней политике. Коор-

динационным комитетом партии в 1968 г. был подготовлен доклад с анализом ухудшения представлений об «образе Америки за рубежом», в котором также содержалась резкая критика форм и методов подачи информации в зарубежные страны при администрациях демократической партии. В докладе содержались предложения, направленные на улучшение качественных показателей деятельности ЮСИА. Предложения предусматривали совершенствование организационной структуры агентства и более активное привлечение к его деятельности «частного сектора».

В 1970-е гг. изменившиеся отношения между Востоком и Западом модифицировали цели и риторику «холодной войны». Конфронтация между Севером и Югом активизировала чувство экономической взаимозависимости государств. Аспекты выживания в условиях усилившейся взаимозависимости сделали международные отношения сферой интересов не только избранной элиты, но и больших сегментов общественности. «Взрыв грамотности» и коммуникационных технологий предоставили этой общественности больший доступ к насущной информации и, соответственно, большее влияние на национальную политику. Возросшая значимость вопроса о правах человека обострила продолжающийся идеологический конфликт. Гонка вооружений сделала использование военного фактора в международных делах неразумным и более сомнительным. В сложившихся условиях, с учетом роста числа независимых государств, сферой публичной дипломатии стал фактически весь мир.

При республиканской администрации Р. Никсона большое внимание стало уделяться научным исследованиям и разработкам в области использования информации. При этом главная задача, возлагавшаяся на исследования, состояла в том, чтобы при их помощи определять эффективность разнообразных направлений деятельности агентства, а также его программ. Было обращено внимание на изучение и анализ реакции зарубежной общественности на те или иные миро-

вые события, на отдельные аспекты американского внешне-политического курса и выработку по ним соответствующих рекомендаций.

Со временем центр тяжести по осуществлению целей и задач ЮСИА за рубежом стал перемещаться на информационные службы США или, как их стали сокращенно именовать – ЮСИС. Этим термином стали обозначаться информационные посты, библиотеки, культурные и так называемые двунациональные американские центры. В этих центрах особый акцент был сделан на преподавание английского языка, чтение лекций и проведение семинаров американскими специалистами, распространение различного рода печатных изданий. Одним из направлений деятельности ЮСИС стало проведение закрытых опросов общественного мнения по вопросам и проблемам, представляющим особый интерес для американских правительственных кругов. Большое внимание стало уделяться использованию СМИ, где одно из главных мест заняла обширная радиосеть – «Голос Америки».

Деятельность ЮСИА неоднократно подвергалась критике за неэффективность некоторых мероприятий и неспособность «предотвратить падение престижа Соединенных Штатов на международной арене». В таких условиях при администрации Дж. Картера было предложено еще более централизовать информационную деятельность за рубежом в едином ведомстве, включая и радиостанцию «Голос Америки». Президент Картер, следуя предвыборным обещаниям реформировать систему правительственных органов, в 1978 г. перестроил структуру внешнеполитической пропаганды. С одобрения Конгресса Бюро по делам образования и культуры Госдепартамента было соединено с ЮСИА, образовав новое ведомство ЮСИКА (Агентство международных коммуникаций США). Перед ЮСИКА были поставлены две задачи: рассказывать миру о США и их политике – в частности о приверженности культурному разнообразию и индивидуальной свободе; рассказывать американской общественно-

сти о мире, с тем чтобы обогатить ее культуру, а также дать американцам понимание того, как эффективно решать проблемы, возникающие между государствами.

Информации для зарубежных стран стало придаваться значение как «ключевому элементу» в «открытой дипломатии», при помощи которой президентская администрация намеревалась найти пути и доступ к широким слоям населения в других странах. По мнению администрации, основная обязанность такого органа, как ЮСИА, должна состоять прежде всего в том, чтобы «способствовать обмену идеями и культурой между народами Соединенных Штатов и других стран». Агентство особо нацеливалось на пропаганду «достижений США в области культуры и свободы личности, а также в реализации политики правительства по устранению барьеров международному обмену идей и информации».

В период президентства Дж. Картера ЮСИА в соответствии с выданным ему мандатом предприняло ряд мер по изменению деятельности в области ведения и использования внешнеполитической информации. Были определены новые возможности по повышению результативности работы агентства, заключены рабочие соглашения с Национальным фондом развития искусств и Национальным фондом развития гуманитарных наук.

Для разработки основных направлений деятельности ЮСИА и его концептуальной основы стал привлекаться более широкий круг экспертов и учреждений как в США, так и за их пределами. В рамках агентства был создан и укомплектован персонал по вопросам политики в области СМИ, в функции которого вошло осуществление совместной работы с другими заинтересованными правительственными ведомствами по развитию и претворению в жизнь «всеобъемлющей национальной политики в области массовых коммуникаций, способной обеспечить максимальный уровень потока информации и идей между народами мира». Были разработаны новые инструкции о деятельности ЮСИС и библиотек

агентства за рубежом, в соответствии с которыми материалы, распространяемые за границей, стали носить более разнообразный характер. Они стали включать в себя американские правительственные заявления, тексты речей государственных, политических и общественных деятелей, редакционные статьи и комментарии ведущих газет и журналов и особенно материалы об «американском образе жизни». При администрации Картера резко возрос обмен учеными и специалистами: ежегодно США стали принимать около 5 тысяч экспертов из различных государств мира.

В деятельности агентства стал четче прослеживаться курс на более строгую дифференциацию преподносимого материала, позволяющего охватить значительно большее количество социальных прослоек аудитории с учетом их возраста, уровня образования, традиций, профессиональных, культурных или религиозных интересов.

В 1982 г. рейгановская администрация, сохраняя прежнюю структуру внешнепропагандистского ведомства, но дополняя ее новыми программами, вновь переименовала его в ЮСИА. Была обновлена и расширена широкомасштабная программа, получившая в среде американских специалистов название «психополитическая война». Реформы и идея активизации культурных контактов за счет корректировки государственной пропаганды вошли в противоречие с внешне- и внутривосточной конъюнктурой 1980-х гг. Вновь были смещены акценты с культурно-образовательных обменов на массивную пропаганду.

Наиболее правые и консервативные круги, получившие карт-бланш при администрации Р. Рейгана, сделали вывод о том, что какие-либо изменения к лучшему на мировой арене едва ли возможны, союзники не заслуживают доверия, враги же готовы пойти на все ради достижения своих целей. Поэтому деятельность международных организаций, как и ведение дипломатических переговоров или заключение соглашений – не могут обеспечить желательный для Америки

мир. Отсюда излюбленная идея американских консерваторов об укреплении «крепости» Америки, являющейся бастионом «свободного мира». Отсюда и свойственные американским консерваторам садистские наклонности вплоть до требования об использовании силы как единственной основы во взаимоотношениях Соединенных Штатов с другими государствами. Упрочение влияния наиболее правых и консервативных сил привело к тому, что почти все, что происходит на мировой арене, стало трактоваться как таящее в себе угрозу глобальному статусу-кво или как скоординированные заговоры против США.

Такая позиция администрации привела к резкому увеличению финансовых вливаний в ЮСИА, которые, по словам упоминавшегося Ч. Уика, были предназначены для «создания всемирной сети глобальной спутниковой системы телевизионного вещания ЮСИА, которая могла бы явиться жизненно важным форумом для разьяснения целей и задач внешнеполитического курса США». Было признано, что именно использование этой системы призвано определить «будут ли США лидером или нет в современном мире и будут ли они решать судьбу демократических идей, исповедуемых ими». ЮСИА стало активно принимать участие в проведении в жизнь проекта, известного под названием «Публичная дипломатия и улучшение демократии», при помощи которого планировалось оказание помощи другим народам претворить в жизнь американские установки по «демократизации».

Эта программа была нацелена на упрочение «демократических сил» в других государствах, на развитие в них «стремления к свободе вместе с национализмом». Естественно возникал вопрос, каким же образом намеревались США оказать помощь другим народам по претворению в жизнь американских установок по «демократизации». Было выбрано несколько «мирных и популярных способов», сводившихся к тому, что, во-первых, необходимо способствовать демо-

кратической эволюции существующих систем и, во-вторых, «нужно поощрять приверженность людей идеалам демократии (т.е. американской), даже если нет возможности в скором времени воплотить их в жизнь».

Была разработана и постепенно вводилась в действие программа по обменов в области спорта «Спортивная Америка», с помощью которой было запланировано открыть «новый диалог» США с отдельными государствами, которые «невосприимчивы к другим видам программ». В соответствии с программой предусматривалось создание возможностей тренировок и подготовки для спортсменов, особенно для тех, которые принимали участие или стали призерами на престижных международных состязаниях по различным видам спорта.

Исходя из значимости поставленных перед ЮСИА задач государство предусматривало внушительные статьи расходов на финансирование его программ. В 1988 г. правительство США выделило 392 миллиона долларов, включая 169,6 миллиона долларов – на «Голос Америки», 172,5 миллиона долларов – на радио «Свобода» и «Свободная Европа», 37 миллионов долларов – на телесеть «Уорлднет» и 12,8 миллиона долларов – на «Радио Марти»¹⁰⁹. Особая роль ЮСИА отводилась радиослужбе «Голос Америки», она была полуофициальным органом правительства США. Однако ее цели формулировались весьма осторожно и взвешенно.

Более скромная роль отводилась радиостанциям «Свобода» и «Свободная Европа», хотя, по утверждению их президента Дж. Бакли, «они являются наиболее надежным источником новостей и анализа» для своих слушателей, людей более двадцати национальностей в Восточной Европе и СССР; и передаваемая ими информация «концентрируется на книгах запрещенных авторов, религиозной тематике и историко-культурном анализе, опровергающем постулаты марксизма». Неслучайно французский философ Р. Арон назвал

¹⁰⁹ Сеидов В.Г. Публичная дипломатия // www.polpred.ru.

это время «идеологией в поисках политики»¹¹⁰. Радио «Свободная Европа/Радио Свобода» и радио «Свободная Азия» относятся к числу частных корпораций, не преследующих целей извлечения прибылей, их финансирование осуществляется путем предоставления грантов от ЮСИА.

Одним из последних и эффективных проектов ЮСИА стала всемирная телевизионная сеть «Уорлднет». После первой пресс-конференции «Уорлднет» в 1983 г. прошло более 3 тысяч мероприятий, в которых принимали участие президенты многих стран, министры иностранных дел, министры обороны, ведущие экономисты. «Уорлднет» и сегодня передает новости, образовательные и культурные программы 24 часа ежедневно миллионам зарубежных зрителей через американские посольства, посты ЮСИС, а также по иностранным телевизионным и кабельным сетям.

Еще один действенный канал, применявшийся ЮСИА для передачи информации печатным изданиям и бюллетеням за рубежом, – программа «Беспроводное досье», предназначенная для распространения текстов официальных речей и материалов брифингов по политическим, социальным, научным и культурным проблемам и иной оперативной информации непосредственно из Вашингтона.

ЮСИА осуществляло непосредственное руководство правительственными программами по обмену в области образования и культуры. Например, наиболее известная из них программа обменов Фулбрайта действует сегодня более чем в 140 государствах мира¹¹¹. Кроме того, ежегодно свыше 2400 зарубежных лидеров и высококвалифицированных профессионалов посещают США по приглашению ЮСИА в качестве международных гостей. 1800–2000 человек прибывают в США в качестве гостей-добровольцев на срок до 30 дней для участия в мероприятиях, проводящихся под патронажем агентства. В проведении этого вида деятельности

¹¹⁰ Сеидов В.Г. Публичная дипломатия // www.polpred.ru.

¹¹¹ www.fulbright.ru.

агентство опирается на содействие представителей академических кругов, филантропических организаций и частных лиц, а также на правительства иностранных государств и американских волонтеров.

Еще одна программа имени Хэмфри была нацелена на находящихся в зените своей карьеры ученых из развивающихся стран, которые хотели бы повысить свою квалификацию в университетах США.

Ученые, которых ЮСИА приглашало выступить с лекциями в зарубежных странах, традиционно были лояльно настроены к американскому правительству и американскому образу жизни. Но в условиях усиливающейся идеологической конфронтации в мире и проведения администрацией США жесткого внешнеполитического курса новые лица в ЮСИА и те, кто стояли выше – люди из ближайшего окружения Рейгана, – видимо, считали, что привлекаемые к сотрудничеству также должны занимать жесткую, бескомпромиссно проамериканскую позицию.

Гораздо более скромное место в системе ЮСИА занимали печатные издания. Хотя агентство и публиковало 8 журналов и несколько коммерческих бюллетеней на 18 языках, тиражи их были невелики. Приоритетное значение традиционно отдавалось выходящему на русском языке ежемесячнику тиражом более 50 тысяч экземпляров «Америка» и двухмесячнику на английском и испанском языках – «Проблемы коммунизма». Первое издание было призвано с позиций социологии пропаганды «размывать» у читателей негативный образ Америки, задачи второго – предупредить все страны мира об «угрозе коммунизма» и выработать единую стратегию и тактику действий.

Однако интересы публичной дипломатии были направлены не только против СССР, его действительных или потенциальных союзников: ЮСИА издавало и иные печатные органы, рассчитанные на другие регионы. На страны района Сахары был нацелен англо- и франкоязычный двух-

месячник «Топик», на Ближний Восток и Северную Африку – арабоязычный «Аль Маджал». ЮСИА публиковало на английском, французском и испанском (а иногда и на других языках) ежеквартальник американской культуры и общественной мысли «Диалог». Не была забыта и экономическая проблематика – в лице англо- и испаноязычного ежеквартальника «Экономик импакт».

Как упоминалось ранее, структура ЮСИА включала в себя как штатные, так и подразделения на общественных началах, с привлечением частного бизнеса и экспертов. Союз частной инициативы и государственного аппарата – это в основном американское явление, хотя и в других странах оно также имеет место. Раньше ответственность за пропаганду в основном переключалась на частные организации, за спиной которых, кроме Белого дома, стояли влиятельные силы Государственного департамента и Пентагона. На средства последнего действовали 35 радиостанций и телецентров в 30 странах.

Все вышеизложенное показывает, что в складывавшейся обстановке весь комплекс регулярно обновлявшихся политических и информационных установок и концепций приходивших к власти группировок активно внедрялся в практику внешнеполитической деятельности. То же самое происходило и в периоды нахождения у власти администраций Д. Буша ст. и Б. Клинтона. Регулярно происходили пересмотр и корректировка задач и целей внешней политики США, давалась обновленная трактовка альтернатив внешнеполитического курса. Многие идеологические рупоры американского внешнеполитического механизма, в том числе и ЮСИА, активно занимались реконструкцией веры в непогрешимость «американского образа жизни», в систему «свободного предпринимательства», «свободы личности» «прав человека» и т.д. В частности, при администрации Б. Клинтона был принят новый план по реорганизации ряда агентств, имеющих отношение к проведению внешнеполитического

курса страны, ставившего целью дальнейшее совершенствование деятельности этих органов.

В соответствии с законом 1998 г. о реформе и реструктуризации в сфере внешней политики ЮСИА было интегрировано в Государственный департамент США, где заместитель госсекретаря по вопросам публичной дипломатии курирует деятельность Бюро по вопросам образования и культуры, Управления координатора по вопросам международной информации и Бюро по общественным связям, куда вошла телевизионная служба «Уорлднет». Отделения ЮСИА, организованные по географическому принципу, вошли в состав соответствующих региональных бюро. Управление ЮСИА по исследованиям и изучению реакции СМИ продолжает работать в составе Бюро сбора данных и исследований.

В настоящее время интегрированные в Госдепартамент функции бывшего ЮСИА осуществляются в основном при помощи сотрудников заграничной службы, закрепленных за американскими миссиями за рубежом. Эти сотрудники под руководством и при поддержке вашингтонской штаб-квартиры руководят образовательными, культурными и информационными программами на местах. Именно бывшими сотрудниками ЮСИА, как правило, укомплектованы отделы прессы, культуры и общественных связей посольств США за рубежом. Контроль за деятельностью американских культурных центров, библиотек и видеотек, курсов английского языка, демонстрацией фильмов, организацией выступлений американских лекторов, проведением симпозиумов, организацией выставок, обеспечением американскими пособиями местных школ, колледжей и университетов осуществляет атташе по культурным вопросам.

Радиостанция «Голос Америки» вещает в течение 660 часов еженедельно на 53 иностранных языках. «Радио Марти», созданное в 1985 г., вещает 24 часа в сутки на ис-

панском языке на Кубу, «ТВ Марти» осуществляет теле вещание ежедневно.

Радиостанция «Свободная Европа/Радио Свобода» вещают 500 часов еженедельно на 23 языках Центральной Европы, России, Ирана, Ирака и стран Содружества Независимых Государств. Этим радиостанциям было дано указание так готовить информацию о внутренней и внешней политике США, чтобы это способствовало увеличению сторонников американского образа жизни и американских концепций международного развития.

Агентство принимало самое непосредственное участие в осуществлении программ обменов с государствами СНГ, которые были сфокусированы в первую очередь на научных, культурных и информационных обменах, призванных способствовать «развитию демократии и свободной рыночной экономики». До сих пор действует программа предоставления стипендий Э. Маски, в соответствии с которой одаренные выпускники образовательных учреждений приглашаются для участия в американских образовательных программах в области бизнеса, экономики управления. Предоставляются стипендии для аспирантов и молодых исследователей в области социальных и гуманитарных наук.

ЮСИА являлось единственным органом в правительстве США, отвечавшим за представление президенту, государственному секретарю и другим официальным лицам данных по зарубежному общественному мнению практически в каждой стране мира. Дважды в день ЮСИА готовило доклады о комментариях в зарубежных средствах массовой информации относительно внешнеполитического курса США, а также по большому количеству проблем, которые могут представлять интерес для ведущих деятелей внешнеполитического механизма США.

Что касается руководства сферой публичной дипломатии и теми подразделениями, которые раньше входили в состав ЮСИА, то их деятельность курируется упомянутой

Консультативной комиссией по публичной дипломатии США, в состав которой входят представители Госдепартамента, Конгресса, общественности и СМИ. В свою очередь комиссия подотчетна заместителю госсекретаря США по вопросам публичной дипломатии.

Заместитель госсекретаря США по вопросам публичной дипломатии и связям с общественностью Шарлотта Бирс за провал информационного обеспечения военной агрессии США против Ирака в 2003 г. была отправлена в отставку. Ее заменила Маргарет Татуайлер – профессионал пиара и известная в кругах республиканской элиты с середины 70-х гг. прошлого века, она недолго занимала эту должность. В 2005 г. президент Буш предпринял очередную попытку «поправить», мягко говоря, «пошатнувшийся» имидж США в мире, особенно в мусульманских странах, назначив на этот пост свою давнюю соратницу Карен Хьюз – также опытного специалиста в сфере пиара и публичной дипломатии. К. Хьюз в первой администрации Буша работала в аппарате Белого дома в должности старшего советника президента и отвечала за все вопросы, связанные с формированием его публичного имиджа. Совместно с госсекретарем США Кондолизой Райс К. Хьюз решительно приступила к попыткам реформирования публичной дипломатии США в направлении сглаживания «шокирующего» по охвату враждебного отношения к Америке в мире, вызванного военными действиями США в Ираке, инцидентами в местах содержания пленных (в том числе Гуантанамо) и иными акциями силового характера. В докладе о двухпартийной дискуссии, опубликованной в октябре 2003 г., говорится: «Враждебность по отношению к Америке достигла шокирующего уровня, требуется не просто тактическая адаптация, но стратегическая и радикальная трансформация»¹¹².

¹¹² *Най Дж.* Гибкая власть. Как добиться успеха в мировой политике. – С. 76.

Таким образом, в тот период Америка столкнулась с необходимостью всестороннего урегулирования негативных последствий своей политики, опирающейся на примат «жесткой силы». В этих обстоятельствах к республиканскому истеблишменту приходит осознание необходимости обратить взор на полузабытые и игнорируемые «мягкие» инструменты силы. К. Райс заявляет о намерении администрации увеличить финансирование образовательных обменов и упростить процедуры получения виз для участия в этих программах. В 2005 г. администрация запросила у Конгресса 430 миллионов долларов на приглашение в США студентов, ученых, деятелей культуры и т.д. и отправку американцев за границу, что на 20% больше, чем в предыдущем году¹¹³. К. Хьюз предпринимала попытки всемерного стимулирования культурной дипломатии. В результате ее работы Госдепартамент США увеличил финансирование проектов культурных обменов в четыре раза по сравнению с 2000 г.¹¹⁴

Однако плоды деятельности тандема Райс–Хьюз так и не смогли вывести США из крайне негативного информационного поля, куда Америка себя «погрузила». На практике это оказалось трудновыполнимой задачей.

После прихода к власти в США в 2009 г. демократической партии во главе с Б. Обамой на пост заместителя государственного секретаря (Х. Клинтон) по вопросам публичной дипломатии была назначена Дж. Макхэйл, долгое время работавшая на всемирно известную медиа-корпорацию «Дискавери».

Таким образом, несмотря на многочисленные реорганизации, органы управления внешнеполитической пропагандой США, а вместе с тем и органы управления публичной

¹¹³ *Стивен Вейсман.* Карен Хьюз назначена ответственной за улучшение имиджа Америки за границей // *The New York Times.* 23 августа 2005 г. (www.inosmi.ru).

¹¹⁴ *Чжан Гоцин.* Особенно важно снискать доверие народа // *Жэньминь Жибао.* 16 октября 2006 г. (<http://gtmarket.ru/laboratory/expertize/ambrosy/2006/527>).

дипломатией, внешней культурной политикой и культурной дипломатией продолжают функционировать, являясь действенным механизмом реализации американского внешнеполитического курса.

Филантропические фонды и спонсорские организации

Частные филантропические фонды являются на сегодняшний день главной опорой сферы культуры в США и одним из основных (хотя и негосударственных) институтов, реализующих культурную политику как внутри страны, так и вовне. Прежде всего такая ситуация сложилась ввиду отсутствия в системе органов власти США культурного ведомства (аналога нашего Министерства культуры), а также потому, что федеральные средства, выделяемые на сферу культуры, часто значительно уступают взносам филантропических фондов.

Вообще в современных США институт филантропических фондов стал одним из важнейших политико-экономических рычагов. Это «возникшая в начале XX века сеть специально созданных учреждений, в которой сконцентрированы миллиардные средства, до определенной степени освобожденные от выполнения чисто экономических функций, и основное направление деятельности которой нацелено на оказание как политического, так и экономического воздействия»¹¹⁵. По мнению специалистов, в настоящее время ничто не приносит американскому капиталу таких устойчивых экономически и политически выгодных дивидендов, как филантропическая деятельность, а наибольшую отдачу получают ведущие группы американского финансового капитала.

Выделяются три главных направления, по которым действуют основные американские филантропические фон-

¹¹⁵ Шолудько А.Н., Архангельский А.В. США: экономика, наука и культура во внешней политике. – М.: Уникум-Центр, 2000. – С. 38.

ды: разработка целей и направлений внешнеполитического курса США на современном историческом этапе, а также стратегии и тактики для их достижения в будущем; идеологическое обоснование и социально-экономическое оправдание поставленных задач, а также их пропаганда в качестве целей, отвечающих интересам американского народа; подготовка, отбор и расстановка собственных и зарубежных кадров для практического осуществления глобальной политики США. Филантропические фонды и спонсорские учреждения стали своеобразной базой разветвленной сети различных организаций, которая включает независимые научно-исследовательские и общественные организации, совместно финансируемые и управляемые, определяющие условия и соответствующие рамки для формирования долгосрочного внешнеполитического курса США на мировой арене.

Один из главных мотивов филантропии – стремление сократить налоги на сумму пожертвований. В среднем по стране благотворительные пожертвования уже несколько десятилетий держатся на уровне всего лишь 2%, так что альтруизм вполне уживается с выгодой. Однако на индивидуальном уровне размеры, мотивы и механизм пожертвований также производят сильное впечатление. Программы деятельности благотворительных организаций, как правило, ориентируются на запросы общества, что приносит им и их основателям соответствующий авторитет, зачастую отражает прямые или косвенные интересы деловых кругов, а также субъективные интересы создателей фондов.

К началу 1990-х гг. в США насчитывалось свыше 34 тысяч благотворительных фондов и организаций с суммарным капиталом, значительно превышающим 25 миллиардов долларов. На наиболее крупные фонды, такие, как фонды Форда (с капиталом порядка 12 миллиарда долларов), Лилли (16 миллиардов долларов), Рокфеллера (3,3 миллиардов долларов), а также Карнеги, Джона и Кэтрин Макартуров, Сороса и др., приходится большая часть активов, сосредоточен-

ных в благотворительных фондах США. Все они относятся к категории общецелевых фондов, действующих не только в национальных, но и в мировых масштабах, в отличие от значительного числа других фондов, не выходящих в своей деятельности за рамки удовлетворения более узких локальных интересов¹¹⁶.

С 1970-х гг. значительно отмечается рост пожертвований на благотворительность со стороны фондов и различных корпораций США. В 1990 г. ими было израсходовано около 13 миллиардов долларов, что почти в 5 раз превышает подобные траты в 1970 г.¹¹⁷ Что касается интересующей нас сферы культуры, то на культуру и искусство в начале 1990-х гг. было выделено 9 053 гранта на сумму 639 миллионов долларов¹¹⁸.

Рассматривая финансирование культуры США частными фондами, хотелось бы сказать несколько слов о финансировании этой сферы как со стороны правительства, так и со стороны вышеуказанных организаций.

В свое время Дж. Нэбитт и П. Эбурдин писали: «По мере снижения объема финансирования со стороны федерального правительства художественным организациям приходится бороться за свое существование изо всех сил... Искусство США получает средства от самого крупного в мире мецената – американского бизнеса – и является предметом зависти планировщиков европейских правительств... В 1988 г. правительство США выделило на развитие культуры и искусства 167,7 млн долларов. В том же году оно истратило на душу населения 1143 долл. на оборону, 74 долл. на образование и 70 центов на культуру. Хотя многим любителям искусства это покажется ужасным, они должны при-

¹¹⁶ Шолудько А.Н., Архангельский А.В. США: экономика, наука и культура во внешней политике. – С. 38.

¹¹⁷ Берзин Л.Б. Филантропические фонды и спонсорские организации США. ИСК РАН. – М., 1997. – С. 3.

¹¹⁸ Там же.

знать, что скупость правительства побудила корпорации вложить 1 млрд. долл. в год в сферу искусства и культуры, что в 45 раз больше по сравнению с 22 млн в 1967 г. – году «Великого общества».

Тем временем растет финансирование искусства на уровне штатов и местном уровне, где легче определить возможности экономического развития. В 1989 финансовом году 50 штатов вместе ассигновали на эти цели 268,3 млн долл., что на 11% больше, чем в 1988 г.»¹¹⁹.

Помимо этого авторы указывают на то, что федеральное правительство США и правительства штатов вместе взятые на время написания их книги тратили 2 доллара на душу населения на развитие искусства и культуры, что в сравнении с данными по западноевропейским государствам, которые приводят Нэсбитт и Эбурдин, ничтожно мало. «В США сфера искусства и культуры вынуждена была стать более ориентированной на бизнес, более предприимчивой в привлечении и зарабатывании средств».

Данные на тот период наглядно демонстрируют сложившуюся на определенном историческом этапе ситуацию с государственным финансированием культуры в США и тотальную ориентацию всего сектора на поддержку со стороны филантропических фондов и американского бизнеса в целом.

В 2000 г. общая сумма пожертвованных средств составила, по данным ежегодника «Giving USA», 203,5 миллиарда долларов или 2% валового национального продукта. Для наглядности: это – 558 миллионов долларов в день или 720 долларов в расчете на каждого жителя США (в Канаде сбор пожертвований на 1 жителя в 5 раз, в Англии – в 9 раз ниже)¹²⁰. Для сравнения: с указанным уровнем филантропии сопоставима валовая продукция таких производственных от-

¹¹⁹ Нэсбитт Д., Эбурдин П. Что нас ждет в 90-е годы. Мегатенденции: Год 2000. – М.: Республика, 1992. – С. 90–91.

¹²⁰ Фурман Ф. Филантропия. Американский вариант // Русский базар, № 36 (332) 29 августа – 4 сентября 2002 (<http://www.russian-bazaar.com>).

раслей в США, как электронные коммуникации (телефон, телевидение, радио), коммунальный сектор (газ, электроэнергия, санитарные услуги). Ниже этого уровня – объем продукции каждой из таких отраслей, как промышленное машиностроение, энергетическое оборудование и химическая индустрия, а выше его – лишь строительство и транспортные перевозки. По общему мнению специалистов, ни одна страна мира не может сравниться по масштабам благотворительности с США, и опыт ее организации изучается во всем мире.

Частные фонды и спонсорские организации Америки, действуя во всемирном масштабе и являясь, таким образом, одним из наиболее действенных инструментов внешней культурной политики США, представляют собой инструменты очень мощного американского влияния за пределами Штатов. К тому же деятельность этого института отражает прямые или косвенные интересы представителей деловой элиты, а также, как бы это странно ни звучало, национальных интересов государства, что очень часто взаимоувязывается и взаимодополняется. Кроме того, на примере деятельности частных благотворительных фондов и организаций в очередной раз предоставляется возможность проследить близость, взаимосвязь и взаимодополнение политических, экономических, геополитических и культурных факторов во внешнеполитической стратегии американского государства.

Однако в 2001 г. ввиду объективных обстоятельств, в том числе связанных с последствиями трагических событий 11 сентября 2001 г., отчетливо проявилась тенденция к преимущественному инвестированию фондами внутренних культурных потребностей, к импорту культуры, нежели ее экспорту. Это выразилось в предоставлении грантов на привлечение в США зарубежных деятелей культуры и искусства, организацию экспозиций из-за рубежа и т.д. (62 из 87 грантов 2001 г. общей суммой в 10,5 миллиона долларов были направлены на привнесение в Америку культуры извне

и лишь 14 грантов на сумму 1,7 миллиона долларов были ориентированы на финансирование зарубежных гастролей американских творческих коллективов и проведение выставок американского искусства за границами Штатов)¹²¹.

В 2009 г. на фоне глобального экономического кризиса крупнейшие благотворительные фонды Америки сократили общую сумму затрат на филантропию на 14 миллиардов долларов по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года. Такой вывод делают составители рейтинга «200 крупнейших благотворительных фондов Америки» журнала «Форбс». Причем сами доноры меньше жертвовать не стали. Напротив, сумма благотворительных взносов увеличилась на 16%, или на 7 миллиардов долларов¹²².

Главная причина сокращения расходов на благотворительность кроется в том, что все крупные благотворительные фонды в США реализуют свои проекты за счет средств, полученных от инвестиционной деятельности, или на проценты от банковских вкладов. Из-за кризиса финансовой системы фонды недополучили значительные суммы. У некоторых из них убытки были настолько велики, что по итогам полугодия их общий баланс оказался отрицательным.

Потеряли деньги почти половина фондов – 90 из 200 исследуемых. В результате общий итог управления финансами в благотворительной сфере тоже оказался минусовым. Это случилось впервые за последние 10 лет. Так, если в 2008 г. общий доход участников рейтинга составил 66 миллионов долларов, то в 2009 г. общие потери оцениваются в 6 миллионов долларов.

Завершая краткое освещение роли филантропии как практического инструмента реализации внешней культурной политики США и «мягкой силы» в целом, отметим, что здесь

¹²¹ *Andras Szanto*. A new mandate for philanthropy? U.S. foundation support for international arts exchanges. – P. 11 // www.culturalpolicy.org.

¹²² *Гладских Е.* Филантропы США сели на мель // <http://delo.ua/biznes/kompanii/filantropy-ssha-seli-na-mel-134827/>

упоминаются не все институты, прямо или косвенно уполномоченные реализовать официальную внешнюю культурную политику США, а лишь основные учреждения, от деятельности и решений которых в наибольшей степени зависит функционирование американской культурной дипломатии.

Например, нельзя не отметить роль Конгресса США, которая заключается в формировании законодательной базы, обеспечивающей функционирование внутренней и внешней политики в области культуры и культурной сферы в целом. Кроме того, Конгресс является учредителем крупнейших в США правительственных организаций в области науки, культуры и искусства, например, Национального фонда искусств, Национального фонда гуманитарных наук и т.д. К тому же Конгресс ежегодно утверждает статьи бюджета, предназначенные для финансирования культуры, в том числе ассигнования на содержание государственных организаций (GSE – government sponsored enterprises)¹²³. Помимо двух вышеуказанных, к ним относятся такие учреждения, как Смитсоновский институт, Национальная галерея, Центр исполнительского искусства им. Дж. Кеннеди, Международный центр Вудро Вильсона и др. Эти учреждения также прямо или косвенно участвуют в осуществлении внешней культурной политики американского правительства, что, в частности, проявляется в организации и проведении не раз упомянутых международных культурных обменов, организации выставок, взаимных обменах экспонатами для проведения экспозиций и т.д.

Кроме того, огромную роль в реализации внешней культурной политики США и программ публичной дипломатии в целом играют неправительственные организации (НПО). Помимо федеральных ведомств, на международной

¹²³ Department of the Interior and related agencies appropriations for 2002: Hearings before a subcommittee of the Committee on appropriations, House of representatives, 107th Congress., 1 sess. – Washington: Gov. print. Off., 2001. Part 4: Justifications of the budget estimates.

арене действуют сотни и тысячи НПО, которые так или иначе выступают в защиту американских национальных интересов и способствуют созданию положительного образа США в мире. По некоторым данным, только во внешнеполитической деятельности США участвуют около 15 тысяч НПО, всего же их в США, по информации Госдепартамента, свыше миллиона¹²⁴. Кстати, не думаю, что для кого-то открою тайну, напомнив, что реализация в течение более полувека проектов, называемых «бархатными (или цветными) революциями», является нехитрым американским политтехнологическим ремеслом и также составляет потенциал «мягкой силы» США¹²⁵.

Развивают активность и международные НПО, а также исследовательские институты, занимающиеся изучением и непосредственно реализацией широкого спектра направлений культурной дипломатии в современных международных отношениях. Характерный пример – более чем активная научная и общественно-политическая деятельность расположенных в Берлине НПО – Института и Академии культурной дипломатии¹²⁶.

¹²⁴ *Ширяев Б.А.* Дипломатия США. – СПб., 2007. – С. 251.

¹²⁵ Впервые американцы использовали тактику «бархатной революции» во время парламентских выборов в Италии в 1947 г. для нейтрализации потенциального успеха имевшей все шансы на победу Компартии Италии.

¹²⁶ <http://www.culturaldiplomacy.org>.

ГЛАВА 6

НЕОФИЦИАЛЬНАЯ ВНЕШНЯЯ КУЛЬТУРНАЯ ПОЛИТИКА СОЕДИНЕННЫХ ШТАТОВ АМЕРИКИ

Вплотную приблизившись к теме неофициальной внешней культурной политики США, имеет смысл отметить, что функционирование внешнеполитического механизма США в сфере культуры базируется на двух магистральных направлениях – официальном и неофициальном.

Рассмотренное в монографии официальное направление внешней культурной политики предполагает привычный механизм, прежде всего, государственного регулирования культурной сферы внешней политики. Имеются в виду в основном органы, курирующие этот сегмент, а вместе с тем и негосударственные рычаги управления и финансирования культуры – упомянутые филантропические фонды и спонсорские организации.

Что касается неофициальной внешней культурной политики, то под этим определением понимается массовая культура (давно ставшая достоянием отнюдь не только самих США) и прежде всего Голливуд как основной инструмент современной американской культурной политики, главный культурный продукт, идеологическое орудие и одно из важнейших средств формирования имиджа этого государства на мировой арене. Кроме того, сюда относятся средства массовой информации, которые являются проводниками как официальной, так и неофициальной внешней политики в сфере культуры (американское телевидение, радио, Интернет, шоу-бизнес). Вместе с тем, говоря о влиянии неофициальной культурной политики США в контексте «экспорта» поп-

культуры, нельзя не отметить масштабность воздействия на уровне субкультур.

Термин «неофициальная» подразумевает относительно неконтролируемый поток популярной американской культуры, который направляется Соединенными Штатами при помощи средств массовой информации практически во все уголки планеты. Сразу же поясним, что относительная «неконтролируемость» экспорта массовой американской культуры здесь означает невозможность проконтролировать все содержание продукции, даже той, которая наполняет внутренний рынок США, а также определенную стихийность ее распространения.

В качестве косвенного примера можно привести критику кандидата на пост вице-президента США в 2000 г. от демократической партии Джо Либермана в адрес американских кинопроизводителей за пропаганду насилия, в частности в фильмах для детей. Накануне съезда демократов в Лос-Анджелесе в 2000 г. в эфире одного из каналов американского телевидения он заявил: «Я люблю фильмы, люблю музыку, но в индустрии развлечений все еще слишком много насилия, секса, непристойности, что очень осложняет родителям процесс воспитания детей в духе общепризнанных ценностей»¹²⁷. Кроме того, сенатор высказался о возможном закреплении на законодательном уровне ограничительных мер для кинопроизводителей.

Обращаясь к живописным и эмоционально содержательным примерам П.Дж. Бьюкенена, уделяющего пристальное внимание роли массовой культуры в формировании социокультурного облика современной Америки, также многократно убеждаемся в существовании и благополучном развитии искусственно спроектированной и хорошо управляемой неофициальной внешней культурной политики как одного из ключевых компонентов арсенала «мягкой силы» США: «Если водопроводную воду пить невозможно, покупай роднико-

¹²⁷ <http://news.bbc.co.uk/2/hi/americas/879681.stm>.

вую воду в бутылках. Это правило применимо и к загрязненной культуре», но «у детей положение сложнее», чем у взрослых. «В музыке, которую они слушают, в фильмах, которые они смотрят, на MTV и на других телеканалах, в книгах и журналах, которые они читают, торжествует гедонизм. От него нигде не укрыться. Пожалуй, лучшее, что могут сделать родители, – это внушить своим детям необходимые жизненные ценности и молиться, чтобы они эти ценности воплощали в жизни, чтобы не погрязли в грандиозном болоте американской масс-культуры»¹²⁸.

А теперь все по порядку.

Голливудский кинематограф

Между федеральными властями США и голливудскими кинорежиссерами и продюсерами всегда существовали противоречия, поводом для которых очень часто служили постоянные нападки на Голливуд со стороны политиков за демонстрацию насилия, чересчур откровенные сцены и вульгарность. Подобное состояние отношений между Голливудом и Вашингтоном нередко трактовалось как проявление «культурных войн»¹²⁹. Лишь после событий 11 сентября 2001 г. эти «войны» временно стихли.

Вместе с тем весьма широко известна эффективная работа американской цензуры, очень актуальная ныне и демонстрируемая всему миру политкорректность, идеологизированность, в первую очередь, американского кинематографа, который в большой степени следует в русле официальной политической линии американского правительства и государственной идеологии. Это одна из причин, по которой термин «неофициальная» целесообразно было бы взять в кавычки.

¹²⁸ Бьюкенен П. Дж. Смерть Запада. – М.: АСТ, 2004. – С. 342–343.

¹²⁹ См. понятие «культурная война» на с. 27 настоящего издания.

Итак, одним из основных инструментов неофициальной внешней культурной политики США, главным культурным продуктом, идеологическим орудием, неким символом современной Америки и средством формирования имиджа этого государства на мировой арене является голливудский кинематограф.

Несмотря на то что Голливуд как в России, так и во многих других странах зачастую подвергается критике за свою «бездуховность», коммерциализированность, опору на массовый спрос, именно продукция «фабрики грез», несущая в себе «заряд» американских ценностей, американского видения тех или иных явлений и аспектов жизни, пользуется большим спросом на подавляющей части планеты. «Кассовое» кино смотрит огромное количество зрителей по всему миру, волей-неволей формирующих свое представление об Америке по этим фильмам и воспринимающих их как неотъемлемую часть американской культуры, усиленно «экспортируемой» и транслируемой практически во все регионы Земли.

Посредством кинематографа американцы сумели невероятно опозитизировать свою страну, создать привлекательный имидж и постарались «влюбить» в эту «картинку» население планеты. В качестве примера можно привести «визитные карточки» американской телевизионной и кинопродукции: пейзажи пустыни штата Невада, холмы Калифорнии, калифорнийские пляжи и виды Майами, урбанистическую романтику с беспрестанным изображением в разных ракурсах острова Манхэттэн в Нью-Йорке и делового центра Лос-Анджелеса – двух крупнейших мегаполисов, символов Америки и олицетворения традиционной конкуренции на различных уровнях между восточным и западным побережьями Соединенных Штатов.

Неотъемлемой и характерной чертой голливудского кино является создание фильмов на злободневную и социально острую тематику, изображение внутренних американ-

ских реалий. Все эти особенности американского кинематографа как части американской и, в более широком смысле, глобальной культуры стали отличительными чертами современной цивилизации. Жители разных стран и континентов в большой степени формируют представление о современной Америке благодаря ее кинематографии.

Порой возникают самые неожиданные подтверждения планетарного охвата и значимости голливудского кинематографа как одного из средств обеспечения американского культурного присутствия в различных регионах мира. К примеру, в авторитетных зарубежных и отечественных СМИ появлялась информация, подтвержденная представителями военной разведки США, согласно которой американские фильмы на военную тематику использовались иракскими солдатами в качестве учебных пособий в период американского вторжения в Ирак в 2003 г., так как Саддам Хусейн, якобы, учил своих солдат тактике войны с войсками США по таким фильмам, как «Чёрный ястреб». Об этом со ссылкой на неназванных «официальных представителей военной разведки США» сообщил журнал «Тайм»¹³⁰, а также издание «Ньюсуик»¹³¹, в интервью которому своими мыслями об этом поделился известный специалист по Ираку, бывший аналитик ЦРУ и политолог из Брукингского института К. Поллак.

Но, являясь одним из основных инструментов внешней культурной экспансии США и соответственно их неофициальной внешней культурной политики, Голливуд играет и важную роль в жизни самого американского общества, оказывает определенное влияние на формирование внутривнутриполитической ситуации и всей системы внутрисоциальных отношений.

¹³⁰ *Ratnesar R. Sticking to His Guns // TheTime Magazine. – 07.04.2003. – Vol. 161. – № 14 (<http://www.time.com/time/magazine/0,9263,7601030407,00.html>).*

¹³¹ *Thomas E., Barry J. A Plan Under Attack // Newsweek. – 07.04.2003 (<http://www.msnbc.msn.com/id/3068601>).*

Государственная идеология США представляет собой определяющий вектор развития творческой мысли голливудских режиссеров и сценаристов, что, естественно, отражается на трансляции американских культурных ценностей вовне. Таким образом, «заидеологизованность» внутри страны переносится вовне, оказывая прямое воздействие на содержание внешней политики в сфере культуры, что соответствует тезису о характере детерминизма в соотношении внутренней и внешней политики (внутренняя политика определяет внешнюю).

Американская кинематографическая академия чрезвычайно подвержена влиянию со стороны государства, и порой кажется, что «Оскар» вручают не за красоту творческой мысли и художественный замысел, а за социальную остроту сюжета и его соответствие официальной идеологии.

Вспомним церемонию вручения премии «Оскар» 2003 г., проходившую в период ведения боевых действий США против Ирака. Тогда многие известные актеры, в том числе Дж. Клуни, который отказался участвовать в церемонии, и М. Шин, выступили против войны в Ираке и автоматически были зачислены в «черные списки пацифистов Голливуда», оказавшись под «прицелом» критиков. Вручение золотых статуэток в марте 2010 г. в очередной раз подтвердило неизменную и устойчивую политическую ангажированность Киноакадемии – победителем по шести номинациям стал фильм режиссёра К. Бигэлоу, в российском прокате получивший название «Повелитель бури» (в оригинале – «The Hurt locker»). Эта картина, повествующая о работе элитного спецотряда американских саперов в зоне военных действий в Ираке, обошла по количеству наиболее престижных номинаций (включая премию за лучший фильм года) самый кассовый в истории фильм «Аватар» Дж. Кэмерона – кинематографический шедевр как в технологическом, так и в содержательном плане.

Для иллюстрации осязаемости влияния голливудской кинематографии на формирование и реализацию внутренней

и внешней культурной политики и на жизнь американского общества в целом приведем еще один пример.

После событий 11 сентября 2001 г. состоялось две наиболее заметных встречи представителей власти с голливудскими кинематографистами. Одна из них состоялась 11 ноября 2001 г. В Беверли Хиллс, на которой в ту пору старший советник президента Буша Карл Роув встретился с представителями всех крупнейших голливудских киностудий и американских телекомпаний с целью обсуждения совместных действий в направлении борьбы с терроризмом и поддержки военных действий в Афганистане. В частности, Белым домом был поставлен вопрос о том, какой конкретный вклад может внести индустрия развлечений в дело борьбы с терроризмом¹³². Следствием событий 11 сентября и, вероятно, подобных встреч стало создание американскими кинопроизводителями большого количества картин на военно-патриотическую тематику.

Это был своеобразный ответ Голливуда международному терроризму и его вклад в дело борьбы с этой угрозой, хотя председатель Кинематографической ассоциации Америки (МРАА) Джэк Валенти, принявший участие в указанной встрече, всячески отрицал какие-либо попытки со стороны Белого дома склонить Голливуд к массовой идеологической атаке совместным фронтом. Однако, учитывая вышеприведенные факты, в этом приходится сомневаться.

В то же время после террористических атак 11 сентября 2001 г. голливудский кинематограф неоднократно обвинялся в провоцировании подобных событий своими фильмами жанра «action» и разнообразными футуристическими кинолентами. В ответ на это многие режиссеры заявили, что не видят смысла прекращать создание высокобюджетных боевиков и фильмов-катастроф, так как, по их мнению, подобные фильмы всегда будут востребованы как в США, так и

¹³² Sanchez R. Hollywood's White House War Council // The Washington Post, Monday, November 12, 2001.

в других странах в качестве продукта массово-развлекательного характера.

К слову о роли идеологии в американском кинопроизводстве, американской культурной политике и культуре в целом приведем еще один показательный пример. В одном из интервью известный российский кинорежиссер Никита Михалков поведал, что, когда он обратился к известному голливудскому актеру Кевину Костнеру с просьбой прочитать сценарий фильма «Сибирский цирюльник» и высказать мнение о возможности его проката в США, тот, ознакомившись со сценарием, прокомментировал, что стоит удалить целый ряд сцен, где американцы показаны не в самом лучшем свете, а что-то частично видоизменить, и только тогда фильм может получить шанс для демонстрации в США¹³³.

Здесь уместно вспомнить, как американские режиссеры и сценаристы часто пренебрежительно изображают в своих творениях представителей других народов, не придавая значения деталям, особенностям национальных характеров, предметам обихода и т.д., а чаще всего сознательно и тенденциозно искажая их. Как мы все хорошо знаем, это далеко не в последнюю очередь относится к России и странам Восточной Европы. Видимо, настолько сильно укоренился в сознании американцев стереотип бывшего врага номер один, развившийся в устойчивую русофобию, подверженную, как дуновению ветра, изменениям политической конъюнктуры, прежде всего в двусторонних российско-американских отношениях. Впрочем, нелегко однозначно классифицировать их подходы и мотивации негативного изображения России и русских (т.е. по сути всех русскоговорящих) в своих медийных продуктах, тем более в привязке к повестке дня двустороннего диалога в конкретный период. Это гораздо больше напоминает устойчивую тенденцию, в меньшей степени зависящую от сиюминутной конфигурации межгосударствен-

¹³³ <http://mikhalkovinfo.narod.ru/inttext/12p.html> (стенограмма интервью телеканалу «Россия» в 2000 г.).

ных отношений, а скорее являющуюся долгосрочной, весьма удобной, выгодной и услужливой политическим заказам стратегией использования этого «мягкого» инструмента формирования мирового общественного мнения. Достаточно напомнить, какое возмущение на грани с изумлением в российском обществе вызвало, к примеру, изображение нашего соотечественника-космонавта в фильме «Армагеддон». И как всем прекрасно известно, это один случай из множества, напоминающего нескончаемый поток «черного пиара».

На этом фоне напрашивается еще один актуальный пример исторических фальсификаций американских кинопроизводителей на тему Второй мировой войны. Наряду с постоянными голливудскими киноманифестами о решающей (зачастую единоличной) роли США в победе во Второй мировой войне, на «Оскар» в 2010 г. номинировалась и получила награду за лучшую мужскую роль второго плана картина К. Тарантино «Бесславные ублюдки», которая по идее и содержанию, к сожалению, далека от трагичных исторических реалий того времени.

Таким образом, наряду с демократическими ценностями и идеалами, которые так страстно, а часто и агрессивно защищают США во всем мире, наряду со свободой слова и мысли и с заявлениями о приверженности культурной демократии и демократической культурной политике, очевиден факт наличия в США достаточно жесткой цензуры и идеологического контроля, по ряду параметров не уступающих тому, что было в свое время в Советском Союзе. В итоге возникает адекватный вопрос: а существует ли вообще в Америке демократическая культурная политика?

Вместе с тем помимо высококачественных голливудских фильмов так называемой категории «А» в процессе внешней культурной экспансии на рынок проникает огромное количество низкопробной продукции, которая в самих Штатах практически не востребована.

Ситуация вполне объективна – продукты массовой коммерческой культуры и ее ценности являются предметом

купли-продажи, как во всех других сферах бизнеса. Поэтому интересы бизнеса играют определяющую роль, устанавливая определенные правила игры в сфере, где конечная и главная цель – получение прибыли.

На регулирование ситуации в этой области призвана повлиять скоординированная и взвешенная политика государства по формированию внешней и внутренней культурной стратегии, а также политика здорового культурного протекционизма, где очень важно, противодействуя неконтролируемому импорту второсортных «культурных продуктов», соблюсти грань и не допустить «перегибов» и трансформации в жесткую цензуру.

Упоминая о зачастую пересекающихся интересах бизнеса и государства при «экспорте» поп-культуры, имеет смысл добавить, что интересы медиа-магнатов и других представителей крупного бизнеса часто являются определяющими в процессе осуществления как официальной, так и неофициальной внешней культурной стратегии США. Именно посредством СМИ в огромной степени обеспечивается эффективное функционирование внешней культурной политики государства.

СМИ, как пишет М. Паренти, по воле «заказчика» создают спрос и ажиотаж вокруг тех или иных политических мероприятий или событий в мире кино и шоу-бизнеса. Соответственно финансовые патроны в лице, как правило, владельцев каналов, изданий и т.д., действующих в своих интересах, которые зачастую соответствуют интересам власти, а также редакторы и прочие лица влияют на творчество и культуру в США, устанавливая определенные идеологические рамки и стандарты. В этом случае «искусство, содержащее радикальный политический контекст, сразу именуется пропагандой теми, кто контролирует рынок»¹³⁴.

¹³⁴ Parenti M. Reflections on the politics of culture, Monthly review: An independent social magazine. – N.Y., 1999. – Vol. 50. – № 9. – P. 11–18 (<http://www.monthlyreview.org/299pare.htm>).

Средства массовой информации

К наиболее эффективным инструментам реализации рассматриваемой нами неофициальной внешней культурной политики относится **американское телевидение**, посредством спутников вещающее на весь мир, а также продающее свои программы, фильмы, сериалы телеканалам в самых разных странах. Вообще телевидение, как и вся информационно-развлекательная индустрия США, является неотъемлемой чертой современной Америки и американской культуры. Рейтинги в этой сфере бизнеса являются определяющим фактором, за них разворачивается серьезная борьба в конкурентном противостоянии телеканалов друг с другом.

Телевидение для американцев представляет собой своеобразный идол, которому поклоняется страна. Именно посредством телевидения во многом формируется общественное мнение в США, представление американцев об окружающем мире, происходящих событиях, как правило, под соответствующим «правильным» углом в нужном идеологическом ракурсе.

Даже военные операции американских вооруженных сил преподносятся телеканалами как особое шоу, для чего отводится много эфирного времени, в том числе в прайм-тайм, когда у экранов собирается наибольшее количество телезрителей. К тому же именно репортажи из зон боевых действий таких каналов, как СИ-ЭН-ЭН, видят зрители новостных программ в разных странах в первую очередь.

По распространенной информации, начало американских бомбардировок Афганистана и Ирака «подгонялось» под время выхода в эфир выпусков новостей. Более того, имеются данные о том, что «бомбардировка американской авиацией Ливии в 1986 году была приурочена точно к началу вечерних информационных выпусков в США. Миротворческие операции последних лет изначально ставятся как телевизионные проекты. Они были бы не нужны, если бы они не

могли быть показаны по телевидению»¹³⁵. Генерал вооруженных сил США Джон М. Шаликашвили в контексте разговора об американской информационно-пропагандистской политике заявил: «Мы не побеждаем до тех пор, пока СИ-ЭН-ЭН не сообщит, что мы побеждаем»¹³⁶.

Что касается **радиовещания**, то в наши дни оно играет заметную роль, но менее значимую, нежели телевидение. Особая роль здесь всегда отводилась радиослужбе «Голос Америки», а также «Радио Марти» в период расцвета деятельности Информационного агентства США (ЮСИА). Более скромная роль принадлежала радиостанциям «Свобода/Свободная Европа» и «Свободная Азия».

Особый информационно-культурный пласт представляет феномен Интернета, его роль в жизни американцев и использование в качестве инструмента культурного экспорта и влияния, что является отдельным объектом изучения специалистов. На эту тему проведено немало интересных исследований, в частности, заслуживает внимания статья В.В. Лукова¹³⁷, а также выполненная в Институте США и Канады РАН диссертация К.В. Юрина «Интернет и избирательные кампании в США» и др. Интернет – отдельная тема исследований, особенно его роль как средства массовой информации в формировании арсенала американской «мягкой силы» как на уровне быта индивидов, так и на уровне глобальных социальных процессов. Отдавая себе отчет в том, что раскрытие этой интереснейшей темы требует отдельного углубленного исследования, стоит лишь напомнить в контексте развиваемой в этой книге тематики, что Интернет – это феномен, совмещающий в себе как безусловно полезное со-

¹³⁵ <http://iraq.newsru.ru/article/27.html>.

¹³⁶ Карасев В., Бедрик Р. Четвертая боевая среда // Архив Центра экстремальной журналистики, 25.07.2003 (http://www.cjes.ru/lenta/view_news.php?id=12758&year=2003).

¹³⁷ Луков В.В. Интернет как инструмент политических технологий в США. – США–Канада: ЭПК, 2005. – № 5.

держание, так и крайне деструктивное информационное поле. Сегодня очень актуальной и социально острой становится проблема обеспечения безопасности содержания Интернета, прежде всего в отношении детей. Глобальная паутина – один из передовых двигателей американской поп-культуры как части «мягкой силы», в том числе и в ее разрушительных компонентах.

Вышеизложенное подтверждает тезис о том, что СМИ – одно из наиболее эффективных средств трансляции американских культурных ценностей и неотъемлемая часть американской, а значит, и глобальной культуры. Что касается понятия глобальной культуры, то это предмет отдельных дискуссий в академических кругах, занимающихся вопросами культурной дипломатии США. Неоднократно цитировавшиеся Р. Пэлс¹³⁸ и Дж. Гиноу-Хехт¹³⁹ полагают, что неправомерно вообще говорить об американском «культурном империализме», предлагая различать понятия американской и глобальной культуры. Они утверждают, что США находились и продолжают находиться под влиянием общемировых культурных тенденций, глобальной культуры и лишь благодаря своей социокультурной специфике «переупаковывают» эти продукты и ретранслируют на весь мир. В частности, Р. Пэлс пишет: «Культурные контакты США с остальным миром за последние 100 лет никогда не были односторонними. Напротив, США были и остаются потребителями зарубежных влияний в науке и искусстве... Американская массовая культура не превращала мир в копию Соединенных Штатов. Наоборот – зависимость США от зарубежных культур сделала из США копию мира». Соглашаясь с доводами автора, стоит отметить, что данный тезис не только не отрицает, но и доказывает, что современная глобальная культура по-

¹³⁸ Pells R. Is American culture “American”? // www.usinfo.state.gov/journals/itgic/0206/ijge/pells.

¹³⁹ Gienow-Hecht J.C.E. A European considers the influence of American culture // www.usinfo.state.gov/journals/itgic/0206/ijge/gienowhecht.

строена на американской культурно-цивилизационной модели с доминирующим компонентом массовой культуры США, так как ассимилированные на американской почве историко-культурные традиции и культурные явления разных народов претерпевают изменения, трансформируются, синтезируются и предстают уже в качестве истинно американской культурной продукции. В этой связи представляется возможным не согласиться с мнением вышеупомянутых ученых и поставить знак тождества между понятиями американской и глобальной культуры. Вместе с тем это обоснованное, но отнюдь не бесспорное утверждение иллюстрирует спектр мнений в среде исследователей внешней культурной политики Соединенных Штатов.

Музыка и шоу-бизнес

Еще одна важная составляющая американского культурного экспорта и самой американской культуры, в значительной степени определяющая содержание современной массовой культуры США и вообще интерес к ним, в особенности в молодежной среде по всему миру, – это музыка и музыкальный шоу-бизнес, продукция которого распространяется также посредством СМИ, в частности, телевизионными каналами формата MTV, Интернетом и FM-радиостанциями.

Современная музыкальная индустрия Америки, включающая в себя огромное количество различных тенденций, стилей и направлений, тесно связанная с разнообразными субкультурами и молодежными течениями, по праву представляет собой неотъемлемую часть американской культуры и является одним из основных культурных продуктов США.

Напомним, что на протяжении практически всего XX в. музыка являлась одним из главных компонентов общемирового культурного влияния США. Достаточно упомянуть джаз, рок-н-ролл, рок во всех его проявлениях, диско, наконец, стремительный взлет популярности в конце XX в.

как в самих Штатах, так и далеко за их пределами афро-американской хип-хоп культуры и т.д. Это далеко не полный перечень американских музыкальных стилей и направлений, ставших общемировыми. И если отдельные течения и тенденции в мире музыкальной культуры возникали не в Америке, а, например, в Великобритании, то именно их преломление и развитие на американской почве приобретало необычайные масштабы и впоследствии транслировалось на всю планету.

В контексте разговора о современной американской музыкальной культуре и поп-культуре в целом как об одних из самых эффективных каналах распространения американского культурного влияния поверхностно коснемся тенденций в современной, в том числе и музыкальной, культуре США.

Как уже упоминалось, в Америке существует постоянное гласное и негласное соперничество восточного и западного побережья на различных уровнях, что прежде всего ощущается в плоскости культурных явлений. Два символа Соединенных Штатов – города Лос-Анджелес и Нью-Йорк представляют собой разные климатические пояса, расположенные на побережьях разных океанов, отличающиеся ментальностью, укладом жизни, привычками и т.д., что накладывает отпечаток не только на музыкальную сферу, но и на особенности всей американской культуры.

В последнее десятилетие наблюдается всё большее смещение акцентов в пользу культурного доминирования западного побережья США, центр которого – штат Калифорния, где, при том что это крупнейший в США центр военного производства, оказывающий доминирующее влияние на экономику страны, равно как и на ее культуру, расположены важные научно-исследовательские центры и институты, занимающиеся разработкой информационных технологий, а также центр американской индустрии развлечений – Голливуд и крупнейшие телевизионные студии. Интересно, что

участник одной из всемирно известных американских рок-групп «Рэд хот чили пепперс» Ч. Смит и лидер этого коллектива Э. Кидис на вопрос о том, почему они назвали одну из своих самых популярных песен и одноименный альбом 1999 г. «Californication» («Калифорнизация»), ответили, что, путешествуя по всему миру с гастролями, они то и дело встречались с атрибутикой американской и особенно калифорнийской культуры в очень далеких от США странах, будь то в Азии, Европе или Латинской Америке. Это привело их к мысли не столько о тотальной американизации, сколько о «калифорнизации» мира. «То, что мы сами из Голливуда, выражается в словах Энтони (*вокалиста*), в его стихах. Заглавная песня «Californication» о том, как он путешествует и видит, насколько Голливуд и Калифорния затронули остальной мир своей музыкой, своими одеждами и многими другими вещами. И в этом влиянии плохого столько же, сколько и хорошего. В этой песне все честно»¹⁴⁰, – делились мнением музыканты в одном из интервью.

Серьезное воздействие на содержание американской культуры и культурных ценностей оказывает расово-этнический компонент. В мультикультурном обществе Соединенных Штатов все более интенсивно и пассионарно проявляется африканский и латиноамериканский этнокультурные факторы. К слову, за последние 10–15 лет рожденные в афро-американской среде рэп-музыка и вся хип-хоп культура не только в большой степени вышли за расовые рамки и перестали быть увлечением лишь афро-американской молодежи, но и охватили всю Америку, превратившись к тому же в одну из самых заметных статей культурного экспорта США, став модными и популярными на большей части планеты.

Такое явление современной американской поп-культуры, как хип-хоп, не ограничивается только музыкальным стилем и является типичным примером молодежной субкультуры, через которую также осуществляется интен-

¹⁴⁰ <http://californication.narod.ru/press/chad/01.html>.

сивное культурное влияние, формирующее притягательный образ США в молодежной среде различных стран мира и вместе с тем прямо и косвенно обеспечивающее их национальные интересы путем культурного присутствия в регионах мира.

Молодежные субкультуры

Упомянув в качестве примера о таком явлении современной американской поп-культуры, как хип-хоп, который является далеко не только музыкальным стилем и, как показывает практика, весьма хорошо «приживается» и воспринимается, как правило, в молодежной среде самых разных стран, становясь частью их молодежной культуры, мы выходим на очень важное для анализа неофициальной внешней культурной политики США понятие субкультур.

Через молодежные субкультуры осуществляется едва ли не наиболее масштабное культурное влияние США, формирующее притягательный образ Америки в молодежной среде различных стран и вместе с тем обеспечивающее национальные интересы США.

Определяя понятие «субкультура», стоит отметить, что перед нами очень емкий и многоаспектный термин, предельно обобщая все грани которого, можно сказать, что субкультура – это «культура групп, объединений в пределах более крупного культурного образования; трансформированная профессиональным мышлением система ценностей традиционной культуры, получившая своеобразную мировоззренческую окраску. Субкультура возникает как позитивная или негативная реакция на господствующую в обществе культуру и социальную структуру среди различных социальных слоев и возрастных групп, является мировоззренческой дифференциацией внутри молодежного движения»¹⁴¹.

¹⁴¹ Хоруженко К.М. Культурология: Энциклопедический словарь. – С. 466.

Понятие «субкультура» сформировалось в результате осознания неоднородности культурного пространства, ставшей особенно очевидной в урбанизированном обществе. Эстетика, этика, идеология молодежных сообществ получила признание как особая «молодежная культура». В настоящее время рассматриваемое понятие часто прочитывается как обозначение «подсистемы» культуры, указывая на мультикультурный характер современного общества.

Вообще субкультура, как правило, возникает как контркультура, как культура протеста, представляющая собой особый мир со своими символами престижа и внешними отличительными признаками – стилем музыки и танца, языком, манерой поведения, организацией или отсутствием таковой и со своим внутренним содержанием. Не стоит забывать и то, что практически любая молодежная субкультура позиционирует себя как «уличная культура», так как в этом в большой степени заключается основа ее существования, фундамент ее девиантности, ее «протестности».

Очевидно, что одним из основных отличительных признаков той или иной субкультуры является принадлежность к соответствующему музыкальному течению. Музыкальный стиль – некая «визитная карточка», своеобразный символ, во многом определяющий внутреннее содержание субкультуры.

Но здесь есть довольно интересная особенность. Субкультура, появившаяся изначально как контркультура и охватывавшая лишь определенные социальные (и этнические) группы, со временем под влиянием различных факторов (транслирования и популяризации посредством СМИ, конъюнктуры, спроса, удачного продюсирования и т.д.), где в конечном счете определяющими становятся интересы бизнеса, на которых зиждется массовая коммерческая культура, выходит за рамки собственно субкультуры и превращается в составляющую культуры мейнстрима (main stream – основное течение).

Однако это относится не ко всем субкультурам, а лишь к наиболее укоренившимся и знаковым из них, т.е. к тем, которые в наибольшей степени определили культурное своеобразие, разнообразие, ценностные категории и ориентации молодежной среды изначально преимущественно в странах западного полушария.

В этом плане среди всего разнообразия субкультур, возникавших во второй половине XX столетия в США и Великобритании, можно отметить субкультуры битников, байкеров, рокабилли, рокеров, хиппи, металлистов, панков, хип-хоп культуру и т.д.

Каждая из них внесла в той или иной мере существенный вклад в мировую историю музыки, моды, танцевального искусства, нашла немало почитателей в разных странах, а также оказала как прямое, так и опосредованное влияние на формирование притягательного для разных молодежных групп в мире образа США.

Для иллюстрации американского влияния на субкультурном уровне, с точки зрения автора, невозможно найти более современного, актуального и популярного на сегодняшний день у молодежи многих стран мира примера, чем феномен хип-хоп культуры, бывшей изначально культурой протеста, достоянием неблагополучных слоев афро-американского населения США, но превратившейся в итоге в полноценную составляющую современной американской культуры, – один из основных культурных продуктов Америки и неотъемлемое достояние мировой музыкальной и массовой культуры в целом.

Если более пристально взглянуть на историю развития музыки во второй половине XX в., то становится вполне очевидным, что в прошедшем веке одним из основных источников обновления музыки были афро-американские музыкальные субкультуры США и стран Карибского бассейна. Блюз и джаз, рок и регги во многом определили музыкальное лицо

XX столетия, в чем прослеживается обширное внешнекультурное влияние Соединенных Штатов.

Ныне мировая индустрия развлечений стала распространителем сравнительно новой и приобретенной мировой известности и популярности субкультуры хип-хопа во многом посредством популяризации ее музыкального компонента в виде рэп-музыки (или так называемого эмсиинга) и танцевального искусства, выраженного брэйк-дансом.

Принято считать, что хип-хоп возник в 1975 г., когда из Ямайки в Нью-Йорк приехал ди-джей Кул Херк, который первым начал говорить с танцующими чернокожими посетителями дискотек в микрофон. Родившаяся из скрещения разнообразных культурных влияний, главным образом с доминирующим африканским расово-этническим компонентом и состоящая из нескольких основных направлений, эта субкультура определенное время оставалась вотчиной чернокожих представителей (за редким исключением). И в силу этнонациональной замкнутости, несмотря на великую армию подражателей по всей планете, хип-хоп был отделен от общемирового культурного процесса.

Теоретически этот пласт мог остаться в истории примером изолированного, самодостаточного артефакта, имеющего исключительно музейно-этнографическую ценность. Но это лишь теоретически. Этого не могло произойти на практике в таком мультикультурном обществе, как американское, где взаимовлияние и взаимопроникновение разных культурных традиций и явлений, а также их синтез, адаптация и ассимиляция достигли небывалых масштабов.

Невероятным представляется такой сценарий в эпоху необычайного развития высоких технологий, СМИ, музыкальной индустрии шоу-бизнеса и масскультуры в целом. К тому же негритянская музыка оказалась слишком пассионарна для такой участи. Как и в случае с роком, произошло ожидаемое и неизбежное: белый музыкант с белым менталите-

том и белым культурным «бэкграундом» начал играть негритянскую музыку.

Результатом подобного кросскультурного взаимопроникновения и взаимодействия стало постепенно возрастающее появление белых представителей хип-хоп культуры, причем в некоторых ее компонентах, например в брейк-дансе, количество неафроамериканцев со временем стало едва ли не подавляющим, особенно если учесть огромное число приверженцев этого танцевального стиля во всем мире.

Этот факт отмечен в работе семнадцатилетней давности Д. Нэбитта и П. Эбурдин, где в контексте анализа глобального культурного влияния США (в данном случае на примере Китая) говорится следующее: «По средам и субботам Дворец культуры Чонгвенмен проводил вечера брейк-данса... В мае 1988 г. около 300 молодых людей приняли участие в первом пекинском соревновании по брейкдансу, спонсором которого было правительство»¹⁴². Это очередной раз свидетельствует в пользу утверждения о масштабном влиянии Америки на уровне субкультур, в ряде примеров ставших неотъемлемым проявлением массовой культуры.

Возникновение все большего числа белых исполнителей затронуло и саму рэп-музыку. Наверное, апогеем этого процесса стало появление и феноменальный успех молодого белого артиста по имени Маршалл Брюс Мэтерс, больше известного под псевдонимом Эминэм, по числу различных музыкальных премий и наград, а также по популярности превосшедшего самых маститых чернокожих представителей этого жанра.

Таким образом, субкультура, зародившаяся в строго определенной замкнутой среде, принципиально важными условиями «вхождения» в которую было социальное происхождение, положение и расово-этническая принадлежность, постепенно вышла за свои этно- и социокультурные рамки,

¹⁴² *Нэбитт Д., Эбурдин П.* Что нас ждет в 90-е годы. Мегатенденции: Год 2000. – С. 153.

найдя своих поклонников среди представителей разных этносов, рас, культур.

То же самое можно сказать в отношении атрибутики и моды на одежду отдельных субкультур, так как, например, определенные течения в моде, ранее присущие исключительно субкультурам, довольно быстро выходили за их рамки, приобретали международное признание вследствие популяризации как атрибута массовой культуры и становились устойчивой тенденцией в мире моды.

Как ни парадоксально, именно благодаря трансформации в составляющую массовой культуры субкультуры приобретают большую популярность и становятся одним из инструментов американской культурной экспансии, что является вспомогательным средством осуществления общей внешнеполитической стратегии США в сфере культуры на неофициальном уровне.

Хотелось бы отметить еще один интересный, хотя и парадоксальный момент. Дело в том, что тексты песен исполнителей (в данном случае пример хип-хопа более чем очевиден) зачастую имеют откровенно антигосударственную, антисоциальную, антигуманную, аморальную с точки зрения как закона, так и нравственных норм направленность.

Тем не менее эти произведения находят своих слушателей и рынок сбыта, который в настоящее время вырос до гигантских размеров. Очень часто молодые люди в разных странах мира, не зная языка, не разбираясь в тонкостях сленга, соответственно, особо не задумываясь над содержанием текстов, воспринимают в основном ритмическую музыкальную составляющую и экспрессию, заявляя о своей приверженности этому движению в целом.

С еще большим парадоксом мы сталкиваемся, обращаясь к ситуации внутри США. Несмотря на то что упомянутый выше Эминэм в своих произведениях поднимает острую социальную проблематику, критикует правительство, высмеивает многих известных лиц, в том числе представите-

лей американской политической элиты, демонстрирует свою озлобленность на жизнь, окружающее общество, государство, обильно «приправляя» это ненормативной лексикой, в то же время, как это ни парадоксально звучит, предстает рьяным патриотом, в какой-то мере символом современной Америки в глазах многих молодых людей по всему миру, «гордо несет национальный флаг Соединенных Штатов» как знамя глобального культурного доминирования.

Вместе с тем очень важным представляется указать на особое место, которое занимает в процессе субкультурного влияния элемент моды, подражания, столь характерный для молодежной среды. Уместно обратиться к вопросу о каналах распространения американского влияния на уровне субкультуры в контексте осуществления их неофициальной внешней культурной политики. Почему та или иная субкультура вдруг становится невероятно популярной во всем мире, превращаясь в массовую «мэйнстримовую» коммерческую культуру, почему среди молодежи становится модным идентифицировать себя с тем или иным течением, использовать соответствующую атрибутику? Каковы в принципе механизмы превращения субкультуры и ее атрибутики, включая главным образом музыку, в «модное»?

Безусловно, наиболее известными, эффективными и крупномасштабными по своему охвату инструментами являются рассмотренные средства массовой информации и кинематограф.

Очевидно, что локомотивом американского культурного влияния на массовом уровне являются музыкальные телеканалы формата MTV, демонстрирующие музыкальные видеоклипы, представляющие собой визуализированное отображение песни или какого-либо музыкального произведения.

Не секрет, что сегодня исполнитель, как правило, не может рассчитывать на успех у слушателей, на высокий уровень продаж своего альбома, да и на популярность вообще,

не снимая видео на свои произведения, которые затем попадают в ротацию музыкальных телеканалов и регулярно демонстрируются. Естественно, определяющую роль здесь играют интересы и законы шоу-бизнеса, который занимает лидирующую позицию в процессе распространения американского культурного влияния.

К слову отметим, что формат видеоклипов на сегодняшний день становится повсеместным и практически стандартным принципом преподнесения информации, как новостной, рекламной, так и иной направленности. Клиповый тип мышления, передачи и восприятия информации, ныне свойственный не только для представителей медийного пространства и молодежи, стал одним из символов рождения новых форм межличностной коммуникации.

Итак, согласно выводу, который можно сделать из вышеизложенного, музыкальные телевизионные каналы и программы можно отнести к наиболее эффективным средствам популяризации субкультур уже как составной части массовой культуры и, соответственно, к наиболее действенным инструментам неофициальной внешней культурной политики США.

В музыкальных видеоклипах, впрочем как и в кинематографической продукции Голливуда, осуществляется поэтизация урбанистических пейзажей американских городов (в подавляющем большинстве Нью-Йорка и Лос-Анджелеса), в том числе через призму существования на их улицах разнообразных уличных молодежных субкультур, хотя нередко ярко выраженного криминального характера. Зачастую американская урбанистическая тематика в продукции поп-культуры овеяна привлекательным романтическим ореолом, создавая, таким образом, хоть и неоднозначный, но в целом вполне притягательный образ Америки в глазах многих молодых людей на планете.

Телевизионная «картинка» в клиповом варианте и кинематограф, демонстрирующие эпизоды будничной жизни

американских каменных джунглей, где неотъемлемым, довольно зрелищным и ярким компонентом стала жизнь субкультур, необходимым атрибутом и символом которых является принадлежность к определенному музыкальному стилю, формируют в восприятии миллионов зрителей в разных странах, особенно у подростков, увлекающихся каким-либо музыкальным направлением и связанной с ним субкультурой, некий образ страны-мечты, страны-истока того или иного направления, страны, где это наиболее развито, массово, открыто, популярно, разнообразно.

Если возвращаться к примеру хип-хоп культуры, то здесь можно отметить более чем часто встречающееся как в музыкальных клипах, так и в американских фильмах изображение жизни афро-американских кварталов (в основном Гарлема, Бронкса, Бруклина в Нью-Йорке, а также Лос-Анджелеса, Лонг Бич, Инглвуда и т.д. в Калифорнии) с соответствующим музыкальным сопровождением.

Говоря о молодежных американских субкультурах в контексте их трансформации в явления массовой культуры как об инструменте культурного влияния Соединенных Штатов, хотелось бы отметить еще один немаловажный момент. Для современной массовой культуры, которая отождествляется с понятием современной американской культуры, во многом ключевыми являются такие слова, как адаптация, ассимиляция, синтез и т.д., суть которых также проявляется в самых различных сферах современной жизни, но, наверное, все-таки в первую очередь в современном искусстве и культуре в целом.

Возникают новые субкультуры, новые формы искусства, например, при синтезе различных музыкальных направлений, при синтезе музыкальных субкультур и спорта, при взаимовлиянии субкультур и боевых искусств. В результате формируются новые молодежные культуры, формы самовыражения, проявляющиеся в новых музыкальных, танцевальных стилях, соответственно, в появлении особенностей в

моде на одежду, в рожденьях новых экстремальных видов спорта, становящихся, с одной стороны, полноценными соревновательными дисциплинами, а с другой – остающихся субкультурами. Все это довольно быстрыми темпами распространяется и, как правило, воспринимается на большей части мира. Но, безусловно, указанные явления и процессы относятся главным образом к США, становясь как новым элементом социокультурного порядка, так и новым опосредованным инструментом американской силы.

На протяжении второй половины XX в. молодежные субкультуры оказывали довольно существенное влияние на культурное разнообразие американского общества, а также на общества многих государств, преимущественно западного полушария, явившись вместе с тем одним из наиболее эффективных инструментов распространения общемирового американского культурного влияния.

Более того, если концентрировать внимание на слове «молодежные», то нельзя не отметить, что молодежная среда всегда являлась наиболее социально активной, мобильной, пассионарной в своих проявлениях. Молодежь – основной двигатель истории, т.е. социальных, политических, экономических, культурных, идеологических изменений в жизни государства и общества.

Соответственно, в определенной степени приобретали значимость как внутреннее содержание, так и внешняя атрибутика молодежных групп, движений, объединений, трансформировавшихся в отдельные «подкультуры», что в случае с США приобрело, по известным причинам, широкие масштабы и стало вполне эффективным инструментом внешнекультурного воздействия.

Именно американские субкультуры являют собой актуальную и интересную тему для исследования, тем более в контексте их использования как опосредованного инструмента неофициальной внешней культурной политики США, так как подобные явления других стран объективно облада-

ют несоизмеримо меньшим весом или не обладают таковым вообще. Даже если та или иная субкультура первоначально зародилась и развивалась, например, в Великобритании, ставшей родиной многих субкультур, то ее непосредственное преломление на американской почве, как правило, способствовало обретению ею общемировой популярности, становлению американским культурным продуктом и одновременно средством распространения американской культуры, а вместе с тем, с политической точки зрения, американского влияния и силы.

Альтернативный взгляд, подтверждающий правило, – исследования не только Г. Шиллера, П. Дж. Бьюкенена, но и других, в том числе современных критиков масскульта.

В этом контексте нельзя обойти вниманием исследования Д. Эстулина, который доказательно увязывает появление рок-н-ролла, затем рок-музыки, а также других музыкальных направлений и субкультур с деятельностью так называемого мирового правительства в лице, как он считает, Бильдербергского клуба – одного из самых влиятельных в мире тайных обществ. В частности, Д. Эстулин называет создание студии звукозаписи ЕМІ, появление ставших сегодня мировой классикой коллективов «The Beatles», «The Doors», «The Rolling Stones», других музыкальных групп, а также телеканала MTV и формирование стратегий современных информационных войн целенаправленными, заведомо запрограммированными и управляемыми проектами Бильдербергского клуба (точнее, со слов автора, «его филиала по промыванию мозгов – Тавистокского института человеческих отношений»)¹⁴³. Кроме того, автор активно обосновывает прямую зависимость между внедрением в массовое молодежное сознание новой музыкальной (субкультурной) моды и искусственной, управляемой параллельно идущей наркотизации молодежной среды.

¹⁴³ Эстулин Д. Секреты Бильдербергского клуба. – Минск: Попурри, 2009.

Во всяком случае приведенные в качестве примера точки зрения на историю вопроса имеют сугубо авторский, субъективный подтекст, но тем не менее формируют более масштабную платформу для исследования и понимания темы, в очередной раз «сигнализируя» о возможных последствиях недооценки степени влияния и значимости этого не вполне осознаваемого компонента внешней политики США.

ГЛАВА 7

БИЗНЕС И ГОСУДАРСТВО В КОНТЕКСТЕ ВНЕШНЕГО КУЛЬТУРНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ США

Как уже отмечалось, экспорт американской культуры неразрывно связан с интересами крупного бизнеса в лице владельцев крупнейших медиа-холдингов, вещательных корпораций и т.д., поскольку культура, в особенности американская массовая, за вторую половину XX в. превратилась в широко потребляемую в мире продукцию, т.е. товар. Таким образом, бизнес, заинтересованный в как можно большем объеме продаж этого продукта, стараясь, чтобы он в полной мере соответствовал рыночной конъюнктуре, стремясь в конечном счете к получению прибыли, принимает непосредственное участие в распространении и популяризации массовой американской культуры. Это в свою очередь вполне отвечает целям и задачам внешней культурной политики США.

Именно этим еще раз подтверждается тот факт, что в процессе экспорта американской культуры как проявления внешней культурной политики США интересы крупного бизнеса и государства зачастую совпадают и взаимодополняют друг друга.

Вместе с тем важно заметить, что американская культура как ресурс «мягкой силы» США отделена от государственных инструментов и может оказывать противоположное воздействие по отношению к целям американского правительства. Показателен пример, который приводит Дж. Най: во время войны во Вьетнаме «американская поп-культура часто преследовала противоположные цели в отношении официальной правительственной политики»¹⁴⁴.

¹⁴⁴ *Най Дж.С.* Гибкая власть. Как добиться успеха в мировой политике. – С. 42.

Государственная политика способна усилить либо ослабить «мягкую мощь» страны и, соответственно, культуры, как ее составляющей. Например, после Иракской войны 2003 г. произошло резкое падение привлекательности США в глазах мировой общественности. Однако такая реакция проявляется преимущественно по отношению к руководству государства, а не к стране в целом. Общественность в большинстве стран продолжала потреблять продукцию американской массовой культуры – музыку, кино, телевидение и т.д., проводя таким образом разграничение между правительственной политикой США и американской культурой.

В этом заключается своеобразие сложившейся ситуации, когда вне зависимости от политической обстановки «мягкие» инструменты продолжают оказывать внешнее влияние, амортизируя во многом негативный международный резонанс по отношению к официальной политике Соединенных Штатов. Именно здесь термин «неофициальная культурная политика» приобретает новое звучание и актуальность как один из наиболее эффективных ресурсов американской «мягкой силы».

По словам бывшего министра обороны Франции, американцы сильны, потому что они могут «вдохновлять мечты и устремления других благодаря мастерству по созданию глобального имиджа посредством своих фильмов и телевидения»¹⁴⁵.

Вторя Дж. Наю, не менее известный американский политолог З. Бжезинский в известной работе «Великая шахматная доска», говоря о четырех компонентах американского господства в мире, наряду с военной, экономической, научно-технической составляющими выделяет культуру. В частности, он пишет: «...в области культуры, несмотря на ее некоторую примитивность, Америка пользуется не имеющей себе равных притягательностью, особенно среди молодежи

¹⁴⁵ *Най Дж.С.* Гибкая власть. Как добиться успеха в мировой политике. – С. 34.

всего мира... Культурное превосходство является недооцененным аспектом американской глобальной мощи. Что бы ни думали некоторые о своих эстетических ценностях, американская массовая культура излучает магнитное притяжение, особенно для молодежи во всем мире. Ее привлекательность, вероятно, берет свое начало в жизнелюбивом качестве жизни, которое она проповедует, но ее притягательность во всем мире неоспорима»¹⁴⁶.

Рассмотрение взаимодействия бизнеса и государства в процессе осуществления внешней культурной политики США на неофициальном уровне приводит к следующему неоднозначному заключению. Использование термина «политика» в таком контексте может показаться спорным, и критики имеют право возразить по поводу того, что восприятие всего потока американской массовой культуры происходит стихийно и добровольно, подвергаясь лишь влиянию механизмов рыночной конъюнктуры. Несмотря на кажущуюся, на первый взгляд, правильность подобных утверждений, принципиально важна здесь другая сторона этого процесса.

Спрос на американскую культурную продукцию сам по себе уже является результатом внешней культурной экспансии США и изначально формируемым и программируемым путем использования соответствующих рычагов. Так, например, посредством «подключения» рыночных механизмов, рекламных и пиар-технологий создаются объективно благоприятные условия для поддержания устойчивого спроса на американскую культурную продукцию, поскольку уже в самом факте ее рассмотрения в качестве товара, и более того, товара пользующегося спросом, заложена та самая «программируемость».

В настоящее время этот процесс представляется объективным и необратимым, в особенности если принять к сведению постоянное развитие индустрии массовой культуры,

¹⁴⁶ Бжезинский З. Великая шахматная доска. – М.: Международные отношения, 2000. – С. 36, 38.

«вдохновляемое» США, а также политику и содержание программ абсолютного большинства мировых СМИ. В данном случае неизбежно вспоминается распространенное и подробно исследовавшееся Г. Шиллером¹⁴⁷ понятие «управление сознанием» («mind management»), осуществляемое на самых разных уровнях, включая, безусловно, экспорт американской массовой культуры во всех ее проявлениях.

В то же время необходимо указать на более значимый уровень рассматриваемой проблемы. Если характеризовать обозначенный процесс непосредственно как политику, то принципиально важно ответить на вопросы: кто реализует внешнюю культурную политику в таком не вполне осязаемом неофициальном ее аспекте, как влияние на уровне субкультур, в чьих интересах она осуществляется, какие механизмы задействуются, если данный процесс не является стихийным, то кем он используется и направляется, ставятся ли при этом какие-либо конкретные цели? Но вместе с тем в отличие от официального аспекта внешней культурной политики США, где основные инструменты определены и вполне известны, для американской неофициальной внешней политики в сфере культуры характерен недостаток конкретной информации и точных данных о механизмах ее реализации и о заинтересованных сторонах. Тем не менее прослеживаются четкие схемы неофициального внешнего культурного влияния США.

Уже упоминалось о том, что основными инструментами реализации внешнего культурного влияния Америки на уровне субкультур являются СМИ, и в первую очередь американские – составляющие крупных медиа-холдингов, зачастую входящих в состав еще более крупных финансово-промышленных империй. Руководящий состав таких компаний, формирующий собой деловую элиту Америки, нередко неразрывно связан с правящей политической элитой США, в том числе проводя через принадлежащие им СМИ целена-

¹⁴⁷ Шиллер Г. Манипуляторы сознанием. – М.: Мысль, 1980.

правленный экспорт идеологически «заряженных» американских культурных ценностей, ориентированный главным образом на молодежь, охотно и активно воспринимающую Америку также через ее субкультурные компоненты. Тем самым реализуется и политическая задача по обеспечению национальных интересов США в соответствии с целями и задачами, задекларированными в разного рода концептуальных и программных документах американской внешней политики, в том числе в программах Бюро по делам образования и культуры Государственного департамента США. (Неслучайно Бюро по делам образования и культуры активно строит часть своих программ на вовлечении модных субкультурных движений, организовывая, например, международные фестивали по брейк-дансу, выступления известных танцевальных коллективов, различные шоу-программы, рок- и хип-хоп-фестивали и т.д.)

Именно поэтому в контексте разговора о рассматриваемом аспекте культурного влияния США более чем уместно использование термина «политика».

* * *

В эффективности работы американской информационно-пропагандистской машины мы, к сожалению, смогли убедиться в период информационной войны вокруг освещения грузинской агрессии в Южной Осетии в августе 2008 г. Тогда подавляющее большинство западных СМИ выказали «удивительное» единодушие «подавленной» крупнейшими американскими информационными ресурсами «под предводительством» CNN (естественно, тотально политически ангажированными), заведомо сфальсифицированной, основанной на искажении фактов информационной тактике. На этом фоне усилия России по обеспечению адекватного медийного противодействия в международном масштабе, к сожалению, оказались едва ли заметными в силу ощутимой разницы тех-

нологических потенциалов и, соответственно, ареалов информационного влияния.

Возможно, многие не согласятся с тем, что рассмотренные явления, формирующие американское культурное влияние, можно назвать политикой, пусть даже с указанием «неофициальная». Но, как было упомянуто, исследуемый процесс представляется, с одной стороны, спонтанным, сознательно и добровольно воспринимаемым реципиентами, а с другой – вполне контролируемым, несущим в себе заведомо определенный «заряд» навязываемых культурных ценностей, категорий, стереотипов и т.д., и уже поэтому его можно именовать политикой. К тому же процесс культурного влияния на неофициальном уровне в огромной степени соответствует целям и задачам официальной культурной политики США и основной стратегической линии внешней политики американского правительства в целом.

ГЛАВА 8

СТРАТЕГИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ КУЛЬТУРНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ И «МЯГКАЯ СИЛА» СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

На сегодняшний день одним из ключевых факторов, необходимых для сохранения государственного суверенитета, территориальной целостности страны, консолидации общества, создания условий для успешного решения внутренних проблем и, соответственно, возникновения возможности для ведения государством активной внешней политики, предстает необходимость формирования собственной стратегии обеспечения национальной культурной безопасности и потенциалов «мягкой силы».

С целью аргументации этого тезиса позволю себе представить на рассмотрение читателей концептуальную основу – своего рода опорные точки такой стратегии.

1. Окончательное оформление государственной идеологии на основе осознания незыблемого единства многовековой мультикультурной общности народов, населяющих Россию. Это краеугольный камень поступательного движения российской политической элиты по пути формирования новой государственной идеологии, которая до сих пор находится в процессе кристаллизации. Отсутствие документально оформленной официальной государственной идеологической платформы обусловлено рядом сложностей, не в последнюю очередь заключающихся в проблемах выстраивания государственной национальной политики. Трудности эти прежде всего связаны с непростой структурой межэтнического, межконфессионального и межкультурного общения на территории современной России, а также наличием субъектов Федерации, потенциально нестабильных по целому ряду парамет-

ров (военная, политическая, социальная, экономическая, духовно-культурная безопасность) и способных дестабилизировать обстановку в отдельном регионе и стране в целом.

На этом фоне явно просматривается усиливающееся политическое влияние Русской православной церкви как идеологического инструмента, призванного сыграть роль объединяющего и умиротворяющего социальные резонансы начала.

2. Вместе с тем требуется сделать акцент в государственной политике на духовно-нравственном оздоровлении населения России, уделяя пристальное внимание этнокультурной специфике отдельных народов, населяющих страну, но при этом по меньшей мере не обходя вниманием психологические, политические, экономические, культурные, морально-нравственные, религиозные и прочие особенности, потребности и устои титульной нации – русского народа, составляющего более 80% населения страны, с пониманием относясь к его заботам о сохранении своей культурной идентичности.

Таким образом, двигаясь от частного к общему, приходим к следующему базовому тезису – политическое, социально-экономическое укрепление государственности может быть достигнуто только путем особого внимания государства к этнокультурному компоненту своей внутренней политики, а это значит – естественная, добровольная и «мягкая» консолидация многочисленных братских народов вокруг стержневой русской культуры как системообразующего компонента этнокультурной карты современной России и ключевого элемента российской культурной идентичности.

3. Духовно-нравственное оздоровление народа, пробуждение его исторической памяти, акцентированное внимание, в том числе на государственном уровне, к правдивой истории нашей страны. Это, естественно, касается предотвращения попыток искажения истории, субъективных и политически ангажированных ее трактовок, ревизии исторических

фактов, включая отрицание роли Советского Союза и его великого народа как победителя во Второй мировой войне, героизацию нацизма и т.д.

Но не в меньшей степени реанимация исторической памяти связана с возрождением общественного интереса к исконным началам, истокам цивилизации – евразийской, индоевропейской (= индоарийской) общности народов, многотысячелетней истории нашей земли, истории пра-народа, пра-языка и верованиям далеких предков.

Весь предшествующий исторический контекст существования славяно-русской цивилизации, Российской империи, а затем и СССР поэтапно способствовал зарождению и развитию критических подходов в том числе в массовом народном сознании к «духовно-политическому» диктату как в науке, так и в идеологии, очевидно призванному ограничить представления народа о своей силе – истинной многотысячелетней истории, отнюдь не ограниченной хронологическими рамками, в соответствии с которыми точкой отсчета отечественной «цивилизованности» стало принятие христианства на Руси. А как же не одна тысяча лет развития и процветания славянской цивилизации, т.е. хозяйственно-экономического уклада, системы социальных отношений, духовной культуры, письменности (как известно, славянская письменность возникла задолго до Кирилла и Мефодия) и т.д.?

Неслучайно в настоящее время наблюдается массовый интерес, а с ним и всплеск научно-публицистической мысли к истокам формирования древнеславянского, древнерусского мировоззрения – ведической культуре наших предков – славяно-русскому язычеству (или, как его еще принято называть, родноверию).

Как в советское время, так и сейчас тем более публиковалось и продолжает появляться немало академических научно аргументированных трудов по этой теме. В данном контексте уместно упомянуть прежде всего всемирно известные исследования академика Б.А. Рыбакова, его научно-

го оппонента И.Я. Фроянова, историка Л.Р. Прозорова, исследователя славянских вед А.И. Асова и многих других ученых: историков, этнографов, филологов и т.д., не рассматривая, плохо аргументированные и, к сожалению, зачастую псевдонаучные выкладки.

Знание истинного величия и древности своей истории, осознание глубинной, природной, космогонической взаимосвязи между поколениями – прошлыми, нынешними и грядущими – являет собой источник колоссальной силы, коллективной энергии, чего так опасаются потенциальные и реальные противники развития государства российского и что могло бы стать неотъемлемым компонентом не только «мягкой мощи» России и арсенала её внешнеполитических инструментов, но и консолидации общества и укрепления государственности в целом.

Следствием осознания этого факта могла бы стать разработка и утверждение Минобрнауки России ряда новых обязательных учебных пособий для средней и высшей школы, комплексно, компетентно и объективно освещающих историю России с древнейших времен до наших дней. Целесообразным было бы утвердить перечень обязательных для обучения пособий в школах и вузах по каждой дисциплине, дабы преодолеть хаос на рынке учебных пособий зачастую сомнительного научно-фактологического содержания и антироссийски «заряженных».

Используя имеющиеся государственные медийные ресурсы, требуется доносить (особенно до молодого поколения россиян) информацию о древней истории земель, на которых расположена современная Российская Федерация. Колоссальный, но вполне объяснимый парадокс заключается в том, что едва ли ни единственным заслуживающим внимания отечественным художественным фильмом, непредвзято повествующем о быте древних славян дохристианской Руси, стала мгновенно завоевавшая популярность картина 1985 г. Г. Васильева по одноименной повести В.Д. Иванова «Русь

изначальная» (еще, пожалуй, мультипликационный фильм по этому же произведению «Детство Ратибора» и две-три менее значимых попытки отечественного кинематографа обратиться к этой теме).

4. Вместе с тем, поддерживая укрепление и развитие упомянутых тенденций, необходимо последовательно препятствовать зачастую сознательному, «заказному», целенаправленному осквернению добрых идей изучения родной традиции на уровне культурно-исторических клубов, этнографических кружков, фольклорных коллективов и научных исследований, искусственному облачению их в радикальные формы и незаслуженному смешиванию с экстремистскими течениями ультраправого толка.

5. Что касается радикальных движений, то необходимо всемерно и последовательно бороться с ними, искореняя экстремистскую идеологию в любой ее форме, какой бы стороной она ни порождалась: будь то радикальные ответвления в исламе, христианстве, иудаизме или проявления в виде разного рода псевдорелигиозных учений и тоталитарных сект. Последние вообще предмет отдельного изучения, особенно в контексте новейшей истории России, когда после развала СССР и до возрождения политического могущества РПЦ всяческие, в том числе западные секты и течения в христианском вероучении стали пытаться заполнять образовавшийся на постсоветском пространстве духовный вакуум.

6. Действуя в русле одного из основных приоритетов внешней политики России, стоит еще больше акцентировать усилия российской дипломатии на укреплении роли русского языка как средства межнационального общения мультикультурной общности народов не только российского и постсоветского пространств, но и принимать меры по популяризации и расширению изучения русского языка в зонах стратегических интересов России. Безусловным приоритетом остается сохранение и укрепление русскоязычного пространства по периметру границ Российской Федерации на основе доб-

ровольного принятия народами дружественных и братских республик факта общности многовековой истории, общего настоящего и будущего, основанного на экономической, политической и культурной взаимозависимости соседствующих государств.

Наблюдается рост общественного интереса к археологии русского языка, исследованию лингвистической семантики, раскрывающим глубинный, скрытый смысл многотысячелетнего языка, носителями которого мы являемся, а также доказывающим существование у наших предков письменности задолго до Кирилла и Мефодия.

7. Полномасштабное государственное финансирование и реализация программ по массовому привлечению граждан к занятиям физкультурой и спортом, здоровому образу жизни, обеспечение постоянного информационно-пропагандистского сопровождения государственной политики в этой сфере, включающего антиалкогольную, антитабачную, антинаркотическую пропаганду, несмотря на ожидаемое противодействие влиятельных лоббистских группировок.

Информация, передаваемая через СМИ, должна отражать реальную клиническую картину процессов, происходящих в организме человека под воздействием вышеупомянутых веществ, и последствий их употребления. Кроме того, необходимо всемерно содействовать увеличению доли наружной и телевизионной социальной рекламы и телепрограмм на отечественных телеканалах, а также других средств информационно-пропагандистского сопровождения государственной кампании по борьбе с алкоголизацией, наркотизацией нации и курением.

Но для успешного осуществления таких программ требуется активное государственное участие, выраженное в принятии законодательной базы и утверждении механизма контроля за ее применением в отношении возрастного ценза для продажи спиртосодержащей продукции (запрет на про-

дажу алкоголя лицам младше 21 года), сокращении рынка дешевой алкогольной продукции и популярных в некоторых молодежных кругах суррогатных алкогольных коктейлей, ощутимом повышении цен на любой вид алкогольной продукции, разработке комплекса решительных мер по ликвидации неизбежно возникающего в этих условиях рынка контрафактного алкоголя, отраслевой переориентации части спиртзаводов, в избытке находящихся на территории России, и т.д. При этом все перечисленные, а также любые другие не упомянутые здесь меры неизбежно соприкасаются с проблемой занятости населения, особенно на селе – отдельное направление деятельности государственной социальной, аграрной, хозяйственно-экономической политики, отраслевых национальных проектов и иных госпрограмм.

8. В большой степени реализация программ по пропаганде здорового образа жизни как составляющей национальной безопасности неразрывно связана с необходимостью выстраивать на новом уровне систему подготовки атлетов для спорта высших достижений, предполагающую для начала кадровую «чистку» руководства спортивной сферой, деятельность (вернее, бездействие) которого привела к существенному снижению результатов как на уровне национальных сборных команд по отдельным видам спорта, так и по общему количеству наград олимпийской команды России на летних и зимних Олимпийских играх. За шесть в общей сложности зимних и летних олимпиад с 2000 по 2010 г. показатели снижались постепенно, и ощутимых провалов изначально не чувствовалось благодаря движению по инерции на советском «топливе», в основном за счет поколения спортсменов, родившихся в конце 70-х – начале-середине 80-х гг. прошлого века. Однако своего апогея процесс уничтожения легендарного спортивного прошлого достиг на зимних Олимпийских играх в Ванкувере в 2010 г., где сборная России показала худший результат за всю историю своего участия в зимних Олимпийских играх, оказавшись первой во втором десятке.

Причиной тому стали объективные факторы, связанные с системным кризисом в отечественной спортивной сфере, не преодоленные почти за 20 лет, несмотря на 8 «тучных» лет нефтегазодолларовых доходов, а также технико-методологическая отсталость и функциональная неготовность отечественных тренеров и спортсменов.

В этой связи, анализируя неутешительные итоги зимней Олимпиады в Ванкувере на встрече с руководством партии «Единая Россия» 1 марта 2010 г., президент России Д.А. Медведев отметил: «...своей школы мы пока не создали, несмотря на то, что количество денег, которое вкладывается в спорт, и это абсолютно очевидный факт, беспрецедентно большое. Но значит, не деньги всё решают. Деньги важны – это условие, но не деньги всё решают. Результаты этой Олимпиады как раз показали, в чём здесь основная проблема. Поэтому нам нужно подумать о том, каким образом изменить систему подготовки спортсменов. Во главу угла должна быть выдвинута фигура самого спортсмена – не федераций, которые у нас иногда большие и жирные, как коты, не тем более руководителей федераций и даже не тренеров, при всём колоссальном к ним уважении: спортсмены достигают успехов – они должны быть эпицентром внимания»¹⁴⁸.

Хотя анализ этой проблемы выходит далеко за рамки темы исследования и данного конкретного пункта в перечне приоритетных задач для развития «мягкой силы» России и обеспечения национальной, в том числе культурной безопасности, позволю себе отметить основные причины того положения, в котором оказался отечественный спорт за 4 года до Олимпийских игр 2014 г. в Сочи. А причины банальны и известны:

– отсутствие профессионального, компетентного руководства спортивной сферой государства;

¹⁴⁸ <http://www.kremlin.ru/transcripts/7004>.

– неэффективное распоряжение резервом спортивных управленческих кадров, косность существующей системы и непрозрачный принцип ротации руководителей (необходимость «освежать кровь», формировать отдельный реальный резерв менеджеров для замещения любых должностей в сфере государственной спортивной деятельности);

– отсутствие системы массового спортивного воспитания, а также селекции талантливых спортсменов, начиная с учреждений дошкольного образования, общеобразовательных школ, детско-юношеских спортивных школ (ДЮСШ) до училищ олимпийского резерва и вузов;

– усиливающееся отставание в спортивно-фармакологической конкуренции;

– акцент на объемных финансовых затратах со стороны крупных предприятий в пользу профессиональных футбольных, хоккейных и прочих команд, принадлежащих промышленным или углеводородным холдингам, в ущерб финансированию массового детско-юношеского спорта (крупный бизнес датирует бюджеты городов, где находятся его предприятия, при этом содержит профессиональную команду высшей (супер-) лиги, а любительский, в том числе детско-юношеский спорт находится в упадочном состоянии);

– упор на бюджетное финансирование игровых видов спорта (прежде всего, футбола и хоккея), которые на олимпиадах приносят команде лишь по одной медали, в ущерб медалеёмким циклическим дисциплинам. При этом выделенные средства, как известно, нередко расходуются не по целевому назначению;

– ориентация на коммерциализацию спорта в первую очередь со стороны спортивного руководства страны, мыслящего финансовыми категориями профессионального спорта, пренебрегая при этом насущной потребностью привлечения высококвалифицированного преподавательского состава в общеобразовательные школы и ДЮСШ. Например, китайские функционеры за три олимпийских цикла до Олимпиады

в Пекине 2008 г. собрали со всего мира спортивных педагогов, в том числе из российской глубинки, именно для ДЮСШ, открыв несколько десятков тысяч спортивных школ и вырастив таким образом будущих олимпийских чемпионов по разным видам спорта. Канадцы в свою очередь в 2003 г. инициировали, а в 2005 г. (за 5 лет до Ванкувера) запустили госпрограмму «Владей пьедесталом», направленную на подготовку команды к домашней Олимпиаде 2010 г. с прицелом на лучший командный результат почти во всех зимних дисциплинах. В рамках программы, финансируемой частично из госбюджета, но в большей степени частным бизнесом, были задействованы серьезные научно-исследовательские, методические, материально-технические ресурсы. Результат стал известен в конце февраля 2010 г.;

– коррумпированность спортивной сферы, как и многих других сфер жизни современного российского общества. Известны многократные случаи получения официальной аккредитации на Олимпийские игры со стороны сборной России внушительной армией высокопоставленных чиновников и представителей крупного бизнеса при отсутствии аккредитации у действующих сборников-резервистов;

– на этом фоне проявляется странная надежда спортивных чиновников на высокие результаты при помощи гигантских финансовых затрат, проводимых непосредственно перед началом игр, и щедрых призовых и иных подарков от Олимпийского комитета России. При этом о мизерных зарплатах тренеров и спортсменов в остальных видах любительского спорта в стране здесь упоминать вовсе излишне.

Кратко резюмируя изложенное, представляется необходимым отметить ключевой обобщающий тезис – произошедшее на Олимпиаде в Ванкувере не сбой в системе, а проявление системного кризиса, причем совершенно предсказуемого при такой складывавшейся годами и до сих пор не преодолеваемой диспозиции. А это и есть громкий звонок, предупреждающий не только о невиданном доселе спортив-

но-политическом поражении на международной арене, но, что более важно, о реально существующей угрозе национальной безопасности страны и в более глобальном масштабе – существованию суверенного государства как такового, воспроизводства здоровой нации и проблематичности формирования новых потенциалов «мягкой» и «жесткой» силы вместе взятых.

9. Активизация всесторонней работы государства и общественных организаций по целенаправленному поступательному выправлению кризисной демографической ситуации в стране и связанное с этим восстановление стержневых нравственных социальных ориентиров.

П. Дж. Бьюкенен пишет о нас: «С уровнем рождаемости 1,35 Россия к 2015 году потеряет 33 млн человек из своих 147 млн... Число детей младше 15 лет сократится к тому же сроку с двадцати шести до шестнадцати миллионов, а количество пожилых людей возрастет с нынешних восемнадцати до двадцати восьми миллионов человек»¹⁴⁹. По данным статистики, на 2000 г. «население России сократилось до 145 млн человек, прогноз на 2016 год дает цифру в 123 млн человек»¹⁵⁰. В этом контексте напрашивается аналоговая параллель с пресловутой Доктриной (или Планом) Даллеса, существование которой так и не доказано, но в которой, согласно имеющемуся тексту, излагается четкая программа по управляемому демографическому коллапсу СССР¹⁵¹.

Выступая со своим первым посланием Федеральному собранию 8 июля 2000 г., в ту пору Президент России В.В. Путин заявил: «Нас, граждан России, из года в год становится все меньше и меньше. Уже несколько лет численность населения страны в среднем ежегодно уменьшается на 750 тысяч человек. И если верить прогнозам, а прогнозы основаны на реальной работе, реальной работе людей, которые

¹⁴⁹ Бьюкенен П. Дж. Смерть Запада. – С. 33–34.

¹⁵⁰ Там же.

¹⁵¹ http://www.sakva.ru/Nick/NSC_20_1R.html.

в этом разбираются, этому посвятили всю свою жизнь, уже через 15 лет россиян может стать меньше на 22 млн человек. Я прошу вдуматься в эту цифру: седьмая часть населения страны. Если нынешняя тенденция сохранится, выживаемость нации окажется под угрозой. Нам реально грозит стать дряхлеющей нацией. Сегодня демографическая ситуация – одна из тревожных»¹⁵².

Конечно, за прошедшие 10 лет были сделаны конкретные действенные шаги по борьбе с демографическим кризисом. Однако наряду с постепенно выстраивающимся и «доводящимся до ума» механизмом господдержки рождаемости с помощью материнского капитала (за рождение второго ребенка) принципиально важно реализовать комплекс мер, включающий культурно-просветительскую работу в средних и высших образовательных учреждениях, активную пропаганду через СМИ, программную миссионерскую деятельность духовенства РПЦ и других конфессий, направленных на регенерацию нравственной опоры общества и его стретжня – традиционной культуры, подчеркивающих психологическую, социальную, физиологическую естественность и привлекательность традиционного семейного уклада (вопреки укоренившимся в сознании современной молодежи стандартам индивидуализма, карьеризма, культа развлечений, стремления жить для себя, феминизма, полигамии в межполовых отношениях, сексуальной распущенности и т.д.). Особенно важным представляется направить законодательные усилия государства в отношении законности абортов на фоне того, что «две из каждых трех беременностей (в России) завершаются абортами. Русская женщина в среднем делает от 2,5 до 4 абортов, а уровень смертности в России сегодня на 70% превышает уровень рождаемости»¹⁵³.

¹⁵² http://www.intelros.ru/2007/01/17/poslanie_prezidenta_rossii_vladimira_putina_federalnomu_sobraniju_rf_2000_god.html.

¹⁵³ Бьюкенен П.Дж. Смерть Запада. – С. 34.

Несмотря на отдельные подвижки в решении этой проблемы, озвучиваемые на официальном уровне¹⁵⁴, решить ее возможно лишь комплексными целенаправленными усилиями одновременно в различных сферах государственной политики: от совершенствования миграционного регулирования до активного содействия созданию рабочих мест (особенно в деревне и малых городах) как при помощи стимулирования частных инвестиций в создание и развитие производства, так и бюджетного финансирования, конечной целью чего является преодоление депрессии в регионах и ее социальных последствий.

10. Разработка долгосрочной информационно-пропагандистской стратегии по формированию позитивного облика России в мире.

Очевиден технологический диспаритет медиа-арсеналов, к сожалению, не в нашу пользу, что красноречиво продемонстрировал вышеупомянутый пример информационной войны вокруг событий в Южной Осетии в августе 2008 г. Кроме того, малую эффективность доказали и привлекавшиеся по госзаказу иностранные пиар-агентства. В частности, компания «Кетчум», с которой Администрация Президента России в 2006 г. подписала контракт с целью обеспечения положительного информационного фона в период российского председательства в «Группе восьми» в 2006 г.

¹⁵⁴ Выступая на конференции министров социального блока стран Совета Европы по социальному сплочению в феврале 2009 г., председатель Правительства России В.В. Путин отметил, что «пока складывающаяся тенденция (в сфере демографии) обнадеживает». Он напомнил, что в 2008 г. в России родились 1,7 млн детей, что на 7% больше, чем в 2007 г., сказав, что «это, в том числе, и результат мер по стимулированию рождаемости, которые были предприняты в последние годы, таких, как существенное повышение семейных пособий, введение специальной выплаты – материнского капитала – для женщин, родивших двух и более детей, а также ускоренное решение жилищных проблем молодых семей». «Во многом изменилась и сама общественная атмосфера, возросли престиж и популярность семейных ценностей и материнства», – отметил глава российского правительства (<http://www.novopol.ru/text62611.html>).

Вместе с тем, используя имеющиеся наработки и международные контакты в сфере глобального пиара, имеет смысл использовать финансовые возможности российского крупного бизнеса не столько для того, чтобы «залить» конкурентов деньгами, проложив «зеленый коридор» отдельным российским СМИ (тем более, это вряд ли будет продуктивно и жизнеспособно, особенно в долгосрочной перспективе, имея в виду финансово-политическую мощь таких «великанов», как CNN), сколько для более агрессивной «игры» в сфере информационной и развлекательной телевизионной индустрии на поле «команды соперника». Результатом таких шагов могло бы стать появление новых информационно-новостных (наряду с «Russia Today»), а также научно-популярных, спортивных и развлекательных телеканалов и радиостанций, вещающих на иностранных языках для зарубежной аудитории.

Не менее пристального внимания заслуживает и развитие кириллического сегмента в Интернете, а также распространение и популяризация англоязычного контента отечественных сетевых ресурсов.

На этом фоне тем не менее не теряется, но постоянно возрастает актуальность проблемы обеспечения информационной безопасности граждан, прежде всего детей, как в киберпространстве, так и на теле-, видеоэкране, что предполагает ужесточение мер по фильтрации, блокировке, борьбе с распространением деструктивных материалов, наносящих ущерб человеческой психике.

11. Что касается формирования внешней культурной политики России и развития культурной дипломатии нашей страны на современном этапе, то здесь имеет смысл развивать подкрепленные как государственным финансированием, так внебюджетными источниками усилия в двух основных плоскостях:

– высокая культура и высокое искусство – «визитная карточка» России и основная статья культурного экспорта, что должно найти отражение в интенсификации межгосудар-

ственных культурных обменов; совершенствовании российских культурно-образовательных программ по обмену (инициируемых на уровне МИДа России, Минобрнауки России, Минкультуры России) в отношении, прежде всего, стран СНГ, особенно в части активизации стажировок по обучению русскому языку и открытия новых учреждений (курсов), обучающих русскому языку в ближнем и дальнем зарубежье, включая комплекс мер господдержки популяризации русского языка в мире; увеличении численности экспозиций из лучших музеев России за рубежом, организации гастролей российских театральных коллективов, представителей оперной сцены, балета, классической музыки и вокала; активном развитии деятельности существующих и открытии новых русских культурных центров при российских загранучреждениях. Безусловно, в отношении упомянутых аспектов ведется активная государственная внешнеполитическая работа, однако даже все последовательные шаги российской дипломатии на этой ниве, осуществленные за последнее десятилетие, едва ли покрывают и треть от наших потребностей в пополнении культурно-идеологического арсенала для регенерации былого влияния и дальнейшего укрепления «мягкого» воздействия как по периметру границ, так и во внешнем мире.

– развитие производства и экспорта отечественных продуктов массовой культуры, но не в пошло-шаблонном варианте воспроизведения и копирования западных аналогов различных направлений современной музыки, танцевального искусства и т.д., а путем культивации собственного эксклюзивного стиля на основе всех имеющихся форматов и высокопрофессионального исполнения своих наработок в каждой из ниш поп-культуры и субкультурных движений, а также тех исконно отечественных музыкальных направлений, которых никак нельзя отнести к массовой культуре (народная песня, романс, различные течения в современной российской фолк-музыке и т.д.).

В этом контексте детального анализа в рамках отдельной работы требует тема современного отечественного

кинематографа, повышения его доли в прокате на российском рынке, особенно в сегменте «умного» концептуального кино и высокобюджетных блок-бастеров на военно-историческую, патриотическую тематику.

Кстати, с точки зрения подачи материала – освещения исторических событий в выигрышном для себя ракурсе, идеологической «заправки» и т.д. – опыт голливудских кинематографистов вполне мог бы служить хорошим примером и для наших кинопроизводителей. Особого внимания и уважения заслуживает опыт американской индустрии по производству множества патетических, духоподъемных кинокартин, в том числе о спорте, иллюстрирующих воплощение «американской мечты», воспевающих сильную личность, трудолюбие и упорство в борьбе со своими слабостями и жизненными обстоятельствами на пути восхождения на олимп. Благодаря таким фильмам, множество молодых (и не только) людей во всем мире прониклись любовью к спорту и здоровому образу жизни, начали активные занятия и впоследствии часть из них стала великими чемпионами. Не в этом ли очевидная польза работы кинематографистов для государства и общества?

11. Одним из ключевых факторов, обуславливающих успех «мягких» инструментов внешнего воздействия государства и его умения расположить к себе международное сообщество, является возможность дать высшее образование иностранным студентам в вузах, которые затем возвращаются к себе на родину, где часть из них со временем занимает руководящие посты. Дж. Най, как мы помним, приводит яркие примеры формирования лояльно или дружественно настроенных по отношению к США политических и бизнес-элит стран, студенты из которых в свое время получили образование в американских вузах в рамках международных образовательных программ, в том числе под эгидой Госдепартамента (например, выпускниками таких программ являются 200 настоящих и бывших премьер-министров и президентов, среди них Т. Блэйр, М. Тэтчер, Г. Шрёдер,

М. Саакашвили, В. Ющенко, 80 членов правительства Саудовской Аравии получили образование в США, 75 членов парламента Кении обучались в американских университетах и т.д.)¹⁵⁵.

На этом фоне вновь нельзя обойти вниманием неоднократно упоминавшийся в других главах этой книги исторический пример длительного доминирования СССР в период «холодной войны» (до конца 1970-х – начала 1980-х гг.) в части идеологии, пропаганды, а также формирования дружественных политических элит зарубежных государств путем предоставления иностранным гражданам высшего образования в Советском Союзе.

Самый живой, яркий и в своем роде уникальный пример, альма-матер автора этих строк – Российский университет дружбы народов (в ту пору – УДН им. П. Лумумбы). Созданный в 1960 г. как один из приоритетных государственных проектов с целью формирования «подконтрольных» политических элит в зонах влияния СССР на планете, университет явил собой первый и, к сожалению, единственный пример широкомасштабной государственной поддержки такого источника формирования «мягкой силы» страны¹⁵⁶.

¹⁵⁵ *Ширяев Б.А.* Дипломатия США. – С. 260–261.

¹⁵⁶ Университет дружбы народов учрежден 5 февраля 1960 г. решением Правительства СССР. Решение учредить в Советском Союзе Университет дружбы народов было принято советским руководством в ответ на пожелания правительств и общественности стран, освободившихся от колониальной зависимости. Основной целью Университета было оказание помощи в подготовке высококвалифицированных и воспитанных в духе дружбы между народами национальных кадров для стран Азии, Африки и Латинской Америки, предоставление молодежи этих стран, прежде всего из малообеспеченных семей, возможности получить образование. Приём студентов осуществлялся через общественные организации и правительственные учреждения, а затем посольства и консульства СССР. Учредителями УДН стали Всесоюзный центральный совет профессиональных союзов (ВЦСПС), Советский Комитет солидарности стран Азии и Африки, Союз советских обществ дружбы и культурных связей с зарубежными странами (ССОД) (<http://www.rudn.ru/?pagec=13>).

И хотя вуз создавался как политический проект в известной международной обстановке и соответствующей идеологической атмосфере, вряд ли найдутся несогласные с эффективностью этого инструмента, не раз подтвердившего свою состоятельность, активно участвуя в фактическом «конструировании» истеблишментов стран Азии, Африки и Латинской Америки и снискав международную репутацию советского оплота той самой «soft power» (термин, как известно, вошел в обиход лишь в 1990-е гг.). Кроме того, по своей мультикультурной специфике не имеющий мировых аналогов, Университет служит действенным средством формирования благоприятного климата межнационального общения народов России, а при соответствующем внимании со стороны государства мог бы в разы повысить свою эффективность в этом плане, принося заметную пользу государственной национальной политике.

Исходя из изложенного, возникает резонный вопрос: не пришло ли время нашему государству, наряду с восстановлением внутренней силы, преодолев тяжелый период политико-экономической и социальной ломки, а затем вступления в эпоху развития и видимого процветания (небольшого процента населения страны) за счет длительного периода благоприятной ценовой конъюнктуры на мировом рынке нефти, обратить внимание на имеющийся под рукой колоссальный по своим возможностям инструмент формирования платформы для реализации долгосрочных внешнеполитических и внешнеэкономических интересов России, особенно в Азии, Африке и Латинской Америке? Не стоит ли с этой целью вернуться к комплексной государственной поддержке РУДН и других вузов России, ведущих активное обучение иностранцев, предполагающей хотя бы частичное финансирование из госбюджета (по примеру субсидирования подобных программ в США и других странах), а также предусмотрев возможные альтернативные источники финансирования?

* * *

После ознакомления читателей с основными тезисами, изложенными в этой главе, ожидаю обоснованную реакцию, лейтмотивом которой является убежденность в том, что в конечном счете потенциал «мягкой силы», грамотную внешнюю культурную политику, собственную стратегию национальной культурной безопасности способно создавать только то государство, которое обладает финансовыми возможностями и готово платить за такое «удовольствие».

Однако спешу заметить, что не только объемы финансового могущества страны определяют возможность обеспечения и постоянного обновления и пополнения арсеналов «мягкой силы», хотя наличие денег, конечно, имеет принципиальное значение (выше упоминались слова Д.А. Медведева, сказанные в ходе обсуждения итогов выступления сборной России в Ванкувере: «Деньги важны – это условие, но не деньги всё решают»). Тем более, за 8 лет углеводородных сверхдоходов в государственный бюджет и формирования всяческих финансовых институтов типа Стабилизационного фонда и Фонда национального благосостояния можно себе позволить «роскошь» хотя бы предположить наличие возможности даже на фоне глобального экономического кризиса предусмотреть статью расходов на датирование сферы, напрямую влияющую на международный имидж государства, состояние национальной безопасности и обороноспособности России.

Вместе с тем важен сам факт осознания политической элитой существования проблемы и наличие конкретных шагов по ее решению, т.е. политической воли и решительных действий по ее воплощению. Требуется наличие идейной и идеологической базы для реализации таких задач. Нужно стимулировать укрепление, а в отдельных аспектах – возрождение исторической памяти народа и его самосознания. Необходима общественная поддержка, готовность движения в

этом направлении и коллективное осознание такой потребности. Общественная консолидация в таком случае стимулируется растущим пониманием в обществе разрушительности некоторых текущих тенденций духовно-нравственного характера и назревшей необходимостью проведения активной терапии, а также состоянием крайней нужды в оперативном решении насущных социально-экономических проблем. На этом фоне наряду с движением «сверху» и сильным административным воздействием особую актуальность и значимость для решения поставленной задачи приобретает опора на формирующиеся институты гражданского общества.

В этой ситуации основным мерилom социального развития страны и ориентиром для власти должна служить правовая защищенность граждан, дающая встречный импульс «снизу» как сигнал готовности общества по итогам конкретных действий «сверху» поверить в возможность построения социального государства, а вместе с тем и в наличие условий для создания системы национальной культурной безопасности и необходимость дальнейшего формирования отечественных потенциалов «мягкой силы».

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В завершении представляется целесообразным тезисно отметить ряд ключевых моментов, неизбежно привлекавших внимание автора в ходе работы над книгой.

1. Несмотря на то что высокая культура создает достаточный потенциал «мягкой мощи» США, ярко проявляющийся на примере образовательных контактов, именно поп-культура составляет стержневую основу термина «американская культура», являясь крупнейшей статьей культурного экспорта США в общемировом масштабе и инструментом их планетарного социокультурного влияния.

2. Внутренние факторы во многом определяют характер и содержание внешней политики. Особенности американской культуры, культурной политики, ее исторического формирования и внутренняя специфика американского мультикультурного общества в немалой степени оказали воздействие на содержание внешней культурной политики как на официальном, так и на неофициальном уровнях. Методы и инструменты, применяемые государством в культурной политике внутри страны, могут им использоваться в процессе осуществления культурной политики в ее внешнем проявлении.

3. Активное вовлечение государства в реализацию и финансирование внешней культурной политики США диктовалось необходимостью противостояния внешним угрозам – пропагандистской деятельности нацистской Германии в Латинской Америке – и в дальнейшем широкомасштабно стимулировалось многоуровневым противоборством с СССР в период «холодной войны», когда американские дипломаты пришли к осознанию необходимости использования фактора внешнего культурного воздействия как действенного средст-

ва обеспечения национальных интересов и идеологической пропаганды.

4. Отсутствие в США такого концептуального оформления внешней культурной политики, как, например, концепция внешней культурной политики России¹⁵⁷. Основное законодательное закрепление американской культурной дипломатии – упоминавшиеся в работе законы, направленные на стимулирование культурно-образовательных обменов.

5. Идеологический компонент был и остается неотъемлемой составляющей внешней культурной политики США, причем идеология пронизывает американскую культурную политику почти во всех ее проявлениях. Потребность Америки в арсенале для ведения идеологической атаки дала импульс развитию и укреплению культурного аспекта американской внешней политики. Правительство США возвело культурно-идеологическую пропаганду за рубежом в ранг эффективной государственной политики.

6. Процесс распространения американской культуры и международного культурного влияния США в 1960-х гг. вызвал обеспокоенность части общества Соединенных Штатов характером восприятия американских культурных ценностей за рубежом, что под влиянием ряда внутренних социальных факторов (разочарования в международной политике США, протеста против войны во Вьетнаме и стремления американских властей обеспечить свое военное присутствие и влияние далеко за пределами своих границ) вырастет в устойчивую тенденцию неприязни части научной общественности США к американской культуре, ее ценностям и их тотальному экспорту. На этой почве возникает научная дискуссия о культурном империализме, которая в общем не теряет актуальность и по сей день.

¹⁵⁷ Основные направления работы МИД России по развитию культурных связей России с зарубежными странами: Приказ МИД России от 23 февраля 2001 г. (www.mid.ru).

В полемике о культурном империализме можно выделить четыре основных направления: дискуссия о медиаимпериализме, глобальном доминировании, господстве капитализма и современности. Спор, начинавшийся в сугубо политическом ракурсе, со временем превратился в научную дискуссию по вопросу культуры как инструмента силы и влияния.

Американский «культурный империализм» остается популярной и актуальной в научном мире концепцией, которая представила культуру в качестве переменной величины при изучении международных отношений и внешней политики США, внося значимый вклад в развитие этой науки и в формирование представления о культуре как о важном инструменте внешнеполитической стратегии государства.

7. После завершения «холодной войны» механизм планирования и осуществления внешней культурной политики США стал гораздо более сложным в связи с отсутствием видимого идеологического противника, а также усложнением системы международных отношений в условиях формирования постбиполярного мироустройства и возникновения новых центров силы. Трагедия 11 сентября 2001 г. и угроза международного терроризма послужили причиной реанимации американской культурной дипломатии и ее трансформации сообразно новым условиям. По всей видимости, в первой половине XXI в. внешняя культурная политика США во многом будет обусловлена необходимостью обеспечения «мягкого» инструментария для борьбы с международным терроризмом и обеспечения национальной безопасности Соединенных Штатов в целом. Это, в свою очередь, будет диктовать необходимость восстановления старых и выстраивания новых культурных контактов на Ближнем Востоке и в исламском мире в целом, организации двусторонних программ с целью реабилитации и улучшения своего имиджа в этом регионе.

8. Анализ истории культурной дипломатии США показывает, что отношение американского политического истеблишмента к культуре как инструменту внешнеполитического влияния и компонента «мягкой силы» не было однозначным и зависело от внешних факторов, исторических особенностей, ценностно-политических установок властвующих элит. Нередко значимость этого фактора игнорировалась, приводя к существенному «урезанию» финансирования культурных программ. Наиболее «свежим» примером является политика администрации Дж. Буша мл.¹⁵⁸ В настоящее время США прибегли к попыткам смягчения негативных последствий «жесткой» силовой политики, стараясь акцентировать внимание на проигнорированных ранее «мягких» инструментах.

Одним из основных подходов американской дипломатии при администрации Б. Обамы стал акцент на максимально возможное и эффективное использование арсенала «мягкой» и «умной» силы как приоритетного инструмента внешней политики США, о чем стала заявлять госсекретарь США Х. Клинтон с первого дня своей работы в этой должности¹⁵⁹.

Вывести США из крайне негативного информационного поля, куда они сами себя «погрузили», на практике оказывается крайне непростой задачей.

9. Основным правительственным институтом, уполномоченным проводить внешнюю культурную политику США, является Бюро по делам образования и культуры Госдепартамента. Вместе с тем официальные каналы реализации культурной дипломатии на современном этапе гораздо менее сильные и эффективные, чем во времена «холодной войны». Упразднение ЮСИА в 1999 г. и передача его функций Госу-

¹⁵⁸ *Cultural Diplomacy. The Linchpin of Public Diplomacy*, Report of Advisory Committee on Cultural Diplomacy, U.S. Department of State, September 2005. – С. 8 // www.culturalpolicy.org.

¹⁵⁹ <http://video.google.com/videoplay?docid=-4238036372829265114#docid=2627289531242507463>.

дарственному департаменту обозначила, по мнению американских экспертов, фактический конец «золотой эры» американской пропаганды, публичной дипломатии и ее составляющей – культурной дипломатии. Однако, несмотря на многочисленные реорганизации, институты управления внешнеполитической пропагандой США и культурной дипломатией продолжают функционировать, являясь действенным средством обеспечения национальных интересов и формирования мирового общественного мнения.

Филантропические фонды и спонсорские организации – эффективные «проводники» американского влияния, деятельность которых отражает интересы как представителей политической и деловой элиты, так и национальных интересов государства, которые в этой плоскости часто взаимосвязываются и взаимодополняются. Они олицетворяют взаимосвязь политических, экономических и культурных аспектов внешней политики Соединенных Штатов Америки.

СМИ – основной инструмент трансляции американской культурной продукции, осуществления внешней культурной политики на официальном и неофициальном уровнях и, соответственно, обеспечения культурного влияния и доминирования Соединенных Штатов на большей части планеты. Средства массовой информации, в особенности вещательные, такие, например, как телевидение, являясь средствами распространения культурного влияния, сами в то же время представляют собой неотъемлемую часть американской культуры. Согласно вполне распространенному и оправданному убеждению, СМИ как четвертая власть манипулируют общественным сознанием, программируют модели поведения масс, о чем в свое время подробно писал Г. Шиллер¹⁶⁰ и продолжают писать его единомышленники. Другое дело, что в США этот процесс развивается не только внутри страны, но и имеет место далеко за ее пределами, что

¹⁶⁰ Шиллер Г. Манипуляторы сознанием. – М.: Мысль, 1980.

также составляет характерный элемент публичной дипломатии и внешней культурной политики Соединенных Штатов.

10. Процесс экспортирования американской культуры неразрывно связан с интересами крупного бизнеса, поскольку американская массовая культура за вторую половину XX в. превратилась в широко потребляемую в мире продукцию. Бизнес, заинтересованный в как можно большем объеме продаж этого продукта, стараясь, чтобы он в полной мере соответствовал рыночной конъюнктуре и спросу, стремясь в конечном счете к получению прибыли, не просто принимает участие, но играет ключевую роль в распространении американских культурных ценностей, «контролируя» процесс и степень их восприятия в мире. Это, в свою очередь, вполне отвечает целям и задачам внешней культурной политики американского правительства и подтверждает, что в процессе экспорта американской культуры интересы крупного бизнеса и государства часто совпадают и взаимодополняются. Более того, вспоминая о роли идеологии и цензуры в жизни американского общества, с уверенностью можно заявить, что американские власти и бизнес часто преследуют единую цель – распространение американской культуры, а значит влияния Соединенных Штатов и защиту их национальных интересов. Спрос на американскую культурную продукцию – результат внешней культурной экспансии США, изначально формируемый и программируемый, так как бизнес создает стабильный, успешно развивающийся рынок сбыта этого товара, обеспечивая тем самым устойчивость спроса, создавая комфортный климат для политико-экономического влияния.

11. Но в то же время американская культура как ресурс «мягкой силы» США отделена от государственных инструментов и может оказывать противоположное воздействие по отношению к целям американского правительства. Например, поп-культура часто преследовала цели, не соответствующие официальной политической доктрине США.

Одна из наиболее ярких иллюстраций в истории – период войны во Вьетнаме.

Действия государства на международной арене способны усилить либо ослабить «мягкую мощь» страны и, соответственно, культуры, как ее составляющей. Иракская война привела к резкому ухудшению отношения к США в глазах мировой общественности, и особенно в исламском мире. Однако если не рассматривать радикальные проявления, такая реакция направлена преимущественно на руководство государства, а не страну в целом. Общественность в большинстве стран продолжала потреблять продукцию американской массовой культуры – музыку, кино, телевидение и т.д., проводя разграничение между правительственной политикой США и американской культурой. Хотя недооценка важности «мягких» факторов и необдуманная политика в принципе может привести к тотальной неприязни всего американского даже в традиционно лояльных обществах, потребляющих американскую культуру.

12. Наиболее значимые средства реализации неофициального аспекта внешней культурной политики США: голливудский кинематограф, СМИ, прежде всего телевидение, музыка, шоу-бизнес, молодежные субкультуры, «питающие» массовую культуру, – являются одними из наиболее эффективных инструментов внешней культурной политики США в ее неофициальном проявлении. Зачастую незаслуженно игнорируемое воздействие на уровне массовой культуры гораздо более эффективно, нежели рычаги официального политического или экономического влияния: именно поп-культура создала привлекательный образ Америки в мире, обеспечив дополнительные возможности реализации как политико-экономических интересов государства, так и интересов американского бизнеса.

13. Голливудский кинематограф – один из самых важных и эффективно действующих инструментов неофициальной внешней культурной политики США. Это главный

культурный продукт, идеологическое орудие, один из символов современной Америки, средство формирования имиджа этого государства на мировой арене и один из главнейших элементов в системе обеспечения американского культурного присутствия в разных частях планеты. Голливуд оказывает серьезное влияние на формирование и реализацию внутренней и внешней культурной политики и жизнь американского общества в целом, это «самый могущественный промутер и экспортер визуальных символов»¹⁶¹ США. Голливудские фильмы занимают до 50% демонстрационного времени в странах мира¹⁶². Американское кино оказалось одним из наиболее эффективных орудий в арсенале Америки, при помощи которого в существенной степени американцы сумели одержать верх в «холодной войне», «подточив» Советский Союз изнутри на культурно-цивилизационном уровне. Нельзя недооценивать роль, сыгранную кино и иными явлениями поп-культуры США, в процессе эрозии социалистической системы в Восточной Европе.

Публицист Бен Уаттенберг отмечал: «Американская культура включает в себя блеск, секс, насилие, безвкусице и материализм, но это не вся история. Поп-культура также создает образ американских ценностей, которые открыты, мобильны, индивидуалистичны, направлены против истеблишмента, плюралистичны, волюнтаристски, популистски и свободны. Именно этот контекст влечет людей к кассам».¹⁶³ Америка продуцирует образы, посредством которых создает благоприятную культурную среду для реализации своих политических и экономических интересов на международной арене.

¹⁶¹ *Най Дж.С.* Гибкая власть. Как добиться успеха в мировой политике. – С. 81.

¹⁶² *Ширяев Б.А.* Дипломатия США. – С. 253.

¹⁶³ *Най Дж.С.* Гибкая власть. Как добиться успеха в мировой политике. – С. 80.

14. Внутренние социокультурные реалии Соединенных Штатов во многом определяют содержание культурных ценностей и культурной продукции США, а соответственно и «начинку» экспорта американской массовой культуры. Кроме того, наряду с декларируемыми демократическими ценностями и идеалами, наряду со свободой слова и мысли и заявлениями о приверженности культурной демократии и демократической культурной политике, очевиден факт наличия в США достаточно жесткой цензуры и идеологического контроля, что в полной мере проявляется в «заидеологизированности» голливудского кинематографа.

15. Помимо этого американская культурная продукция далеко не всегда высококачественна. Это должно побуждать государства-импортеры к проведению взвешенной политики здорового культурного протекционизма, адекватному ситуации формированию внутренней и внешней культурной стратегии, обеспечению информационной безопасности граждан (прежде всего детей) в киберпространстве и на теле-, видеоэкране, что предполагает ужесточение мер по фильтрации, блокировке, борьбе с распространением деструктивных материалов, наносящих ущерб психике.

16. Несмотря на то что американская культура и ее ценностный «заряд» носит противоречивый характер, а ее экспорт и распространение никогда не принималось безропотно, встречало и встречает весьма ожесточенный отпор, неизменно сложно оспорить факт ее планетарного влияния. Распространение культуры США, рассматриваемое здесь как часть их внешней культурной политики, остается более чем актуальным. Это явление нельзя позиционировать в качестве «поверхностного влияния» или паритетного культурного взаимодействия. Речь стоит вести именно об односторонней, массивной, подкрепленной на уровне соответствующих институтов общемировой культурной экспансии, что является составной частью многоуровневой глобализации.

Хотя, по мнению некоторых ученых, цитировавшихся в исследовании, на сегодняшний день как таковая истинно американская культура отсутствует, так как в связи с развитием высоких технологий и средств массовой коммуникации можно говорить об общемировой, универсальной наднациональной культуре. Однако, как представляется, эта универсальная культура построена на американских культурных ценностях, и в этом случае кажутся вполне оправданными опасения возможной утраты миром своего культурного разнообразия и возникновения единой планетарной унифицированной гомогенной культуры – «клона» американской культурно-цивилизационной модели.

Экспорт, распространение и популяризация национальной культуры стали весьма действенным инструментом дипломатии и обеспечения национальных интересов государства. И хотя информирование мировой общественности о культуре страны, ее трансляция за рубеж на сегодняшний день составляют неотъемлемую часть внешней культурной политики многих государств, включая Россию, Америка, в силу тотального характера ее культурного экспорта, объема восприятия американской культуры в мире и ее предполагаемой универсальности, являет особый случай и актуальную проблему для исследования.

17. Вместе с тем закономерным итогом исследования стали изложенные в последней главе мысли о возможных путях использования американского опыта в этой сфере с целью разработки и реализации собственной полноценной многоуровневой внешней культурной политики, обеспечения собственных потенциалов «мягкой силы», а также концептуальной проработки и подготовки стратегии национальной культурной безопасности с учетом многовековой мультикультурной общности народов, проживающих на территории России.

18. Изучая внешнюю культурную политику США и ее историю в различных проявлениях, можно заключить, что

публичная дипломатия, внешняя культурная политика и культурная дипломатия при эффективной реализации служат сильным вспомогательным идеологическим орудием, сопровождающим осуществление общей внешнеполитической стратегии государства и позволяющим ему не только продвигать свои национальные интересы на международной арене, но и оказывать влияние на политические, экономические и социальные процессы в мире.

Именно поэтому культурное влияние относят к наиболее эффективным – «мягким» инструментам внешнеполитического воздействия. История нашего времени красноречиво демонстрирует значимость этого фактора в мировой политике.

В свете вышеизложенного представляется более чем обоснованной предлагаемая Дж.С. Наем классификация компонентов американского могущества: «жесткая сила» («hard power»), «мягкая сила» («soft power») и «умная сила» («smart power»). Несмотря на значимость военного потенциала и наличие реальных механизмов экономического влияния, представляется объективно невозможным достижение долгосрочных политических и экономических результатов без формирования благоприятного культурного климата по отношению к своей стране, создания привлекательного международного имиджа.

Таким образом, наряду с политикой и экономикой культура сегодня входит в классическую триаду факторов, определяющих механизм внешнеполитической деятельности Соединенных Штатов, в значительной степени формируя арсенал их «мягкой силы».

На фоне глобального экономического кризиса, взаимозависимости национальных экономик, перманентной и прогрессирующей зависимости американской экономики от внешних заимствований, формирующихся новых мировых центров силы и соответственно постепенного становления нового мироустройства со всеми вызовами и угрозами воз-

Филимонов Георгий. «Мягкая сила» культурной дипломатии США

никают еще более интересные и справедливые вопросы относительно перспектив глобального военно-политического, финансово-экономического, информационного и масскультурного доминирования США в XXI столетии. А самое главное – в каких пропорциях и каким образом будет (если пригодится) задействована американская «мягкая сила» в новом многополярном мире.

БИБЛИОГРАФИЯ

1. Американская цивилизация как исторический феномен: Восприятие США в американской, западноевропейской и русской общественной мысли. РАН. Институт всеобщей истории / Отв. ред. Н.Н. Болховитинов. – М.: Наука, 2001. – 495 с.
2. *Алякринский О.А.* Американская мечта в российском массовом сознании // США – экономика, политика, идеология. – 1996. – № 4. – С. 105–114.
3. *Баталов Э.Я.* Новая эпоха – новый мир // Свободная мысль. – 2001. – № 1. – С. 4–13.
4. *Баталов Э.Я.* Русская идея и Американская мечта. – М.: Институт США и Канады РАН, 2001. – 68 с.
5. *Баталов Э.Я.* Любим ли мы Америку? // США*Канада: экономика, политика, культура. – 2002. – № 2. – С. 18–33.
6. *Баталов Э.Я.* Страсти по империи // Свободная мысль. – 2004. – № 1. – С. 3–15.
7. *Берзин Л.Б.* Филантропические фонды и спонсорские организации США. – М.: ИСК РАН, 1997. – 53 с.
8. *Бжезинский З.* Великая шахматная доска. – М.: Международные отношения, 2000. – 256 с.
9. *Борисов А.А.* Американский мультикультурализм: опыт определения // Актуальные проблемы философии, социологии и политологии, экономики и психологии. Вып. 3. – Пермь, 2000. – С. 18–20.
10. *Борисов А.А.* Идеология американского мультикультурализма: столкновение этносоциальных теорий // Americana. – Вологоград. – Вып. 4. – С. 154–169.
11. *Бьюкенен П. Дж.* Смерть Запада – М.: АСТ, 2004. – 444 с.

12. *Вейсман С.* Карен Хьюз назначена ответственной за улучшение имиджа Америки за границей // *The New York Times*, 23 августа 2005 г. (www.inosmi.ru).

13. Взаимодействие культур СССР и США XVIII–XX вв. / Под ред. О.Э. Тугановой. – М.: Наука, 1987. – 349 с.

14. *Гоцин Чж.* Особенно важно снискать доверие народа // Жэньминь Жибао, 16 октября 2006 г. (<http://gtmarket.ru/laboratory/expertize/ambrosy/2006/527>).

15. *Грехова Т.В.* США в региональной внешней культурной политике России (1991–2005 гг.): Дис. ... к.и.н.: 07.00.03. – Владивосток, 2005. – 229 с.; 2006 – 229 с. (из архивов Российской государственной библиотеки).

16. *Давыдов Ю.П.* «Жесткая» и «мягкая» сила в международных отношениях // *США*Канада: экономика, политика, культура*. – 2007. – № 1 – С. 3–25.

17. *Дугин А.Г.* Основы геополитики. – М.: АРКТОГЕЯ-центр, 1999. – 925 с.

18. *Иванян Э.А.* У истоков российско-американских культурных связей // *США*Канада: экономика, политика, культура*. – 2007. – № 2 – С. 57–75.

19. *Карасев В., Бедрик Р.* Четвертая боевая среда // Архив Центра экстремальной журналистики, 25.07.2003 (http://www.cjes.ru/lenta/view_news.php?id=12758&year=2003).

20. *Коленко В.А.* От Шатобриана до Маритена: традиции и инновации восприятия Америки во Франции // *Американская цивилизация как исторический феномен*. – М., 2001. – С. 376–429.

21. *Кременюк В.А.* Америка – европейская держава. А Россия? // *США – экономика, политика, идеология*. – 1995. – № 8. – С. 55–58.

22. *Кременюк В.А.* США и окружающий мир: уравнение со многими неизвестными // *США*Канада: экономика, политика, культура*. – 1999. – № 1. – С. 5–19.

23. *Культура и власть: Сборник научных статей / Отв. ред. Б. Губман*. – Тверь, 1999. – 135 с.

24. *Левикова С.И.* Молодежная субкультура. – М.: Гранд-Фаир, 2004. – 608 с.
25. *Луков В.В.* Интернет как инструмент политических технологий в США // США*Канада: экономика, политика, культура. – 2005. – № 5. – С. 91–108.
26. *Маножулина О.А.* Развитие современной публичной дипломатии США // Современные США: тенденции внутренней и внешней политики. – СПб., 2004. – Вып. 6. – С. 26–34.
27. *Мединский В.Р.* О русском рабстве, грязи и «тюрьме народов». – 2-е изд. – М.: ОЛМА Медиа Групп, 2008. – 544 с.
28. *Михайлова Л.Г.* «Век Америки» на конференции российских американистов // США*Канада: экономика, политика, культура. – 2000. – № 6. – С. 108–111.
29. *Мулярчик А.Л.* О культурно-идеологических аспектах российско-американских отношений // США – экономика, политика, идеология. 1995. – № 9. – С. 90–95.
30. *Най Дж. С.* Гибкая власть. Как добиться успеха в мировой политике. – Новосибирск–Москва: Фонд социопрогностических исследований «Тренды», 2006. – 224 с.
31. *Нэбитт Д., Эбурдин П.* Что нас ждет в 90-е годы. Мегатенденции: Год 2000. – М.: Республика, 1992. – 415 с.
32. *Осипенко О.В.* Массовая культура США и ее влияние на страны Западной Европы в последней трети XX столетия // Проблемы повседневности в истории: образ жизни, сознание и методология изучения – Ставрополь, 2001. – С. 15–24.
33. *Рогов С.М.* Советский Союз и США: поиск баланса интересов. – М.: Международные отношения, 1989. – 343 с.
34. *Рогов С.М.* Три года проб и ошибок российской дипломатии. – М.: Институт США и Канады РАН, 1996. – 30 с.
35. *Рогов С.М.* Евразийская стратегия для России. – М.: Институт США и Канады РАН, 1998. – 60 с.

36. *Рогов С.М.* 11 сентября 2001 г.: реакция США и последствия для российско-американских отношений. – М.: Институт США и Канады РАН, 2001. – 89 с.

37. *Свидерский Д.* «Мягкая сила» – новая угроза безопасности России // Наука. Политика. Предпринимательство. – 1999. – № 1–2. – С. 113–119.

38. *Сеидов В.Г.* Публичная дипломатия (www.polpred.ru).

39. *Смольская Е.П.* «Массовая культура»: Развлечение или политика? – М.: Мысль, 1986. – 144 с.

40. *Согрин В.В.* Политическая история США XVII–XX вв. – М.: Весь мир, 2001. – 375 с.

41. Теория международных отношений. Хрестоматия / Под ред. П.А. Цыганкова. – М.: Гардарики, 2002. – 400 с.

42. *Глостанова М.В.* Движение идей мультикультурализма в США конца XX века // США*Канада: экономика, политика, культура. – 2000. – № 10. – С. 98–107.

43. *Уткин А.И.* Американская стратегия для XXI века. – М.: Логос, 2000. – 271 с.

44. *Уткин А.И.* Мировой порядок XXI века. – М.: Алгоритм, 2001. – 477 с.

45. *Уткин А.И.* Американская империя. – М.: Эксмо, 2003. – 736 с.

46. *Филимонов Г.Ю.* Адаптация различных боевых искусств планеты в США как форма межцивилизационного диалога // Взаимодействие мировых цивилизаций: история и современность: Материалы конференции аспирантов кафедры всеобщей истории РУДН. – М., 2001. – С. 145–161.

47. *Филимонов Г.Ю.* Молодежные субкультуры как инструмент «неофициальной» внешней культурной политики США // Федерация. – 2006. – № 17. – С. 50–58.

48. *Филимонов Г.Ю.* Неофициальная внешняя культурная политика как компонент «мягкой силы» США //

США*Канада: экономика, политика, культура. – 2007. – № 4. – С. 69–82.

49. *Фурман Ф.* Филантропия. Американский вариант // Русский базар. – 2002. – № 36 (332). – 29 августа – 4 сентября (<http://www.russian-bazaar.com>).

50. *Халилов В.М.* Кино и современное общество США // США*Канада: экономика, политика, культура. – 2001. – № 4. – С. 102–112.

51. *Халилов В.М.* Голливуд и проблема насилия // США*Канада: экономика, политика, культура. – 2002. – № 8. – С. 103–111.

52. *Хантингтон С.* Столкновение цивилизаций. – М.: АСТ, 2003. – 603 с.

53. *Хантингтон С.* Кто мы? – М.: АСТ, 2004. – 635 с.

54. *Холландер П.* Антиамериканизм рациональный и иррациональный – СПб.: Лань, 2000. – 864 с.

55. *Цветкова Н.А.* Cultural imperialism: международная образовательная политика США в годы «холодной войны». – СПб.: Изд-во С.-Петербургского университета, 2007. – С. 41–49.

56. *Цыганков П.А.* Международные отношения. – М.: Новая школа, 1996. – 320 с.

57. *Шаклеина Т.А.* Внешняя политика США: консенсус между правительством и общественностью? // США*Канада: экономика, политика, культура. – 2000. – № 11. – С. 54–68.

58. *Шаклеина Т.А.* Россия и США в новом мировом порядке. – М.: Институт США и Канады РАН, 2002. – 445 с.

59. *Шиллер Г.* Манипуляторы сознанием – М.: Мысль, 1980. – 326 с.

60. *Ширяев Б.А.* Дипломатия США. – СПб.: Изд-во С.-Петербургского университета, 2007. – 442 с.

61. *Шмагин Е.А.* Культура и дипломатия // Международная жизнь. – 2002. – № 3. – С. 61–74.

62. Шолудько А.Н., Архангельский А.В. США: экономика, наука и культура во внешней политике. – М.: Уникум-Центр, 2000. – 56 с.

63. Эстулин Д. Секреты Бильдербергского клуба. – М.: Попурри, 2009. – 304 с.

Литература и периодика на иностранных языках

64. Adams D., Goldbard A. Basic concepts: modes and means of cultural policy-making (www.wgcd.org).

65. Adams D., Goldbard A. Cultural Policy in U.S. History (www.wgcd.org).

66. Administrer la culture? // La revue française de l'administration publique. – P., 1993. – № 65. – P. 5–127.

67. Bailey B. Prescribing the pill: Politics, culture and the sexual revolution in America's heartland // Journal of social history. – Vol. 30. – № 4. – Pittsburgh, 1997. – P. 827–856.

68. Basu D., Werbner P. Bootstrap capitalism and the culture industries: A critique of invidious comparisons in the study of ethnic entrepreneurship // Ethnic and racial studies. – Vol. 24. – № 2. – L., 2001. – P. 236–262.

69. Bell D. The Cultural Contradictions of Capitalism. – New York, 1976. – P. 432.

70. Bertrand C.-J. L'imperialisme culturel américain un mythe? // Esprit., a. 5. – P., 1985. – P. 63–76.

71. Brzezinski Z. The Grand Chessboard. American Primacy and Its Geostrategic Imperatives. – N.Y.: The Basic Books, 1998. – P. 305.

72. Bullock A., Stallybrass O. The Harper Dictionary of Modern Thought. – New York, 1977. – p. 200.

73. Cannon L. President Reagan. The Role of a Lifetime. – N.Y.: PublicAffairs, 2000. – 883 p.

74. Claeys G. Culture de masse et culture universelle: Americanisation et protectionnisme culturel // Diogene. – № 136. – P. 1986. – P. 62–76.

75. *Cummings Milton C. Jr.* Cultural Diplomacy and the United States Government: A Survey (Washington DC: Center for Arts and Culture, 2003) (www.culturalpolicy.org).
76. *Feigenbaum H.B.* Globalization and Cultural Diplomacy, Washington DC: Center for Arts and Culture (www.culturalpolicy.org).
77. *Fiorina M.P., Abrams S.J., Pope J.C.* «Culture War? The Myth of a Polarized America (Great Questions in Politics Series): Longman, 2004. – 483 p.
78. *Fisher D.* The role of philanthropic foundations in the reproduction and production of hegemony: Rockefeller foundations and the social sciences // *Sociology*. – L., 1983. – Vol. 17. – № 2. – P. 206–233.
79. *Gerring J.* Culture versus economics: An American dilemma // *Social science history*. – Vol. 23. – № 2. – Durham (N.C), 1999. – P. 129–172.
80. *Gienow-Hecht J.* Shame on US? Academics, Cultural Transfer, and the Cold War – A Critical Review // *Diplomatic History*. – Vol. 24. – № 3 (Summer 2000).
81. *Gienow-Hecht J.* A European considers the influence of American culture (www.usinfo.state.gov/journals/itgic/0206/ijge/gienowhecht).
82. *Gopakumar G.* Popular culture as a rational factor in the American political process // *Political science review*. – Vol. 28. – № 3. – Jaipur, 1989. – P. 143–154.
83. High theory/low culture: Analysing popular television and film, McCabe C. (editor). – Manchester: University press, 1986. – 171 p.
84. *Hollander P.* Anti-Americanism: Critiques at Home and Abroad, 1965–1990. – New York, 1992.
85. *Iriye A.* Culture // *Journal of American History*. – June 1990.
86. *Kroes R.* Americanization and Cultural Imperialism: American mass culture and the European sense of history, Ceremonies and Spectacles, Performing American Culture, edited by Alves T. etc. – VU University press: Amsterdam, 2000. – 203 p.

87. *Kuklick B.* The Future of Cultural Imperialism // Diplomatic History. – Vol. 24. – № 3 (Summer 2000).
88. *Kuisel R.* Americanization for Historians // Diplomatic History. – Vol. 24. – № 3 (Summer 2000).
89. *Levine L.W.* Highbrow-lowbrow: The emergence of cultural hierarchy in America. – London: Harvard university press, 1988. – 306 p.
90. *Maleuvre D.* Tocqueville and the challenge of American philosophy // Philosophy today. – Vol. 44 – № 4. – Chicago, 2000. – P. 380–387.
91. *Mattson K.* Did punk matter?: Analysing the practices of a youth subculture during the 1980s // American studies. – Vol. 42. – № 1. – Lawrence, 2001. – P. 69–97.
92. *May L.* Screening out the past: The birth of mass culture and the motion picture industry. – New York – Oxford: Oxford University Press, 1980. – 304 p.
93. Mass culture and everyday life / edited by P. Gibian. – L.: Routledge, 1997. – 304 p.
94. *Ninkovich F.* The Diplomacy of Ideas: US Foreign Policy and Cultural Relations, 1938–1950. – Cambridge: CUP, 1981.
95. *Ninkovich F.A., Hoepli-Phalon,* U.S. Information Policy and Cultural Diplomacy. – N.Y.: Foreign Policy Association, 1996.
96. *Nolan M.* Visions of Modernity: American Business and the Modernization of Germany. – New York, 1994.
97. *Nye S.J.* Bound to Lead: The Changing Nature of American Power. – New York, 1990.
98. *Nye S.J.* Soft Power. The Means to Success in World Politics. – New York: Public Affairs, 2004. – 192 p.
99. *Parenti M.* Reflections on the politics of culture // Monthly review: An independent social magazine. – N.Y., 1999. – № 50. – Vol. 9. – P. 11–18.

100. *Pells R.* Not Like Us: How Europeans Have Loved, Hated, and Transformed American Culture since World War II. – N.Y.: L., 1997.
101. *Pells R.* Who's afraid of Steven Spielberg? // *Diplomatic History*, Vol. 24 – № 3 (Summer 2000).
102. *Pells R.* «Is American culture “American”?» www.usinfo.state.gov/journals/itgic/0206/ijge/pells.
103. *Ratnesar R.* «Sticking to His Guns» // *The Time Magazine*. – 07.04.2003. – Vol. 161. – № 14. – P. 37–40.
104. *Rice C.* Promoting National Interest // *Foreign Affairs*. – Vol. 79. – № 1 (January/February 2000). – P. 45–62.
105. *Rydell R.* The Americanization of the World and the Spectacle of the American Exhibits at the 1900 Paris Universal Exposition, Ceremonies and Spectacles Performing American Culture, edited by Alves T. etc. – VU University Press: Amsterdam, 2000. – 327 p.
106. Sablosky Juliet Antunes // Recent trends in Department of State support for cultural diplomacy: 1993–2002 (www.culturalpolicy.org).
107. *Sanchez R.* Hollywood's White House War Council // *The Washington Post*. – Monday, November 12, 2001. – P. 5.
108. *Street J.* Youth culture and the emergence of popular musical // *Britain since 1945*, L. – Basingstoke, 1991. – P. 305–323.
109. *Szanto A.* Popular culture and media studies // *Journal of communication*. – Vol. 48. – № 1. – N.Y., 1998. – P. 122–126.
110. *Szanto A.* «A new mandate for philanthropy? U.S. foundation support for international arts exchanges» (www.culturalpolicy.org).
111. *Thomas E., Barry J.* A Plan Under Attack // «*Newsweek*». – 07.04.2003. – P. 5–9.

Источники

112. Доктрина информационной безопасности Российской Федерации // Российская газета. – 2000. – № 187. – С. 5.

113. О Российском центре международного научного и культурного сотрудничества при Министерстве иностранных дел Российской Федерации: Указ Президента Российской Федерации от 5 февраля 2002 г. № 146 // Собрание Законодательства РФ. – 2002. – № 6. – 265 с.

114. Об основных направлениях культурного сотрудничества Российской Федерации с зарубежными странами: Постановление Правительства Российской Федерации от 12 января 1995 г. № 22 // Собрание Законодательства РФ. – 1995. – № 4. – 293 с.

115. Об участии в международном информационном обмене: Федеральный закон Российской Федерации от 5 июня 1996 г. № 85-ФЗ (с изменениями от 29 июня 2004 г. № 58-ФЗ) // Собрание Законодательства РФ. – 1996. – № 28. – 3347 с.

116. О внесении изменений и дополнений в Федеральный закон Российской Федерации «Основы законодательства Российской Федерации о культуре» от 23 июня 1999 г. № 115-ФЗ (ред. от 22 августа 2004 г. № 122-ФЗ) // Собрание Законодательства РФ. – 1999. – № 26. – 3172 с.

117. О Министерстве культуры и массовых коммуникаций Российской Федерации: Постановление Правительства Российской Федерации от 17 июня 2004 г. № 289 (с изменениями от 26 января 2005 г. № 40) // Собрание Законодательства РФ. – 2004. – № 25. – 2571 с.

118. О реорганизации центрального аппарата Министерства культуры Российской Федерации: Приказ Министерства культуры Российской Федерации от 2 апреля 2003 г. // www.mkmk.ru/info/bazovdocs/

119. О Российском центре международного научного и культурного сотрудничества при Министерстве иностранных дел Российской Федерации: Указ Президента Российской Федерации от 5 февраля 2002 г. № 146 // Собрание Законодательства РФ. – 2002. – № 6. – 565 с.

120. Основные направления работы МИД России по развитию культурных связей России с зарубежными странами: Приказ МИД России от 23 февраля 2001 г. // <http://www.mid.ru/>

121. О Совете при Президенте Российской Федерации по культуре и искусству: Указ Президента Российской Федерации от 30 августа 2004 г. № 1132 (ред. от 29 ноября 2004 г. № 1479) // Собрание Законодательства РФ. – 2004. – № 36. – 3656 с.

122. Об участии в международном информационном обмене: Федеральный закон Российской Федерации от 5 июня 1996 г. № 85-ФЗ (с изменениями от 29 июня 2004 г. № 58-ФЗ) // Собрание Законодательства РФ. – 1996. – № 28. – 3347 с.

123. Cultural Diplomacy. The Linchpin of Public Diplomacy, Report of Advisory Committee on Cultural Diplomacy. – U.S. Department of State. – September 2005. – 28 p. (www.culturalpolicy.org).

Электронные ресурсы

www.arts.endow.gov
<http://californication.narod.ru/press/chad/01.html>
www.catalog.loc.org
http://www.cjes.ru/lenta/view_news.php?id=12758&year=2003
www.culturaldiplomacy.org
www.culturalpolicy.org
www.fulbright.ru
www.house.gov
www.inosmi.ru

<http://iraq.newsru.ru/article/27.html>
www.kennedy-center.org
www.kremlin.ru
http://www.kontinent.org/article_rus_45429d7e5d985.html
www.mid.ru/
<http://mikhalkovinfo.narod.ru/inttext/12p.html>
<http://www.monthlyreview.org/299pare.htm>
<http://www.msnbc.msn.com/id/3068601>
<http://news.bbc.co.uk/2/hi/americas/879681.stm>
www.polpred.ru
www.rpo.russian.usia.co.at
www.russian-bazaar.com
www.state.gov
www.thomas.loc.gov
[http://www.time.com/time/magazine/0,9263,7601030407,
00.html](http://www.time.com/time/magazine/0,9263,7601030407,00.html)
www.usia.gov
<http://www.washprofile.org/ru/node/5516>
www.wxcd.org

SUMMARY

The influence of “soft power” instruments on the international relations system is remarkably increased in today’s world politics. Formulated by American political scientist Joseph S. Nye postulate about the importance and effectiveness of “soft power” in a state’s foreign policy becomes more urgent.

The present book focuses on the cultural aspect of U.S. “soft power” and basically on one of its key components – foreign cultural policy.

The study is based on two areas of research: analysis of methods and means of the official American foreign cultural policy implementation and the so-called unofficial. The official foreign cultural policy implies essentially the state mechanism of its regulation and the unofficial (informal) policy is considered by the author primarily as a process of multi-level mass culture distribution.

The reader of this book can get to know the history of U.S. domestic and foreign cultural policy, the analysis of underlying trends in the study of American foreign cultural policy by American and European research communities. Moreover the monograph identifies the basic principles, direction and purposes of U.S. foreign cultural policy as a tool of American diplomacy and a constituent part of America’s “soft power”.

In addition, the book raises the question of the United States’ cultural diplomacy influence degree on their interaction with other countries and international relations in general. Thereupon this monograph includes the analysis of U.S. government approaches to the foreign cultural policy making and its use as a tool of “soft power” in different historical periods.

To understand the place and role of “soft power” in U.S. foreign policy arsenal and American global strategy agenda for the early twenty-first century the author studies the institutions of

public diplomacy, foreign cultural policy, cultural diplomacy realization and considers correlation of goals and interests of business community and government in the process of American mass culture dissemination.

Basing on the findings of the study, the author raises the issue of the need to elaborate Russian national cultural security strategy, offering his vision of its conceptual framework in order to ensure conditions for domestic “soft power” formation and development.

Научное издание

Георгий Филимонов

**«МЯГКАЯ СИЛА»
КУЛЬТУРНОЙ ДИПЛОМАТИИ США**

Монография

Редактор *Т.В. Анисимова*
Технический редактор *Л.А. Горовенко*
Компьютерная верстка *Н.А. Ясько*
Дизайн обложки *А.А. Арианова*

Подписано в печать 02.08.2010 г. Формат 60×90/16.
Печать офсетная. Бумага офсетная. Гарнитура Таймс.
Усл. печ. л. 13,5. Тираж 500 экз. Заказ 664.

Российский университет дружбы народов
115419, ГСП-1, г. Москва, ул. Орджоникидзе, д. 3

Типография РУДН
115419, ГСП-1, г. Москва, ул. Орджоникидзе, д. 3, тел. 952-04-41

Для заметок

Для заметок
