**Тема: Проблема экспансии в Россию западной системы ценностей и формирование «массовой культуры».**

*Доступ:* *Чураков, Д. О. История России XX — начала XXI века в 2 т. Том 2. 1941—2016: учебник для вузов. ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/450415.§14.,4.1.*

Лекция к практической работе: **Проблема экспансии в Россию западной системы ценностей и формирование «массовой культуры».**

**План:**

1. Экспансия культуры.

2. Формирование «массовой культуры».

**Экспансия культуры.**

Культурная экспансия как специфическая форма межкультурной коммуникации представляет собой расширение сферы влияния доминирующей (национальной) культуры за первоначальные пределы или государственные границы. По своей сути это процесс преимущественно однонаправленной межкультурной коммуникации. Культурная экспансия извне обычно осуществляются вместе и одновременно с экспансией политической и экономической.

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

          В 1990-е гг. культурная экспансия Запада коснулась России. Ее результатом становится не только изменение традиционно русской экономической модели потребления, но и перестройка системы ценностных ориентаций, создание массовой культуры, ведущей к идеализации чужого образа жизни, идеологии, мировоззрения, искусства, порождающей чувство неполноценности в отношении к собственной культуре. Для российской стороны экспансия американской культуры создает угрозу русской национальной идентичности, приводит к формированию потребительских ориентаций, изменению ценностей и менталитета.  Характерными чертами современной культурной экспансии являются: перенесение образа жизни и ценностей; внедрение и распространение западной культуры как универсальной, исключающей другие виды культур; стремление достичь культурного внедрения политических и иных целей; односторонний поток информации от «центра» к «периферии»; формирование в зависимых странах прозападной культурой элиты, которая должна служить опорой соответствующего влияния. С российской стороны наблюдается идеализация американского образа жизни и повышенный интерес к американской культуре, а знание английского языка считается в высшей степени престижным.

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

**Формирование «массовой культуры».**

«Массовая культура»- это не культура в строгом, собственном смысле слова, а та форма, которую принимает культурное развитие в условиях индустриальной цивилизации, в условиях массового индустриального общества. Примечательными особенностями массовой культуры являются ее **общедоступность, серийность, машинная воспроизводимость**. Для истории массовой культуры в России большое значение имел период 40-х -50-х г.г. XIX века. Массового общества как такового в России еще не было, но мнение о нем уже активно формировалось как результат наблюдений за соответствующими процессами в Европе, и это мнение было не в его пользу. Следующим очень важным историческим периодом стало собственно **зарождение массового общества** ( 80-е -90-е г.г. XIX века). Он тесно связан с пореформенным промышленным подъемом в России, строительством заводов и железных дорог, формированием единого всероссийского рынка, ростом национального и иностранного капитала. Решающим фактором в этот период явилось возникновение массового фабричного производства и массового потребителя. Создавались целые отрасли производства, обслуживающие новые (массовые) общественные потребности, например, «кузнецовский» фарфор, мебельные и бумагодельные фабрики, масерские по производству готового платья, винодельческие предприятия. Кстати, качественный уровень этих изделий в то время был действительно высок, ничуть не уступая европейскому, что и было засвидетельствовано организаторами многих международных промышленных выставок и ярмарок ( включая, Нижегородскую).

Распространяются образцы бульварной литературы- детектив, приключенческая повесть, любовный роман- поначалу переводные, а затем и собственной, российской выделки.

Заметным явлением в истории российской дореволюционной культуры были массовые городские гуляния. К концу XIX- началу XX века имеется много описаний и графических материалов, запечатлевших пеструю картину ярмарочно- праздничной, карусельной, балаганной, театральной, сусально- вульгарной, бесшабашно веселой жизни горожан этого периода. Любимыми местами народных развлечений становились городская площадь, цирк, кинематограф.

Культура объективно и неизбежно «омассовляется» и понижается с появлением индустриального общества современного типа. После Октябрьской революции, особенно в 20-е- 30-е годы, процессы «омассовления» в обществе развернулись на качественно и количественно новой основе. В отличие от западной массовой культуры, опиравшейся, в первую очередь, на «средний класс» и выражавшей его потребности, в советской России **массовая культура основывалась и социально ориентировалась на потребности «низшего класса».**

важным обстоятельством, ускорившим процесс формирования массового общества, стала начавшаяся в конце 20-х годов «индустриализация» страны. В ее ходе были задействованы новые технические факторы: конвейерное производство, промышленное домостроение, автомобили, радио, авиация и пр. В эти годы в советской России зарождается то, что можно было бы рассматривать как предтечу современного PR, т.е. социальной технологии управления массами. На историческую сцену выходит множество людей, которые, не будучи ни артистами, ни писателями, ни художниками, повсюду вмешивались и всеми порывались командовать. Массовик- затейник ( по большей части местный профсоюзный активист) брал под контроль не только праздники, но и всю повседневную жизнь. Издавались сотни журналов с названиями типа «Массовик», «Массовый организатор», «Массовая культурно- просветительская работа». В советском обществе шел активный **процесс зарождение и «приручения» массы.**
В 1960 г. в СССР сравнялась численность городского и сельского населения. Развивалось массовое телевещание, сначала черно- белое, а потом и цветное. В семьях рабочих и служащих появились такие предметы бытовой техники, как холодильники, стиральные машины, магнитофоны, а в некоторых наиболее обеспеченных семьях- личный автотранспорт. Все это сделало населении наиболее автономным от коммунально- коллективистской сферы, а с другой стороны – более зависимыми от рынка товаров массового потребления. Возникли и новые формы культурного проведения досуга: туризм, любительская фотография, молодежные и артистические кафе, клубы по интересам.
Имея в виду самые новейшие тенденции в массовой культуре , как у нас в России, так и на Западе следует отметить следующие особенности.

**-Широкая экспансия визуальных форм и жанров**, которые повсеместно теснят «книжную культуру». Телевизор и компьютер не только снижают интерес к чтению, но и создают новый режим восприятия, граничащий с пределом сенсорных возможностей человека.

- **Эффект «срастания общественного сознания со средствами массовой коммуникации»**. Если еще 10- 20 лет назад можно было говорить о возможности общественного контроля за СМК. На сегодняшний день СМК, «потакают» низменным человеческим инстинктам ( секс, деньги, культ грубой силы) или массовая аудитория , формирует «социальный заказ» на подобные произведения.

- **Кризис социально- культурной идентичности**. Глобальная СМК выступает мощным фактором нивелировки культурных различий. В «виртуальных сообществах», из которых состоит Интернет, идентичность зачастую сводится к эфемерным условным знакам, вроде прозвища ( « nick- name») или пиктограммы из стандартного набора.

- **Отсутствие внятного, общедоступного символического кода.** Символический язык нынешней российской культуры брутален. В нем соседствуют элементы, которые можно назвать национально российскими, и элементы заимствованные, иноязычные, инокультурные, а также элементы восточного (« византийского») стиля и даже криминальный фольклор!

**Функции массовой культуры.**

Как любая целенаправленная деятельность, да еще и деятельность такого всеобъемлющего характера, массовая культура имеет свои цели и задачи, выполняет какие-то функции, социальные, политические…

- Определение культурных условий, при которых удовлетворяются потребности и побуждения человека;

- Поддержание устойчивого общественного порядка;

- Разукрашивание повседневности с помощью рекламы «мелочей быта», вытеснение из сознания объективного восприятия жизни;

- Предоставление элите самых современных информационных технологий, которые помогают превратить публику в объект манипулирования;

- Установка на форсированный пересмотр всех прежних культурных представлений и ценностей, самого традиционного образа жизни, характеризующего бытие народа из поколения в поколение.

**Задания к практической работе на тему «Проблема экспансии в Россию западной системы ценностей и формирование «массовой культуры».**

|  |
| --- |
| **Практическая работа №15.****I Вариант.****«**Основные направления культурной экспансии в России**».** |
| **Практическая работа №15.****II Вариант.**«Зарождение массовой культуры в России». |
| **Практическая работа №15.****III Вариант.**«Функции массовой культуры». |

**Срок исполнения:** 18.11.2020.

**Выполненные задания отправлять по адресу:** https://vk.com/club193265564.