

Е. П. Борзова<sup>1</sup>

## УПРАВЛЕНИЕ МИРОМ: РЕАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА, МИРОВАЯ КУЛЬТУРА И СМИ

Фактор культуры в мировой политике приобретает новое звучание. Seriously возрастает его влияние на общемировые социально-экономические процессы и межгосударственные отношения. В связи с этим государства начинают уделять больше внимания своей политике в сфере культуры и все чаще используют термин «внешняя культурная политика».

Внешняя культурная политика при успешной реализации способна стать эффективным средством сопровождения общей внешнеполитической стратегии государства, позволяя отстаивать и продвигать свои национальные интересы на мировой арене, оказывая непосредственное влияние на различные политические, экономические, социальные процессы в мире.

Ведущую роль во внешней культурной политике играют СМИ, а глобализация — это высшая степень интернационализации СМИ, подразумевающая не только выход национальных границ, но и расширение диапазона их действия до глобального. Информационная глобализация тесно связана с экономической, поскольку на информационных рынках наиболее развитых стран мира преобладают коммерческие СМИ. Наиболее влиятельные инфор-

мационные производители Запада обязаны своими успехами обстоятельствам, которые позволили им рано вступить в информационный бизнес и занять в нем господствующее положение.

Появление спутниковых технологий вещания, которые позволяют избежать посредничества национальных наземных ретранслирующих станций, обеспечило прямой доступ СМИ развитых стран к зарубежной аудитории. Таким образом, существующая на мировом информационном рынке ситуация, создаваемая крупными информационными производителями Запада, дает им большие преимущества и блокирует информационное развитие более слабых наций. Это стало очевидным еще в 1980-х гг., а за последние десятилетия ситуация только усугубилась. Существует небезосновательная точка зрения, что интернационализация информационных и коммуникационных процессов не стихийна, а вдохновляется и управляется «элитной группой стран», которая осуществляет свою власть в основном двумя путями — технологическим и финансовым.

Очевидный актуальный пример для исследования культуры как «мягкого» инструмента внешнеполитического воздействия — внешняя культурная политика США. Ее плоды и влияние прослеживаются на большей части планеты, можно даже говорить о ее общемировой экспансии.

Главными средствами формирования имиджа США на мировой арене являются такие виды

<sup>1</sup> Декан факультета истории мировой культуры Санкт-Петербургского государственного университета культуры и искусств, заведующая кафедрой межкультурных коммуникаций, доктор философских наук, профессор.

медиа, как кино и телевидение. Кроме того, в США используются все СМИ как проводники официальной и неофициальной внешней политики в сфере культуры. При этом, говоря о влиянии неофициальной культурной политики США в контексте экспорта поп-культуры, нельзя не отметить глобальность ее воздействия на уровне субкультур.

Основным инструментом неофициальной внешней культурной политики США, идеологическим орудием, неким символом современной Америки и средством формирования имиджа этого государства на мировой арене является голливудский кинематограф. Его средствами американцы сумели создать привлекательный имидж своей страны для населения планеты. Вторым наиболее эффектив-

ным средством трансляции американских культурных ценностей является телевидение, оно неотъемлемая часть американской и — в более широком смысле — глобальной культуры. Само понятие «глобальная культура» является спорным в академических кругах, но если говорить о глобальной культуре как общечеловеческой или касающейся всего мира, то она развивается в сторону американской культурно-цивилизационной модели с доминирующим компонентом массовой культуры США. Корни ее ведут к тому, что ассимилированные на американской почве историко-культурные традиции и культурные явления разных народов, претерпевая изменения, трансформируются, синтезируются и предстают в качестве американской культурной продукции.