



ВЛИЯНИЕ АМЕРИКАНСКОЙ КУЛЬТУРЫ НА РОССИЙСКОЕ ОБЩЕСТВО

Сыроежкина Анастасия Александровна

студент, Старооскольский филиал НИУ «БелГУ»
РФ, г. Старый Оскол

Самарин Александр Викторович

канд. филол. наук, доц., Старооскольский филиал НИУ «БелГУ»
РФ, г. Старый Оскол

Всё более очевидным становится воздействие США на большинство стран мира. С приходом XXI века, в частности «мягкая сила» – идейно-культурное влияние США оказывает всё большее воздействие на мир с каждым годом. Ссылаясь на слова Дж. Найя, становится очевидно, что это воздействие представляет собой непрямой способ применения ресурсов [3;13]. Страна способна прийти к значительным результатам в мировой политике благодаря тому, что другие страны имеют тенденцию к подражанию, принятию других ценностей, стремлению достичь подобного уровня. Данная тенденция присуща и России. По мнению В.В. Путина, Россия на сегодняшний день сталкивается с воздействием самых разнообразных механизмов давления, и мягкая сила входит в их число.

Американизация, как процесс, всё больше прослеживается на территории России. Данный термин возник, благодаря историческим особенностям США во внешней политике. Т.В. Вильсон распространил идею о свободе и демократии США, как главный принцип государства. Его внутренняя политика приобрела наименование «новая демократия», основной программой которой были принципы: свобода конкуренции, индивидуализм, свобода личности. После участия в Первой мировой войне «Америка реализовала безмерную привилегию воплощения своей судьбы и спасения мира»[2]. Начиная именно с Т.В. Вильсона, американские лидеры высказывались идеи экспорта массовой культуры в виде основной темы американской глобализационной демократической миссии.

Термин «Американизация» был открыт в XX веке в результате обретения США статуса сверхдержавы. Американизация воспринимается как процесс, с помощью которого американские культурные ценности утверждаются в других странах. Этот процесс стал неофициальной идеологией, определяющей роль Америки в культурном развитии мира. На сегодняшний день, американский национальный опыт становится универсальным и распространяется не только, на определённые страны, но и на весь мир в целом. Это говорит о том, что процесс американизации воспринимается как глобальный.

Американизация влияет абсолютно на все сферы жизни общества, на все структурные компоненты культуры и на отдельного человека конкретно. Так, результатом этого процесса выступает стандартизация и универсализация всех сторон культурной жизни общества. В различных странах различен и уровень американизации. В некоторых странах она достаточно очевидна, когда в других странах её остерегаются и воспринимают как угрозу национальным ценностям.

На сегодняшний день массовая культура становится крайне значительной отраслью жизни общества большинства стран. Она была сформирована одновременно с массовым производством. Её распространению способствовали современные средства обмена информацией, такие как интернет и телевидение.

В России наблюдается высокий уровень американизации, оказывающий воздействие в первую очередь на массовую культуру страны. Западная социология рассматривает массовую культуру как коммерческое явление. Ведь творчество, научная деятельность и т.п. представляют собой предметы потребления, способные приносить прибыль в том случае, если они совпадают с интересами и запросами потребителя. Процесс тотального проникновения массовой культуры в широкие слои населения описывает П. Бергер. По его мнению, данный процесс осуществляется благодаря распространению массовой культуры большинством коммерческих предприятий (такими как Coca-Cola, McDonald's, Disney, и т.п.). [1; 20]

Мы встречаем американскую продукцию повсеместно: одежда, кинематограф, музыка и рестораны быстрого питания. Мы носим джинсы, смотрим преимущественно американские фильмы (85% просматриваемых фильмов в России произведены в Америке), слушаем американских исполнителей и посещаем Макдональдс. При этом, отражением этого процесса являются не только материальные товары, но и носители определённых ценностей, поведенческих моделей, целей и установок.

Россиян заставляют узнавать и понимать культуру США через средства массовой информации, в большинстве своём, через Голливуд, который в свою очередь стремится угодить каждому. После просмотра фильмов такого типа, в сознании зрителя создаётся вполне знакомая схема: «американское априори лучше, чем русское, поэтому я выбираю американское». Таким образом, происходит подмена культурных и нравственных традиций, приуменьшение русской культурной составляющей, замещение традиционных ценностей ценностями США.

Однако влияние американской массовой культуры строится не только на механизме убеждения, но и на механизме внушения. Это подчёркивают многие психологи, утверждая, что американизация стремится воздействовать даже на психику человека. Индивид теряет своё «я», сливаясь с общей массой таких же потребителей. Затуманенное сознание не способно сопротивляться, и становится открытым для психологического воздействия массовой культурой, не отличая положительного от негативного. Культура потребления основывается на символической стоимости товара, а не на материальной ценности. Потребление превращается в образ жизни.

Необходимо отметить, что в обществе наиболее подверженной процессу американизации является молодёжь. Итогом выступает тот факт, что по окончании школы только 5% от общего числа молодого поколения остаются полностью здоровы, тогда как остальные уже испытали на себе процесс американизации, меняющий сознание. Именно на молодёжь, как на наиболее восприимчивую категорию, направлен этот процесс в большей степени. Молодые люди, так или иначе, усваивают чужую культуру, применяя на себя роль её потребителей. Культурное потребление является более насыщенным и различным, чем у более взрослого населения. Хотя российские ценности и остаются устойчивыми в обществе, стремление к американской культуре объясняется заинтересованностью идти в ногу со временем, следованию постоянно изменяющейся моде. В связи с этим, многие интересы и увлечения оказываются мимолётными и краткосрочными. Тем не менее, их нельзя рассматривать, как самостоятельный процесс, а исключительно в контексте жизни молодёжи.

Также одной из важнейших частей массовой культуры и процесса американизации выступает непрерывная реклама товаров и услуг, которые гипотетически доступны потребителю. Реклама навязывает образ счастливого клиента, получающего всё, что он захочет. Она выставляет привлекательной возможность стать лучше, современнее, счастливее, при этом, не прикладывая никаких особенных усилий самим клиентом. При таких обстоятельствах происходит подмена традиционных ценностей.

Однако приобретение товаров в итоге не приносит должного удовлетворения, потому что главной целью американизации является перманентное чувство неудовлетворённости.

Нужно ли бороться с американизацией? Вопрос достаточно спорный. У этого процесса есть и положительные моменты. Россия, подобно другим странам, не способна развиваться без связи с глобальным социумом, не может совершенствоваться, не оглядываясь на опыт других стран. Например, в культурной сфере происходит изменение отношения к свободе информации, на первый план выходят права человека.

Таким образом, американизация российской культуры становится очевидной и её нельзя отрицать. Это может стать причиной потери культурной уникальности, исконных традиций, в условиях абсолютной открытости западному миру. Однако опросы среди россиян доказывают, что традиционная культура России всё ещё остаётся устойчивой к воздействию механизмов американизации. Поэтому самыми важными аспектами являются принятие компетенции общества, и необходимость признания специфической стороны своей родины, не перенося на неё шаблонов другой страны.